

# スノーリゾート推進に係る基礎調査報告書

令和2年3月調査

札幌市経済観光局観光・MICE推進部観光・MICE推進課

# ● 目次

<b>1</b>	<b>国内外のスキー場等に関する基礎情報調査</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>市内スキー場を訪れたスキー客へのインタビュー調査</b>	<b>95</b>
	1-1. 調査概要	2		6-1. 調査概要	96
	1-2. 調査結果	8		6-2. 調査詳細	103
<b>2</b>	<b>市内スキー場へのヒアリング調査</b>	<b>56</b>	<b>7</b>	<b>市内スキー場と連携した実証事業</b>	<b>121</b>
	2-1. 調査設計	57		7-1. 事業概要	122
	2-2. 調査結果	58		7-2. 事業詳細	126
<b>3</b>	<b>関連団体等へのヒアリング調査</b>	<b>60</b>	<b>8</b>	<b>経済波及効果等の推計</b>	<b>139</b>
	3-1. 調査設計	61		8-1. 推計概要	140
	3-2. 調査結果	62		8-2. 推計詳細	143
<b>4</b>	<b>関連事業者への意向調査</b>	<b>65</b>	<b>9</b>	<b>まとめ</b>	<b>146</b>
	4-1. 調査設計	66		9-1. 目指すべきスノーリゾートの方向性	147
	4-2. 調査結果	67		9-2. スノーリゾート形成に向けた今後のアクションプラン	150
<b>5</b>	<b>スノーリゾートを目的としたインパウンドの動向調査</b>	<b>71</b>			
	5-1. 調査概要	72			
	5-2. 調査結果	74			

# 1. 国内外のスキー場等に関する基礎情報調査

### 1. 調査設計(1/6)

札幌市がスノーリゾート形成を検討する上で参考となる情報を収集することを目的に、札幌市近郊のスキー場、道内の主なスノーリゾート、国内及び海外のスノーリゾートから、札幌が参考にすべき先進的スノーリゾートの基礎情報を調査した。

#### ■ 調査の内容

##### 1. 調査項目:

- (1) 各スキー場の基礎情報
  - ① ゲレンデ情報
  - ② 施設・整備の状況(スキー場併設施設を含む)
  - ③ インバウンド対応
  - ④ 来場者数
  - ⑤ 空港からスキー場までのアクセス
  - ⑥ スキー場の特徴等
  
- (2) スキー場比較
  - ① スキー場利用客数と外国人割合(推計)
  - ② ゲレンデ規模
  - ③ 外国人宿泊延べ人数
  - ④ リフト料金比較
  - ⑤ 空港からスキー場までの交通アクセス
  
- (3) 先進的スノーリゾート地域の事例

##### 2. 調査手法:

文献調査、ネットリサーチ

## 1-1. 調査概要

### 1. 調査設計(2/6)

#### ■ ゲレンデ情報の調査事項

区分	調査事項※
総面積	<ul style="list-style-type: none"> <li>公表されているゲレンデの総面積(単位:ha)</li> <li>掲載が無い場合は「不明」と記載</li> </ul>
リフト数	ゴンドラ、リフト、その他を合わせた合計 (その他は6人乗り、ロープウェイ等を合わせた合計)
コース数・レベル	<b>【コース数】</b> :コース数の合計  <b>【レベル】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>札幌市の6スキー場は、SAPPORO SKI GUIDE(札幌市作成)に掲載されている各コース(初級、中級、上級)のレベルの割合</li> <li>資料に掲載が無い場合は、スキー場の初級、中級、上級の各コース数を総コース数で除して算出</li> </ul>
キッズパーク	キッズパーク施設の有無
特殊コース	バックカントリー等の特殊コースの有無
標高差	スキー場の頂上から麓までの高さ(単位:m)
最長滑走距離	複数のコースをつなげた場合も含めた最長滑走距離(単位:m)
最大斜度	コースの中で最も急なコースの最大斜度(単位:度)
営業期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019-2020シーズンの営業期間予定(2019年10月時点)</li> <li>市内6スキー場は2020年3月時点の営業期間</li> <li>営業時間はナイターを含む</li> </ul>
ナイター	ナイター営業の有無
チケット代	スキー場のチケット代(1日券)の金額

※ ニッポンのゲレンデ(実業之日本社、2020年)、各スキー場のHPを調査対象に、各事項の調査を実施(なお、それ以外の根拠資料を用いて記載したものについては別途記載)。

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)の調査事項

区分	調査事項※
宿泊	スキー場を中心として1km以内の宿泊施設の有無 (Google Maps APIsを用いて実施)
レンタル	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタル用品の貸出の実施状況</li> <li>用品貸出を実施している場合は、貸出用品の種類</li> </ul> <b>【貸出用品の記載例(略称)】</b> スキー板の貸出有り:スキー ボード板の貸出有り:ボード スキーウェアの貸出有り:ウェア
レッスン	<ul style="list-style-type: none"> <li>スキーレッスンの状況</li> <li>スキーレッスンを実施している場合は対象者区分</li> </ul> <b>【対象者区分の記載例(略称)】</b> 中・高・大学、大人を対象:大人 小学生を対象:ジュニア 未就学児:キッズ
ICカード	設備投資の有無
飲食	場内に設けられている飲食店舗の有無
託児	場内の託児所及び類似施設(キッズスペース等)の有無

## 1-1. 調査概要

### 1. 調査設計(3/6)

#### ■ インバウンド対応の調査事項

区分	調査事項※
情報の多言語化	ホームページの多言語変換機能の有無 【情報の多言語化の記載例(略称)】 英語:英、中国語(簡体字・繁体字を包括):中、韓国語:韓 ロシア語:露、タイ語:泰
スタッフ	外国語対応可能なスタッフの有無
レッスン・スクール	外国人の対応が可能なレッスン・スクールの有無
フリーWi-Fi	フリーWi-Fiの設置の有無
キャッシュレス対応	キャッシュレス(クレジットカード、電子マネー等)決済対応の有無
その他	インバウンド対応について特出すべき取組事項 【その他の記載例】 自由記述(記載が無い場合は「無」)

※ ニッポンのゲレンデ(実業之日本社、2020年)、各スキー場のHPを調査対象に、各事項の調査を実施(なお、それ以外の根拠資料を用いて記載したものについては別途記載)。

### 1. 調査設計(4/6)

#### ■ スキー場利用客数の算出方法 (A・B・Cの3つの方法で算出)

##### A リフト利用者数の公表値を活用

- ニッポンのゲレンデ(実業之日本社、2018・2019・2020年)
- 県内主要スキー場利用動向調査(速報)(一般財団法人長野経済研究所、2017・2018年度) (<http://www.neri.or.jp/>)
- 白馬村内スキー場利用者数(スキー場別)(白馬村) ([https://www.vill.hakuba.lg.jp/material/files/group/7/ski\\_area.pdf](https://www.vill.hakuba.lg.jp/material/files/group/7/ski_area.pdf))
- 北陸信越スノーリゾート地域の活性化に向けて(国土交通省北陸信越運輸局、2020年) (<http://www.tb.mlit.go.jp/hokushin/hrt54/railroad/sakudou/kentoukai01.html>)
- 岩手の観光統計 スキー客の入込動向(岩手県商工労働観光部 観光課、平成28年・平成29年・平成30年) (<https://www.pref.iwate.jp/sangyoukoyou/kankou/toukei/index.html>)
- International Report on Snow & Mountain Tourism (2017). (<http://www.vanat.ch/RM-world-report-2017-vanat.pdf>)

##### B 【推計①】リフト利用延数から推計したスキー場

※リフト利用延数の出所は、札幌の観光(札幌市、令和元年度) (<https://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/statistics/statistics.html>)  
さっぽろばんけいスキー場、札幌国際スキー場、サッポロテイネススキー場、札幌藻岩山スキー場、フッズスノーエリア

(手順1)札幌国際スキー場のデータからリフト利用延数(2018年)を利用者(2018年)で除した利用者1人当たりのリフト利用延数 7.17803(a)を算出  
(手順2) (a)で、各スキー場のリフト利用延数を除して、利用者数を算出

##### C 【推計②】輸送人員(人、2月単月)から推計したスキー場

※輸送人員数(2月単月)の出所は、スキー場傷害報告書(全国スキー安全対策協議会、2016/2017・2017/2018・2018/2019)  
(<http://www.nikokyo.or.jp/safety-snow/index1.html>)

ルスツ、朝里川

(手順1)輸送人員(人、2月単月)をリフト利用延数(2月単月)と捉え、上記B(a)で除して、利用者数(2月単月、b)を算出  
(手順2)利用者数(年間)は、ルスツ、朝里川の各スキー場とオープン時期が同様の他スキー場から、利用者数(年間)に占める利用者数(2月単月)の割合を算出し、その割合で(b)を割り返すことで算出

## 1. 調査設計(5/6)

### ■ 外国人割合

- ニッポンのゲレンデ(実業之日本社、2018・2019・2020年)を活用
- 札幌市内スキー場の2018年シーズンの外国人割合は、本事業の調査結果に基づく推定。札幌市内スキー場の2016年シーズン、2017年シーズンの外国人割合は、ニッポンのゲレンデの記載に無い場合は2018年シーズンと同割合を記載
- ただし、下記スキー場は公表値がなく、不明  
SNOW CRUISE ONZE、天狗山スキー場、朝里川温泉スキー場、富良野スキー場、ニセコアンヌプリ国際スキー場、白馬さのさかスキー場※、柵池高原スキー場※、カムイスキーリンクス、安比高原スキー場、ペイルマウンテンスキー場  
※白馬さのさかスキー場、柵池高原スキー場はHAKUBA VALLEYを構成するスキー場である。各スキー場個別の外国人割合は公表されていないが、HAKUBA VALLEY全体としては外国人割合の公表がされている

### ■ 外国人宿泊延べ人数

- 各スキー場が所在している都道府県または自治体で公表されている統計データを用いて、年度と冬期間(12月～3月)の外国人宿泊延べ人数を集計
- なお、冬期間の集計は、市町村別の月別外国人宿泊延べ人数が公表されている北海道のスキー場のみを対象とする
- 国ごとの外国人宿泊延べ人数および割合は、各地域の平成30年度(または2018年12月～2019年3月)の上位5か国のみを表示

#### <参考資料>

- 長野県観光関係統計(長野県、平成28～30年度)(<https://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/sangyo/kanko/toukei/kanko.html>)
- いわての観光統計教育旅行客・外国人観光客の入込動向(岩手県、平成28～30年度)(<https://www.pref.iwate.jp/sangyokoyou/kankou/toukei/1009258/1017157.html>)
- 北海道観光入込客数調査報告書(北海道、平成28～30年度)(<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/irikomi.htm>)
- 訪日外国人宿泊客数(北海道、平成28～30年度)(<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/gaikokujinshukuhaku.htm>)

#### <各リゾートと自治体>

区分	日時
ルスツリゾート	留寿都村
Niseko United	ニセコ町、倶知安町
星野リゾート トマム	占冠村
キロロリゾート	赤井川村
富良野	富良野市
旭川	旭川市
小樽	小樽市
札幌	札幌市

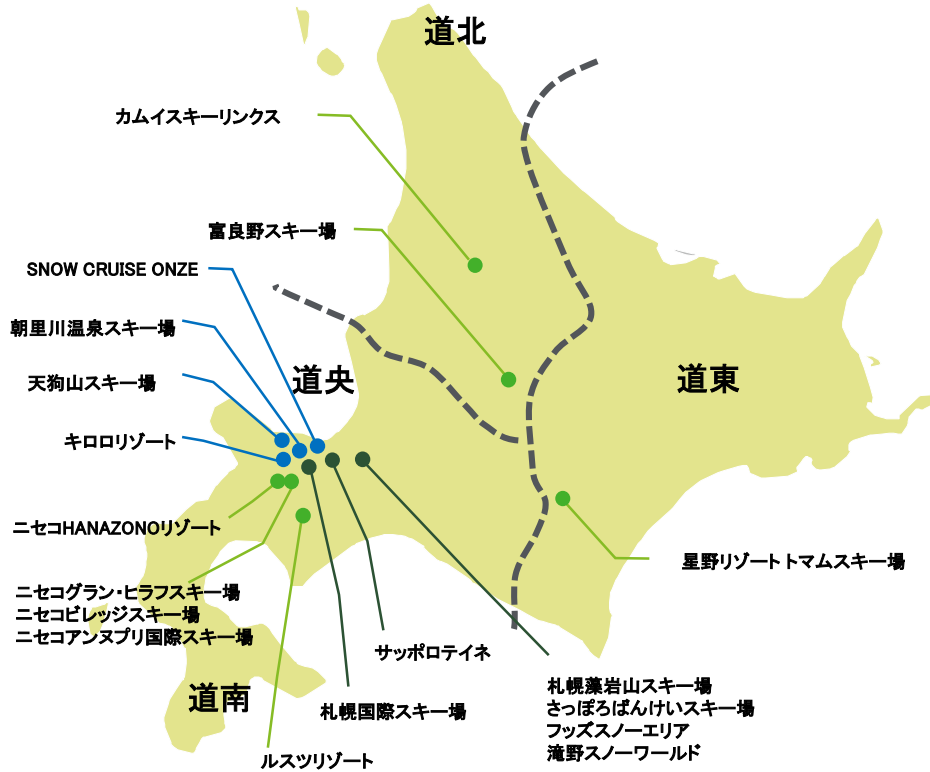


# 1-1. 調査概要

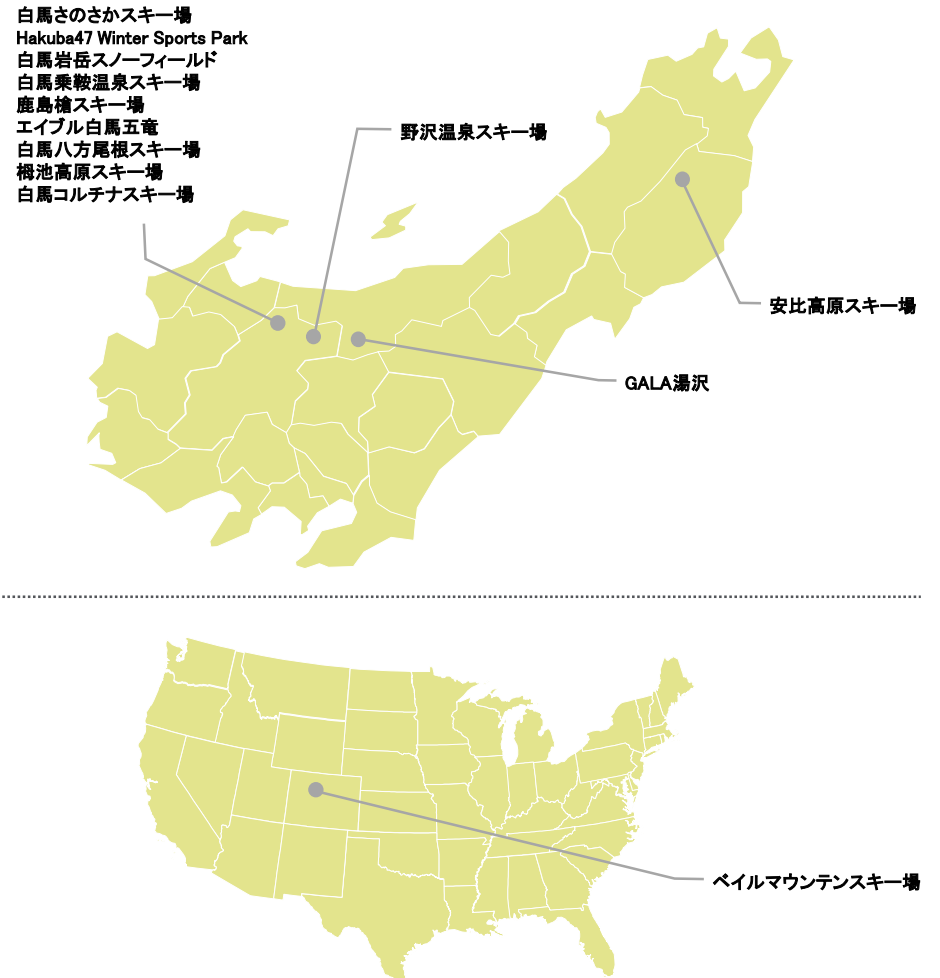
## 1. 調査設計(5/5)

### ■ 調査対象(一覧)

- ①札幌市内スキー場(6か所) ●
- ②札幌市近郊スキー場(4か所) ●
- ③道内主要スノーリゾート(8か所) ●



- ④国内、海外スノーリゾート(13か所) ●



※ 本ページ以降、文中・図表・グラフ等で用いるスキー場の表記は、「スキー場」を除いた略称で表記する(ただし、タイトル部分を除く)。

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 さっぽろばんけいスキー場(札幌ばんけい株)

「2017冬季アジア札幌大会」の会場となったban.kモーグルコース等、スポーツ競技用のコースが充実している。ゲレンデはセンターロッジを中心としたイーストエリアと、ファミリーで楽しめるウエストエリアに分かれている。また、一般ゲレンデとは別にある「スノーパーク」は、チューブ滑り等の雪遊びが可能であり、スキー未経験の観光客や子どもが雪と親しむことができる。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	不明	標高差	282m
リフト数	6(リフト6)	最長滑走距離	1,250m
コース数・レベル		最大斜度	33°
		営業期間	12/13~3/29 9:00~22:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(ハーフパイプ)	チケット代	4,600円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

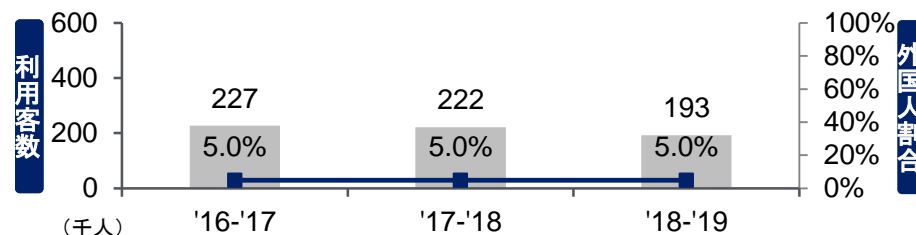
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	無	有	有

#### ■ インバウンド対応

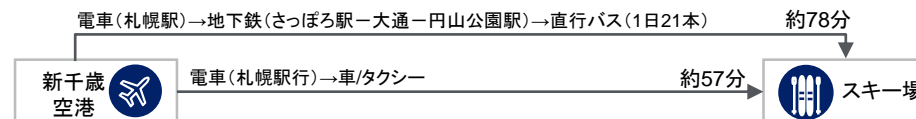
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **B**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### グリーンシーズンの運営

- ・ツリートレッキングやジップラインなど夏の山を利用したアクティビティも充実
- ・ウェディングやMTB、花火大会などゲレンデ等を活用したイベントも多数実施

##### スポーツ大会、競技者育成

- ・市民向けからW杯までスポーツ大会を幅広く実施
- ・夏のウインタースポーツ複合施設(b.SAP)を建設するなど競技者の育成も積極的

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 札幌国際スキー場(札幌リゾート開発公社)

定山溪に近く、紅葉ゴンドラの運行やイベント等、スキーシーズン以外の取り組みも実施している。近年、外国人観光客が増加傾向にあり、全体の15%程度を外国人が占めている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	45ha	標高差	470m
リフト数	5(ゴンドラ2,リフト3)	最長滑走距離	3,600m
コース数 ・レベル		最大斜度	30°
		営業期間	11/22~5/6 9:00~17:00
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	無	チケット代	4,600円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

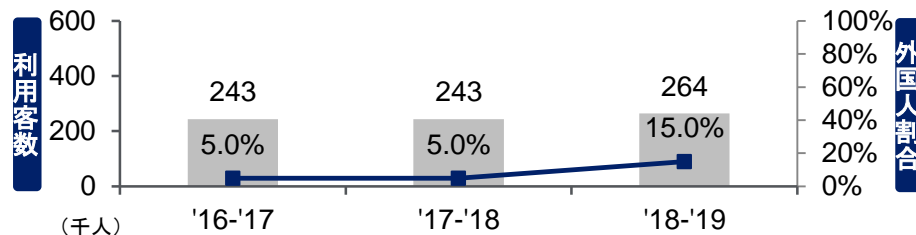
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英・中	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **B**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### オートゲートの導入

- 紙のリフト券ではなく、ICカードでの運用が可能
- リフト券販売窓口の混雑緩和やリピート客の利便性の向上など、サービスの向上を目指す

##### 紅葉ゴンドラの運行

- 山頂には360度のパノラマ展望台が登場
- 期間中の土曜・日曜・祝日は麓のスキーセンターにイベントやグルメ屋台も登場

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 サッポロテイネ(加森観光株)

札幌冬季オリンピックに使用されたスキー場であり、近年ではオリンピックスキーセンターやローディングカーペットシステムの導入等、設備投資を積極的に実施している。市内スキー場の中でも、外国人割合比率が高く、近年は上昇傾向にある。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	76ha	標高差	650m
リフト数	10(ゴンドラ1,リフト9)	最長滑走距離	6,000m
コース数・レベル		最大斜度	38°
		営業期間	12/6~5/6 9:00~21:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(バックカントリー・未圧雪)	チケット代	5,400円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

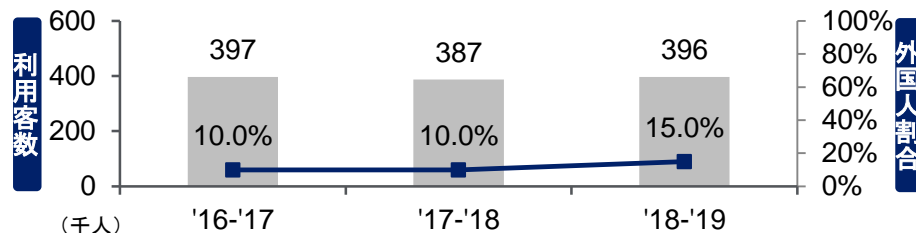
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

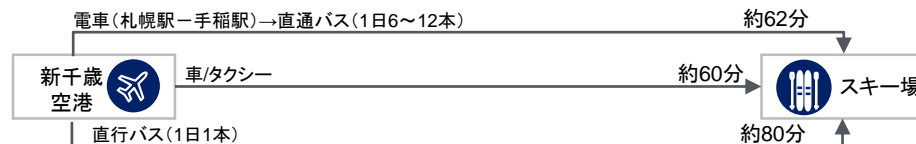
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **B**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### オリンピックスキーセンターの建設

「子どもたちにやさしい、初心者にやさしいスキー場」を実現すべく、収容人数3,000名の休憩室を完備した「オリンピックスキーセンター」を建設

##### ローディングカーペットシステム導入

エスカレーター上にスキー板の先端を載せると自動的に前方へ進み移動しながらリフトの搬器に座ることができる  
子どもや初心者もスムーズに安全に乗車することが可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 札幌藻岩山スキー場(株りんゆう観光)

札幌市街地に近く、市内を一望できる立地環境にあるため、夜は市街地の夜景を見ながらのスキーが楽しめる。北海道では珍しくスノーボードを全面禁止にしているため、スキーヤーのみが利用できるゲレンデとなっている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	不明	標高差	358m
リフト数	5(リフト5)	最長滑走距離	2,620m
コース数 ・レベル		最大斜度	38°
		営業期間	1/4~3/30 9:00~21:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	無	チケット代	3,800円(7時間券)

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

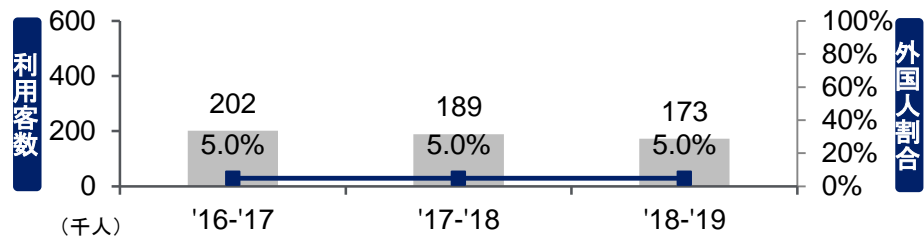
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキーウェア	大人 ジュニア キッズ	無	有	無

#### ■ インバウンド対応

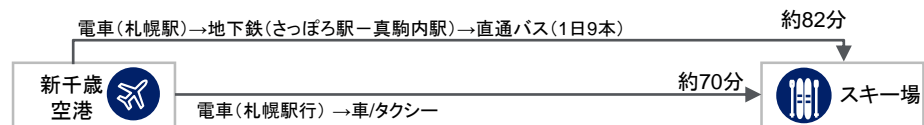
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	有	無	無	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **B**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### スキーヤーオンリーのスキー場

- ・北海道内のスキー場では珍しくスキーヤーのみが滑走可能なゲレンデ(スノーボード全面禁止)

##### 夜景を見ながらナイトスキー

- ・札幌市街地から近く、「日本新三大夜景都市」にも選ばれた札幌の夜景を見ながらのスキーが可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 フッズスノーエリア(一般財団法人さっぽろ健康スポーツ財団)

国内でも数少ないリージュ競技場コースを有している。また、夏にはマウンテンバイクやキャンプなどの通年型アクティビティの実施が可能であること等、スキー以外の利用者にも対応している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	不明	標高差	300m
リフト数	3(リフト3)	最長滑走距離	1,800m
コース数 ・レベル		最大斜度	38°
		営業期間	1/11~3/31 9:00~21:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(リージュコース)	チケット代	3,000円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

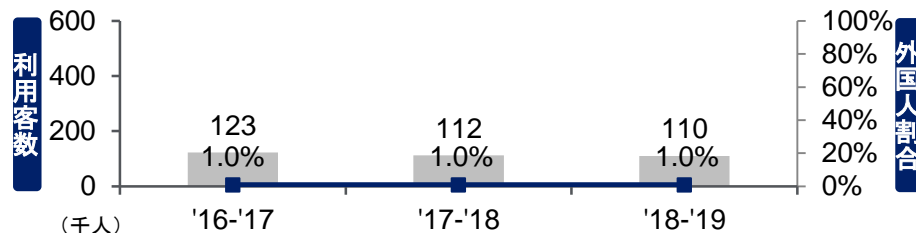
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	無	有	無

#### ■ インバウンド対応

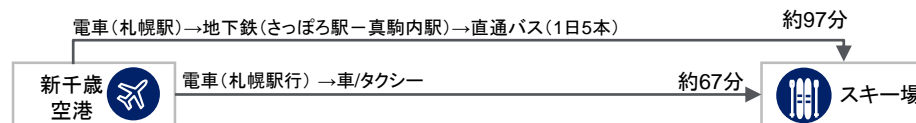
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中 韓・露	無	無	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **B**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 通年型アクティビティ施設

- 夏にはスキー場の斜面をマウンテンバイクで走ることができたり、キャンプやBBQも可能

##### 誰でも参加可能なリージュ教室

- 1972年の札幌オリンピックの練習コースとして設置され国内では他に長野県にしか無いリージュ競技場
- 1月2月に体験教室を開催

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 滝野スノーワールド(SPAC滝野管理センター)

道内唯一の国営公園として、地域住民の多くが楽しめるよう、通年アクティビティの充実を図っている。また、国内最大級のスノーチューブコースを設置する等、スキーやスノーボード以外の雪遊びが満喫できる。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	不明	標高差	30m
リフト数	1(リフト1)	最長滑走距離	250m
コース数・レベル		最大斜度	7°
		営業期間	12/22~3/31 9:00~16:00
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(スノーシュー)	チケット代	2,040円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

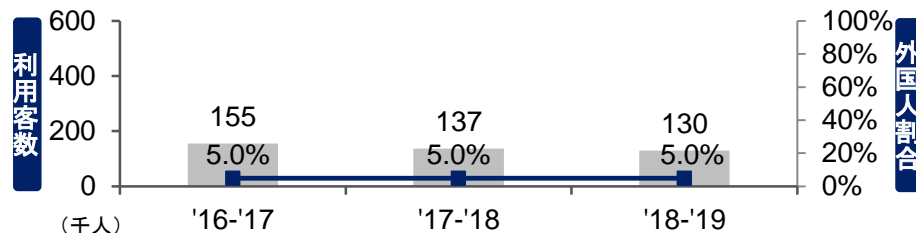
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキー	大人 ジュニア キッズ	無	有	無

#### ■ インバウンド対応

情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英	有	有	有	無	無

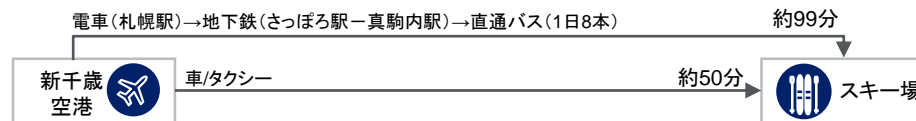
#### ■ 来場者数

推計方法



※ 利用客数は、札幌市で実施している観光統計調査を参照

#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

道内唯一の国営公園で通年アクティビティ  
 ・自然散策、アスレチック遊び、川遊び、BBQ、カントリーガーデンの花々等、冬以外も含め、通年楽しめる北海道唯一の国営公園

国内最大級のスノーチューブコース  
 ・チューブそりのロングコースが設置され、スキーやスノーボード以外の雪遊びも満喫

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 SNOW CRUISE ONZE(株)マックアース

地元住民に人気のある小規模なスキー場であり、石狩湾を眺望しながら滑ることができる。また、平日の営業時間が23時までオープンしている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	10ha	標高差	200m
リフト数	2(リフト2)	最長滑走距離	1,000m
コース数 ・レベル		最大斜度	33°
		営業期間	11/22~3/29 9:00~23:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪)	チケット代	3,600円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

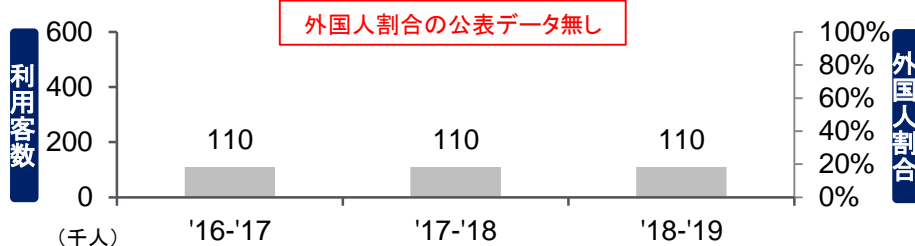
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	無	有	有

#### ■ インバウンド対応

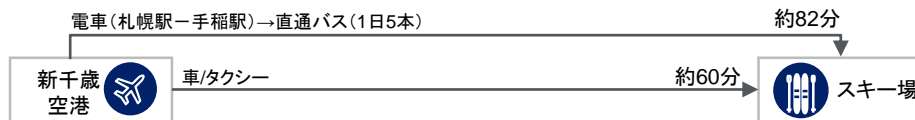
情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英	有	無	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 石狩湾を望む景観の良さ

- ・小樽市の春香山にあり、石狩湾を眺めながら滑降できるゲレンデとなっており、景観の良さが魅力

##### 毎日夜遅くまで営業

- ・平日は23時まで営業しており、LED照明で明るく、アフターファイブのスキー・スノーボード需要に対応

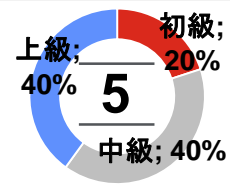


## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 天狗山スキー場(中央バス観光開発株)

スキー目的だけでなく、オフシーズンの夏場にも山頂の展望台までロープウェイ運用を実施している。近年では、外国人観光客向けにスキー体験や雪遊びが楽しめるようゲレンデの増設・整備を行っている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	不明	標高差	410m
リフト数	3(リフト2,その他1)	最長滑走距離	1,700m
コース数・レベル		最大斜度	42°
		営業期間	12/9~3/25 9:00~16:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪)	チケット代	4,000円


#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

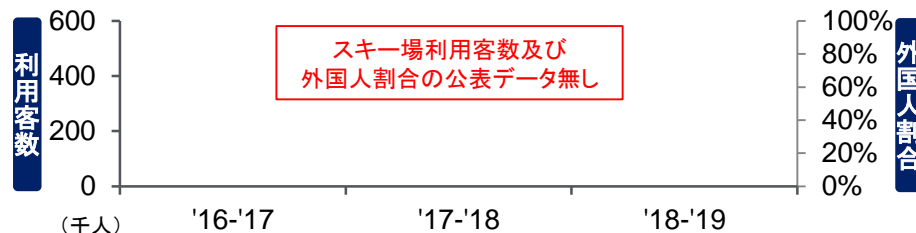
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	無	有	無

#### ■ インバウンド対応

情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	無	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 山麓スノーパークがオープン

・インバウンド向けに手ぶらでもスキー体験や雪遊びが楽しめるように、緩斜面のゲレンデを増設し、山麓をスノーパークとして整備

##### 「小樽雪あかりの路」との連携

・小樽天狗山は準メイン会場として、山麓での打上げ花火やたいまつ滑走等、山の会場でしか味わえないイベントを開催

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 朝里川温泉スキー場(株) Sasson)

地元利用者に多く利用されているスキー場であり、近年では初心者ゲレンデにベルト式エスカレータを導入する等、利便性が向上している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	不明	標高差	520m
リフト数	4(リフト4)	最長滑走距離	3,000m
コース数 ・レベル		最大斜度	36°
		営業期間	12/19~3/31 9:00~18:00
キッズパーク	無	ナイター	有
特殊コース	有(不整地パーン)	チケット代	3,500円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

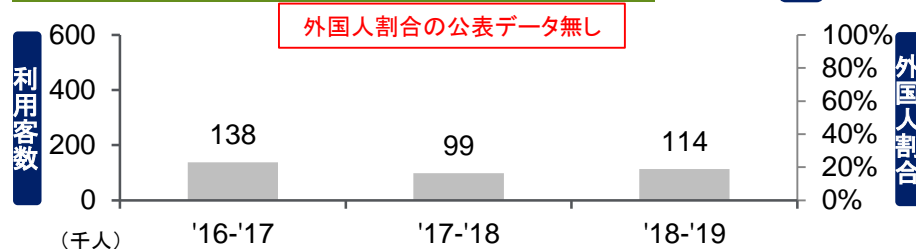
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア	無	有	有

#### ■ インバウンド対応

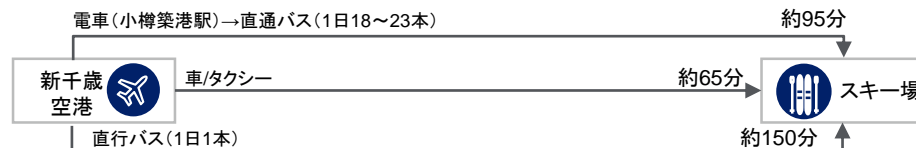
情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英・中	有	無	無	無	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **C**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

温泉、小樽市内観光等アフタースキーが充実  
 ・スキー場のすぐ麓には朝里川温泉があり、小樽市内からも車で約15分と近い  
 ため、スキー後に温泉や観光が可能

ベルト式エスカレータ新設で利便性向上  
 ・2019-2020シーズンにベルト式エスカレータを駐車場からスキーハウスまでと、初心者ゲレンデに新設し、移動時の負担を軽減

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 キロロリゾート(キロロリゾートホールディングス株)

スキー場に外資系ホテルが近接する道内でも指折りのスノーリゾートであり、スキー場とホテル間の利便性向上を図るなど、積極的に設備投資をおこなっている。外国人からの人気も高く、その割合も30%と高い。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	152ha	標高差	660m
リフト数	11(コンド'ラ2,リフト9)	最長滑走距離	4,010m
コース数 ・レベル		最大斜度	37°
		営業期間	11/23~5/6 9:00~19:30
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(バックカントリー)	チケット代	4,500円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

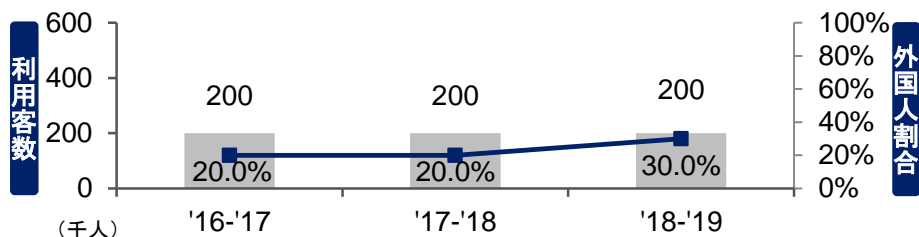
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

**コンビリフトによるスキーインアウトの実現**  
 ・スキー場とホテルをつなぐ全長878mのコンビリフトにより、スキーヤー・スノーボーダーはホテルからそのままゲレンデまでアクセス可能

**夏は高原リゾートとしてアクティビティ充実**  
 ・朝里岳パノラマゴンドラ、パターゴルフ、自転車、バギー、釣り等夏のアクティビティが充実

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 ルスツリゾート(加森観光株)

宿泊施設が近接する道内最大級のスノーリゾートであり、宿泊部屋を拠点にスキーを楽しめる環境となっている。来場者数も約50万人と道内最大の集客数であること、さらに近年は外資系スキー運営会社とアライアンスを組む等、外国人誘客に力を入れている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	236ha	標高差	594m
リフト数	18(ゴンドラ4,リフト14)	最長滑走距離	3,500m
コース数・レベル		最大斜度	40°
		営業期間	11/23~4/5 9:00~20:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(バックカントリー)	チケット代	6,200円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

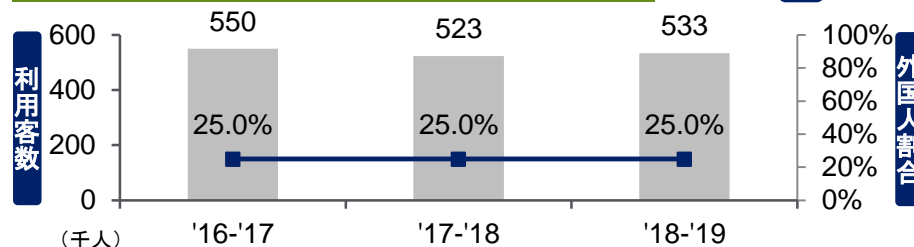
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

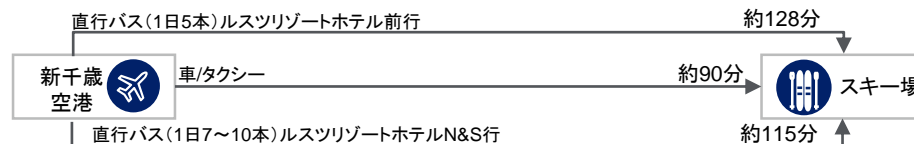
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	無	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 C



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

スキーイン・スキーアウトが可能なホテルが立地  
 ・ホテルの目の前がゲレンデとなっており、宿泊部屋を拠点としてゲレンデタイムを楽しむことが可能

ICカードでチケットレスにリフト搭乗  
 ・ICカードに記録された電子リフト券を採用し、web上での事前チャージでチケットレスでリフト利用可能  
 ・ICカードはサッポロティネ・十勝サホロリゾートでも利用可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 星野リゾート トナムスキー場(株)星野リゾート

上級者限定の開放エリアの設置や、アイスドームやスケート場が設置されたアイスヴィレッジ等、初級者から上級者の各層をターゲットとした取り組みを実施している。外国人割合も上昇傾向にあり、直近では40%を占めている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	440ha	標高差	585m
リフト数	6(コンドラー,リフト5)	最長滑走距離	4,200m
コース数 ・レベル		最大斜度	35°
		営業期間	12/1~4/5 9:00~18:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(スロープ,バックカントリー)	チケット代	5,900円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

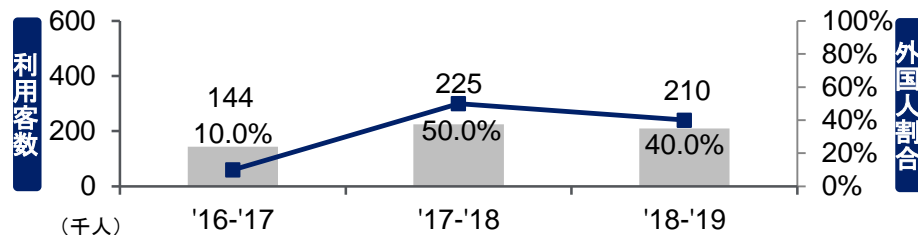
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

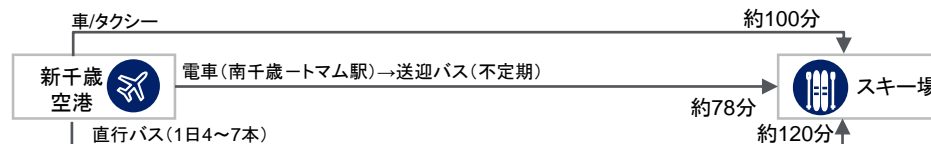
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	無	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 上級者限定の解放エリア

立ち入り禁止区域の説明や解放エリアを安全に滑るためのレクチャーを受け、ヘルメットと腕章を着用すると、手つかずの山を滑走可能に

##### アイスヴィレッジ等スキー以外の娯楽充実

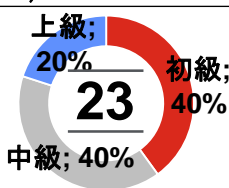
アイスドームやスケート場が設置されたアイスヴィレッジ、氷のレストラン等、アクティビティをしない人も楽しめる施設が充実

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 富良野スキー場(株)プリンスホテル)

プリンスホテルが運営するホテル併設型のスノーリゾートであり、エリア内にはスキー後のショッピングも充実している。また、ツリーアドベンチャー等のグリーンシーズン施設が充実しており、1年中楽しめるエリアが形成されている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	168ha	標高差	839m
リフト数	9(ゴンドラ1,リフト7,その他1)	最長滑走距離	4,000m
コース数・レベル		最大斜度	34°
		営業期間	11/23~5/6 8:30~19:30
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪, コブ斜面)	チケット代	6,000円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

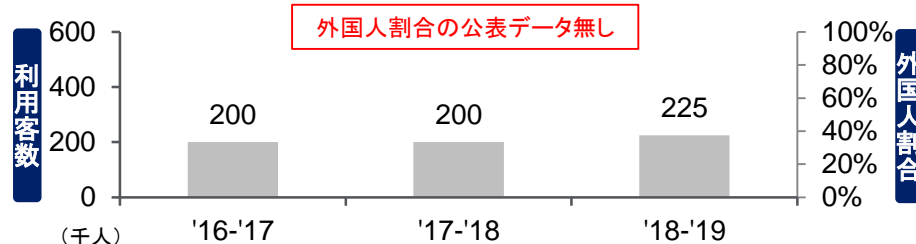
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	無	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### アフタースキーが可能なショッピングエリア

- ・15棟のログハウスが連なるニングルテラスでは、「知恵を絞って創る」をテーマとした創作品が展示され、散策・購入が可能

##### ツリーアドベンチャー等グリーンシーズン施設が充実

- ・森の自然木を結んだ足場やつり橋といったツリーアドベンチャーやロープウェー、星空体験など、冬以外でも通年楽しめる施設が充実

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 カムイスキーリンクス((一社)大雪カムイミンタラDMO)

公設民営であることからリフト券の価格が安く、近隣住民の利用者が中心となっている。近年では、星野リゾートトマムと連携し、両スキー場で利用できる共通リフト券を販売している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	165ha	標高差	601m
リフト数	6(ゴンドラ1,リフト5)	最長滑走距離	4,000m
コース数・レベル		最大斜度	35°
		営業期間	12/1~3/31 9:00~17:00
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(未圧雪)	チケット代	3,800円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

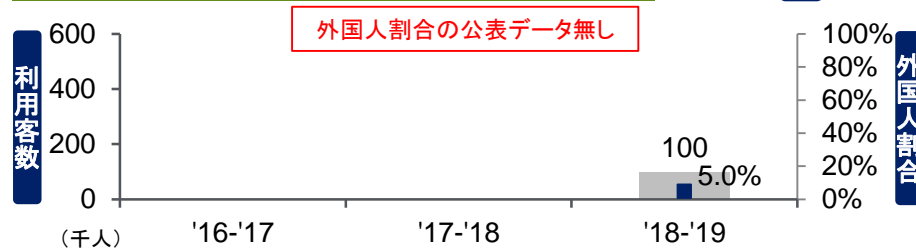
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
無	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	無

#### ■ インバウンド対応

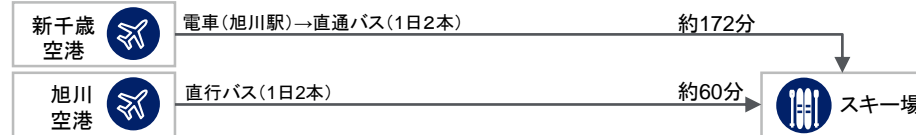
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	有	無	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

旭川とトマム2つのスキースタイルを体験可能  
 ・星野リゾートトマムと連携し、都市型スキーのカムイとホテルがスキー場に直結する滞在型スキーのトマム双方で利用可能なリフト券を販売

#### OMO7旭川との連携

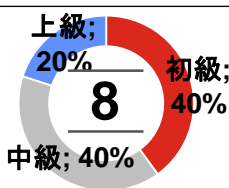
・OMO7旭川(星野リゾート)と連携し、宿泊者向けの無料バス運行や、雪質・雪温に合ったスノーWAXが選べる「WAX BAR」サービス等を提供

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 ニセコHANAZONOスキー場(日本ハーモニー・リゾート株)

スキー客だけでなくスノーボーダー向けにジャンプやレール走行が楽しめる北海道最大級のトレインパークが整備されている。2019年には近隣にラグジュアリーホテルが建設され、スキー場とホテルの連携が進んでいる。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	56ha	標高差	1,000m
リフト数	3(リフト3)	最長滑走距離	4,550m
コース数・レベル		最大斜度	30°
		営業期間	12/2~4/8 8:30~16:00
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(未圧雪,パッカントリー)	チケット代	6,200円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

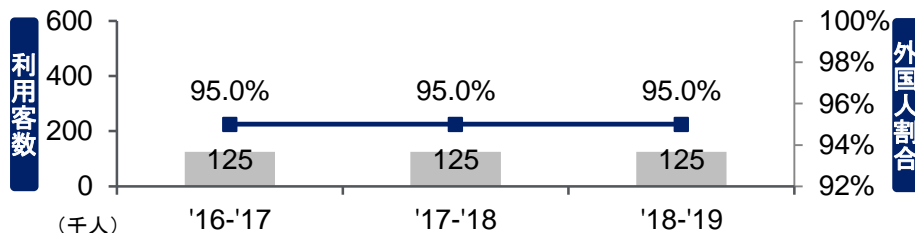
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

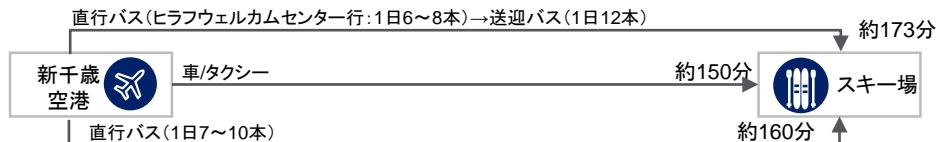
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 北海道内最大級のトレインパーク

- ジャンプしたり細いレールの上を走ったりするための場所がトレインパークとして整備
- 期間中適宜レイアウト変更も有

##### スキーンスキーアウト可能なラグジュアリーホテルでは、ひと山貸切が可能

- スキー場に隣接するラグジュアリーホテルでは、CATツアーとしてニセコワイズホルンを貸切としたスキー体験が可能



## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 ニセコグラン・ヒラフスキー場(株)東急リゾートサービス

Niseko United加盟スキー場内で最大のゲレンデ規模を有し、ヒラフゴンドラ、マウンテンセンター等の最新設備が整っている。周辺には宿泊施設や飲食店が集積し、インバウンド比率も高いエリアとなっている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	149ha	標高差	940m
リフト数	13(ゴンドラ1,リフト12)	最長滑走距離	5,600m
コース数・レベル		最大斜度	40°
		営業期間	11/23~5/6 8:30~20:30
キッズパーク	無	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪)	チケット代	6,200円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

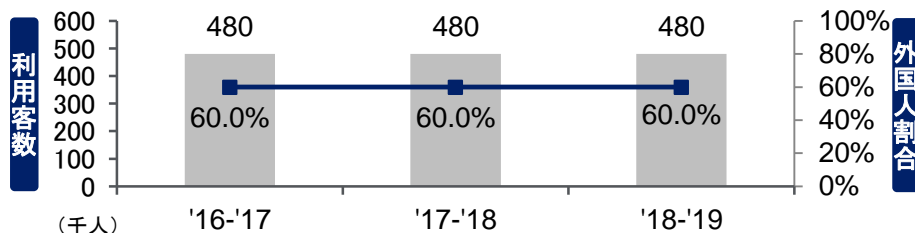
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 地域通貨「NISEKO Pay」での決済

ニセコエリアでは電子地域通貨「NISEKO Pay」の実証実験を実施。今後は、当スキー場を始め近隣の飲食店等において利用可能

##### スノーシューでのネイチャーハイキング

ウインタースポーツ経験がない人でも楽しめるように、ガイド付きでスノーシューを使ったハイキングを用意

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 ニセコビレッジスキー場(ニセコビレッジ株)

Niseko United加盟スキー場の中でも、各種プログラムが充実してる。また、スキー場と2つのリゾートホテル(「ザ・グリーンリーフ」、「ヒルトンニセコビレッジ」)が直結しており、周辺には商業施設も集積している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	90ha	標高差	890m
リフト数	10(ゴンドラ3,リフト6,その他1)	最長滑走距離	5,000m
コース数・レベル		最大斜度	35°
		営業期間	12/1~5/6 8:30~20:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	無	チケット代	6,100円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

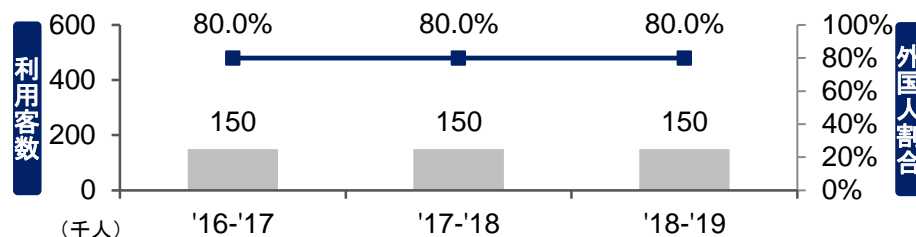
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

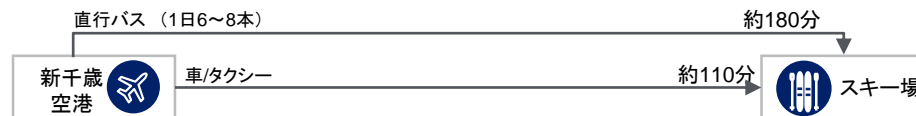
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英	有	有	有	有	キッズパーク英語対応可

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### グリーンシーズンも自然体験が充実

・自然体験グラウンド「ピュア」では、レールスライダー、ジップラインツアー等、様々なアクティビティを体験可能

##### グルメとショップが充実

・複合施設「ショッピング&ダイニングエリア」は、伝統的な日本の町屋建築のコンセプトで作られた商業施設でアフタースキーに対応

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 ニセコアンヌプリ国際スキー場(中央バス観光開発株)

Niseko United加盟スキー場の中で、比較的広い斜面が多く、羊蹄山が一望できるコースを備えている。周辺には、温泉施設も近接しており、冬の楽しみのひとつである雪見の露天風呂めぐりなどスキー以外の楽しみ方ができる。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	84ha	標高差	756m
リフト数	6(コンドラー1,リフト5)	最長滑走距離	4,000m
コース数 ・レベル		最大斜度	34°
		営業期間	11/23~5/6 8:30~20:30
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪)	チケット代	5,500円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

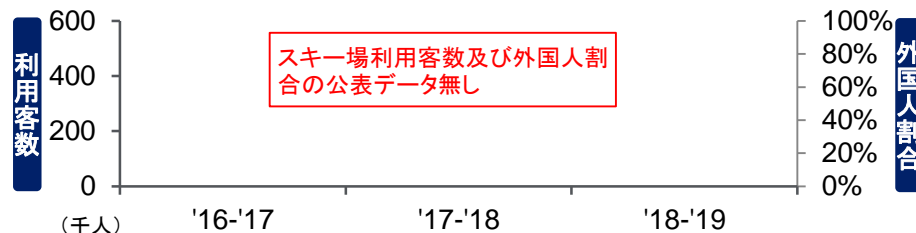
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

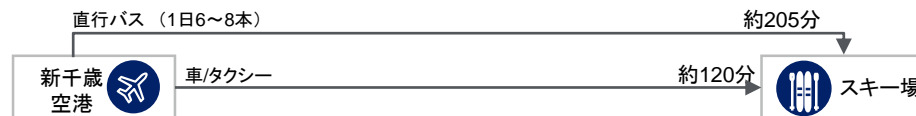
情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英・中	有	有	無	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 幅が広く開放感高まるコース設計

・ニセコエリアの他のスキー場と比較して、広い斜面が多く、羊蹄山や空が見えやすいコースで滑走可能

##### ニセコ昆布温泉に隣接

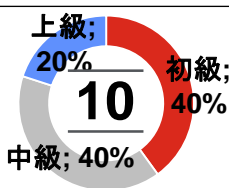
・ニセコ昆布温泉に近く、宿泊のみならず日帰り温泉も可能な温泉施設もあり、アフタースキーで利用可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 白馬さのさかスキー場(株)Blue Resort 白馬さのさか

森と湖に囲まれた自然豊かな場所にあり、特に冬の青木湖を眼下に滑走出来るコースを有している。また、夏場でも利用可能なウォータージャンプ施設を有する国内屈指のモーグルバーンがあるため、レジャー目的だけでなく競技目的の利用者もいる。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	40ha	標高差	460m
リフト数	4(リフト4)	最長滑走距離	2,100m
コース数 ・レベル		最大斜度	32°
		営業期間	12/13~3/29 8:00~16:30
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(モーグル)	チケット代	4,300円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

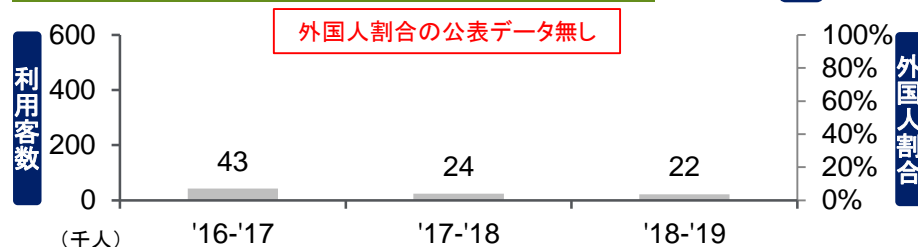
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

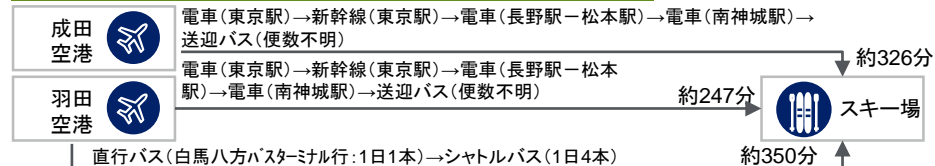
情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英・中・韓	無	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

青木湖を眼下にしながら滑れる絶景コース  
 ・白馬エリアで唯一湖を見下ろしながら滑るレイクダウンコースが設定されており、絶景とスキーの両方を満喫可能

夏場はウォータージャンプ施設が稼働  
 ・モーグル等フリースタイルスキーヤーが夏場でも練習可能なウォータージャンプ施設があり、オリンピック選手からレジャー目的の利用者まで幅広く利用可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 Hakuba47 Winter Sports Park(嬪白馬フォーティセブン)

初心者から上級者まで楽しめるコースを有しながら、スキー以外の様々なアクティビティ施設が整っている。また、頂上およびゲレンデ中央部が白馬五竜と繋がっているため、共通チケットを販売しており、両スキー場を滑走できるようになっている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	32ha	標高差	794m
リフト数	6(ゴンドラ1,リフト5)	最長滑走距離	6,400m
コース数 ・レベル		最大斜度	32°
		営業期間	11/16~5/6 8:00~16:20
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(未圧雪,パーク)	チケット代	5,500円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

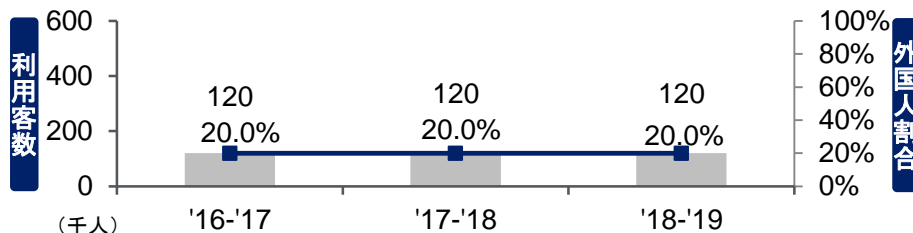
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

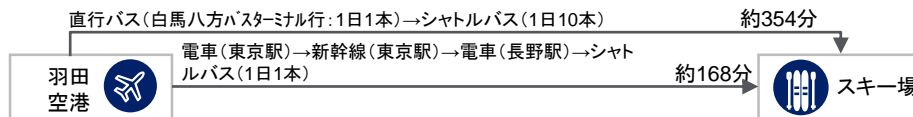
情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英	無	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### 多彩なアクティビティが充実

・スノーモービル、スノーラフティング、スノーシュートレッキング等、子供から大人まで楽しめるスキー以外のアクティビティが充実

##### ゲレンデでの飲食メニューが豊富

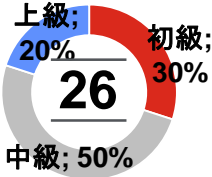
・場内にはレストラン、カフェ、ビールバー等飲食施設が充実  
・長野県内スキー場で1番おいしいゲレンデ食に選出された実績有

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 白馬岩岳スノーフィールド(白馬観光開発株)

白馬山麓を一望できるゲレンデを有しており、初心者でも山頂へ上がることができる。また、初心者から上級者まで対応できる斜面、スノーパーク、クロスカントリーコース等が整っている。その眺望を活かして、2018年に山頂カフェをオープンし、スキー目的以外の来場者集客にも取り組んでいる。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	120ha	標高差	539m
リフト数	12(ゴンドラ1,リフト11)	最長滑走距離	3,300m
コース数・レベル		最大斜度	35°
		営業期間	12/13~3/29 8:00~17:00
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(未圧雪, バックカントリー)	チケット代	4,600円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

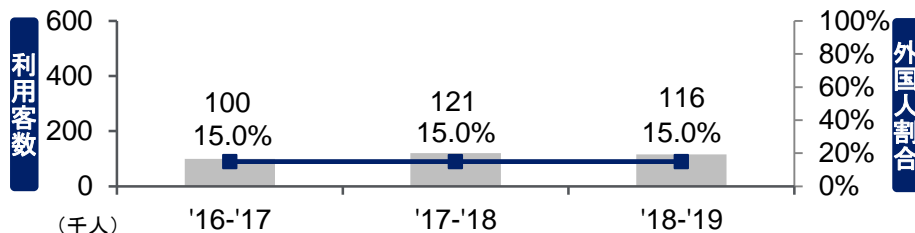
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

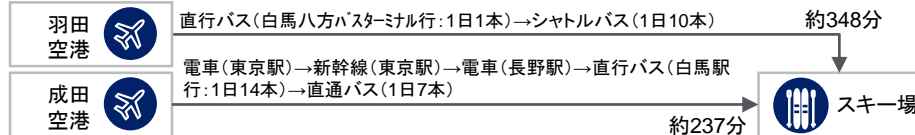
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中	無	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

海外で人気の最新アクティビティの体験会開催で新たな利用客を開拓

- ・2020年1月に海外で話題となっているスノーフィート(靴と同サイズの小さなスキー)の日本初体験会を実施する等、新たな利用客開拓に向けた活動を実施

アフタースキーはカフェラテで絶景を満喫

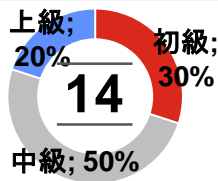
- ・北アルプスが一望できる標高1,289m山頂カフェでは、飲食をしながら絶景を満喫可能
- ・秋には紅葉も楽しめる

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 白馬乗鞍温泉スキー場(株)マックアース

初心者・ファミリー層が遊べるようファミリーコース、キッズパーク等が整っている。また、ゲレンデとホテルが直結しているため、白馬コルチナと往来が自由になっている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	50ha	標高差	600m
リフト数	9(リフト9)	最長滑走距離	2,500m
コース数・レベル		最大斜度	38°
		営業期間	12/17~3/31 8:30~16:30
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	有(未圧雪)	チケット代	4,100円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

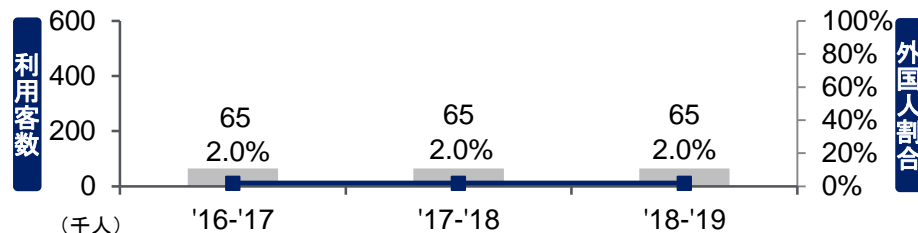
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	無

#### ■ インバウンド対応

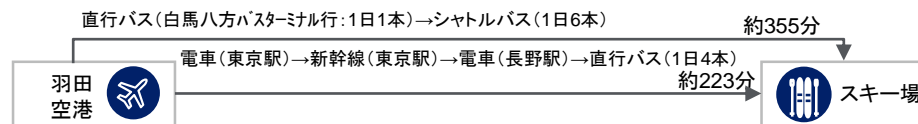
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英	無	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

初心者&ファミリー向けに独立したコース ゲレンデ直結のホテルが立地を設定

- ・初心者やファミリーでも安心してスキーができるように、専用コースを他のコースと独立させて設置
- ・温泉やプールが完備されたホテルがゲレンデ直結で立地しており、宿泊時に快適にスキーを満喫可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 鹿島槍スキー場(鹿島槍スポーツヴィレッジ)

HAKUBA VALLEY のなかでも大都市圏から最も近いスキー場であり、白馬山麓や青木湖を望みながら5,000mの滑走を楽しめるコースがある。また、「しましかキッズパーク」や「セントラルプラザ1130」等、様々な属性に対応できる施設を有している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	78ha	標高差	720m
リフト数	9(リフト8,その他1)	最長滑走距離	5,000m
コース数・レベル		最大斜度	38°
		営業期間	12/14~4/5 8:00~16:30
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(パーク)	チケット代	4,000円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

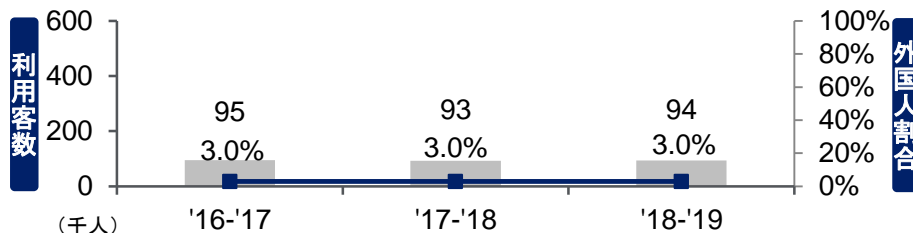
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

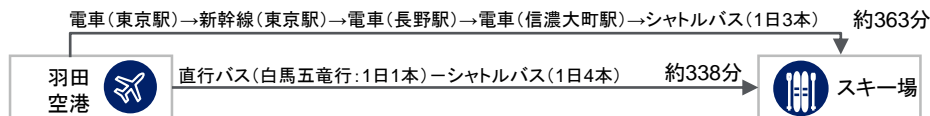
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	無	無	無	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

**子ども連れ、家族に優しい施設が充実**  
 ・しましかキッズパークには豊富な遊具やキッズガーデンなど、スキーをしない子どもも楽しめる施設が整備

**夏季は冷涼な気候を生かしスポーツ合宿所として機能**  
 ・ロードバイク等のスポーツ合宿のみならず、音楽や学習合宿の場としても活用されている



## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 エイブル白馬五竜(株五竜)

眺望と雪質の良さが魅力の「アルプス平ゲレンデ」、スキー場の玄関口で広々した「とおみゲレンデ」、ファミリー層が安心して滑走できる「いいもりゲレンデ」と3つのゲレンデを有している。また、全国でも珍しいモーグルスクールを開講している等の特徴がある。来場者数が年間44万人とHAKUBA VALLEYの中で最も多く、外国人割合も30%と高い。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	120ha	標高差	926m
リフト数	12(ゴンドラ1,リフト11)	最長滑走距離	5,000m
コース数 ・レベル		最大斜度	35°
		営業期間	11/15~5/6 8:00~21:30
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪,バックカントリー)	チケット代	5,500円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

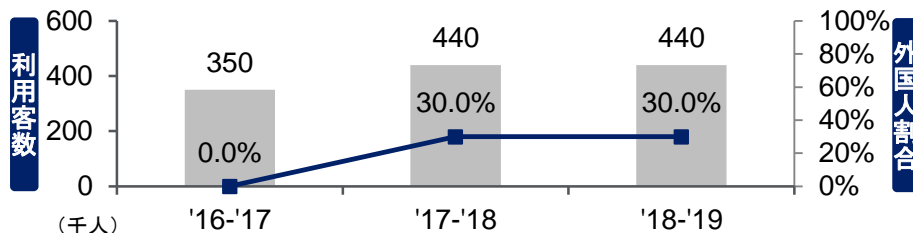
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

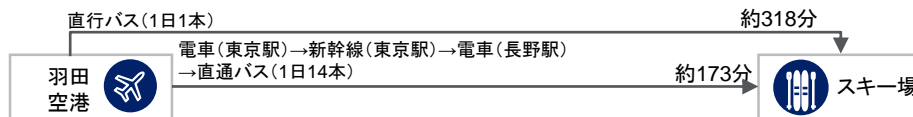
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

全国でも珍しいモーグルのスクール開講 3つのエリアに様々な宿泊施設が点在  
 ・モーグルやフリースタイル系のスキーを習得したい人向けに、全国でも珍しい専門スクールを設置  
 ・とおみ地区、いいもり地区、国道沿いの3つのエリアに、ホテル、貸コテージ等、様々なニーズに対応可能な宿泊施設が点在

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 白馬八方尾根スキー場(白馬観光開発株)

1998年に開催された長野冬季オリンピックの開催会場であり、利用者数も年間約40万人とHAKUBA VALLEY内でも人気のスキー場である。山頂と山麓の標高差も1,000mを超え、国内屈指のパウダースノーが楽しめること、さらには最長滑走距離が8,000mのロングクルージングが可能となっている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	220ha	標高差	1,071m
リフト数	23(ゴンドラ1,リフト22)	最長滑走距離	8,000m
コース数・レベル		最大斜度	35°
		営業期間	11/23~5/6 8:00~21:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(未圧雪,バックカントリー)	チケット代	5,500円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

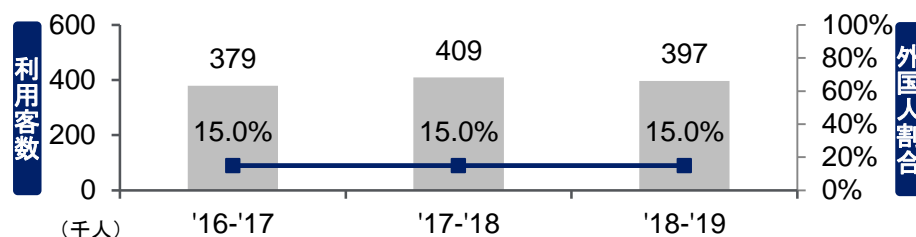
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

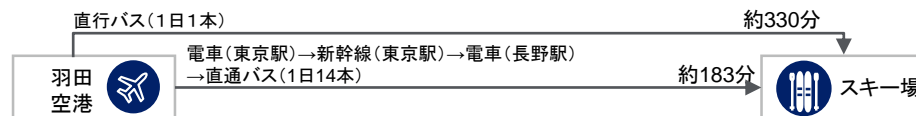
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中	有	有	有	有	インターナショナルATM&外貨両替機

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### JNTO認定外国人案内所が隣接

・白馬八方尾根の入り口には、バスチケット、スキー関連グッズの販売等を行うインフォメーションセンターがあり、英語対応も可能

##### ゲレンデ周辺には宿泊施設が充実

・民宿、ペンション、温泉旅館、ホテル等、多様なニーズに対応可能な宿泊施設が隣接

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 柵池高原スキー場(白馬観光開発株)

総面積が196haと北アルプス白馬エリアでは最大級規模のスキー場であり、ゆるやかな斜面と幅広いゲレンデが大きな特徴となっている。最長滑走距離4,900mのロングコースも初級者が楽しむことができるため、家族連れやビギナーのエントリーコースとして知られている。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	196ha	標高差	904m
リフト数	19(ゴンドラ1,リフト18)	最長滑走距離	4,900m
コース数・レベル	 上級; 20% 初級; 50% 14 中級; 30%	最大斜度	35°
		営業期間	12/23~5/6 8:00~17:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(ポールバウンド、パーク、バックカントリー)	チケット代	5,100円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

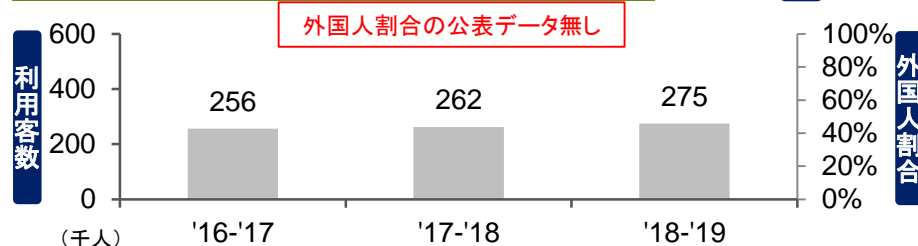
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	無

#### ■ インバウンド対応

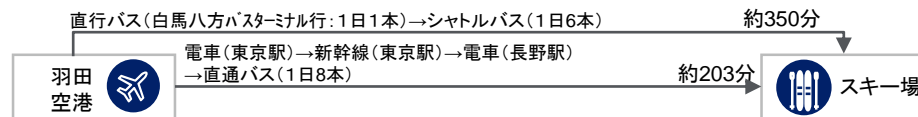
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓・泰	無	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

白馬随一の規模を誇り、初心者・子どもから上級者まで広範囲のニーズに対応  
 ・10種類のコースには幅1,200mある緩斜面も用意され、初心者・子どもから上級者に至るまで、幅広いニーズに対応

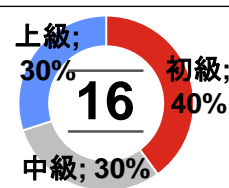
スノーシューで柵池自然園を散策可能  
 ・柵池自然園は標高1,900mに位置する日本有数の高層湿原で、冬季はスノーシューで雪原散策が満喫可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 白馬コルチナスキー場(奥白馬高原開発株)

初級者用のゲレンデから標高1,400mの絶景を楽しむ上級者コースまで幅広くカバーしている。また、スキー場直営のホテルが近接しており、ゲレンデとホテルが直結している。近年では、天然雪100%のパウダースノーを強みとして海外PRを行っており、外国人割合も年々増加傾向にある。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	92ha	標高差	530m
リフト数	6(リフト6)	最長滑走距離	3,500m
コース数・レベル		最大斜度	42°
		営業期間	12/14~4/5 8:30~20:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(バックカントリー)	チケット代	4,200円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

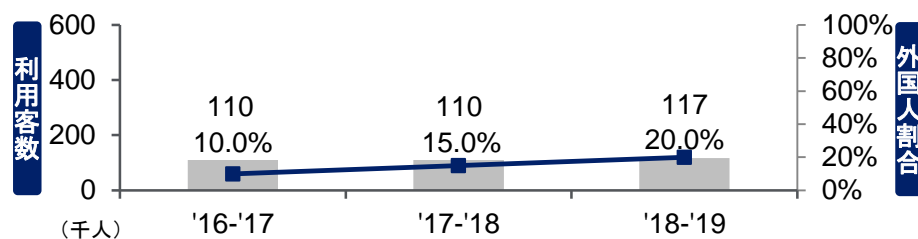
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

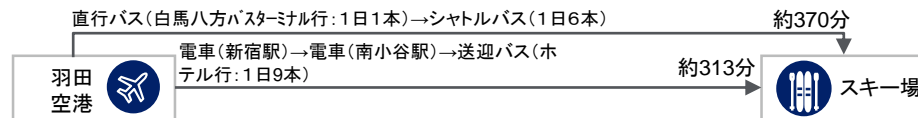
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
無	無	無	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### ゲレンデ直結のホテルでも充実

・スキー場直営でゲレンデ直結のホテルがあり、大浴場や地元食材を使ったメニューがあるカフェなど、アフタースキーで楽しめる施設が充実

##### 冬以外には隣接するイングリッシュガーデンで観光可能

・5月~10月にかけては英国式庭園として整備されたイングリッシュガーデンで季節の花々を鑑賞可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 野沢温泉スキー場(株)野沢温泉

標高1,085m、コース総面積297ha、36のコース数、最長滑走距離10kmのロングコースを有する等、日本最大規模のスキー場である。場内にはスノーボードパークやスカイアクティビティも充実しており、周辺に温泉街が集積している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	297ha	標高差	1,085m
リフト数	20(ゴンドラ2,リフト17,その他1)	最長滑走距離	10,000m
コース数・レベル		最大斜度	39°
		営業期間	11/23~5/6 8:40~20:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	無	チケット代	5,200円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

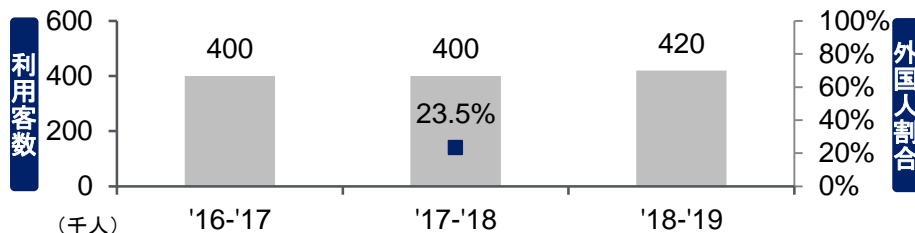
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・韓	無	有	有	有	無

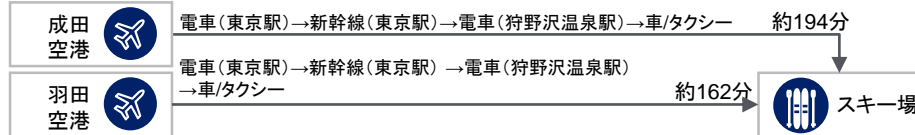
#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



※ 外国人割合は、17-18シーズンのみの実績データを記載

#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

スキー以外でスカイアクティビティも充実  
 ・ゲレンデ最上部から麓まで張られたワイヤーケーブルでゲレンデ上空を飛ぶことができるジップ・スカイライドを設置

アフタースキーで温泉街を探索

・近接する野沢温泉には外湯(共同浴場)があり、入浴や付近の飲食店利用等、自分なりに旅をカスタマイズしたい旅行者に人気

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 安比高原スキー場(桧岩手ホテルアンドリゾート)

ゲレンデの総面積282ha、最長滑走距離5,500mと、八幡平から連なる前森山を中心とした日本最大規模のスキー場である。現在、ICカードのリフトゲートシステムの導入や、多言語AIチャットボットの導入等、インバウンドを意識した設備投資を実施している。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	282ha	標高差	804m
リフト数	13(ゴンドラ1,リフト12)	最長滑走距離	5,500m
コース数 ・レベル		最大斜度	34°
		営業期間	11/30~5/6 8:30~20:00
キッズパーク	有	ナイター	有
特殊コース	有(バックカントリー)	チケット代	5,600円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

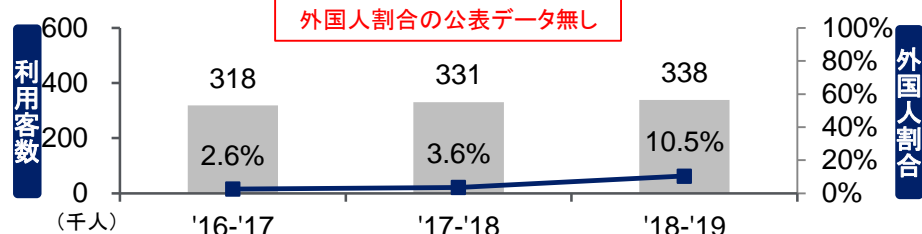
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキー ボード ウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応

情報の 多言語化	スタッフ	レッスン・ スクール	フリー WiFi	キャッシュ レス対応	その他
英・中 韓・泰	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



※外国人割合の公表値はないが同資料内に安比高原がある八幡平市の外国人観光客入込客数がある。八幡平市の外国人観光客はスキー場を利用していると仮定して、スキー場の利用客数を八幡平市の外国人観光客入込客数で除して算出(参考値)

#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

ICカード化によりスピードイーに入場可能

- 全コースにICカードで通過可能なリフトゲートシステムを導入
- チケット売り場に並ぶことなくゲレンデ入場が可能

多言語での宿泊施設予約に対応

- 多言語AIチャットボット「talkappi」を導入し、多言語での宿泊施設予約とオンライン上での事前決済に対応

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 GALA湯沢(株)ガーラ湯沢

上越新幹線駅から直結しており、都心からのアクセスが良い。インバウンドスキー客をターゲットに、かまくら体験・雪だるま作り等の体験コンテンツが充実している。近年では、外国人割合も25%と年々上昇傾向にある。

#### ■ ゲレンデ情報

総面積	70ha	標高差	381m
リフト数	11(ゴンドラ1,リフト9,その他1)	最長滑走距離	2,500m
コース数・レベル		最大斜度	33°
		営業期間	12/14~5/6 8:00~17:00
キッズパーク	有	ナイター	無
特殊コース	無	チケット代	5,000円

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)

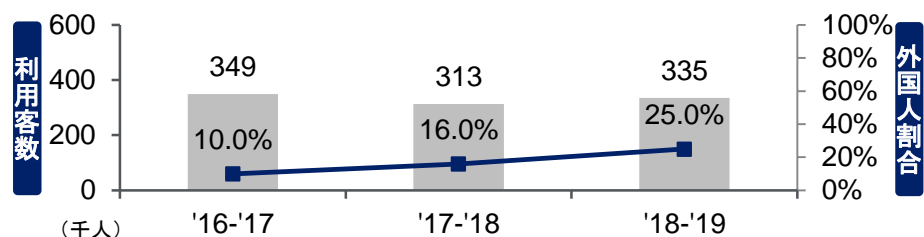
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人ジュニアキッズ	無	有	有

#### ■ インバウンド対応

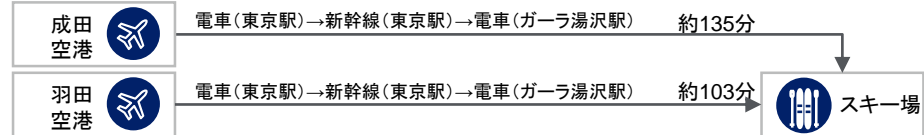
情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英・中・泰	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

新幹線駅直結スキー場は交通系電子マネーで決済可能  
 ・新幹線改札を出た目の前がリフトチケット売り場となっているが、交通系電子マネーで支払可能

インバウンド向けに非スキー体験を充実  
 ・雪を見るのは初めてというインバウンド旅行客も多く、かまくら体験や雪だるまづくりといったスキー以外の体験が可能

## 1-2. 調査結果

### 1. 各スキー場の基礎情報 ベイルマウンテンスキー場(ベイルリゾート)

世界で最も規模の大きいスキー場の1つであり、スキーそのものだけでなく、マウンテンダイニングやマウンテンツアー、レッスン等の体験メニューが多く充実している。また、VailAprès(ベイルアプレ)というアフタースキーの価値提案を行っている点にも特徴がある。

#### ■ ゲレンデ情報\*

総面積	2,140ha	標高差	1,051m
リフト数	62(ゴンドラ31,リフト2,その他29)	最長滑走距離	6,400m
コース数・レベル		最大斜度	無
		営業期間	11/7~3/15 9:00~15:30
キッズパーク	無	ナイター	無
特殊コース	有	チケット代	24,000円 (1ドル=110円換算)

#### ■ 施設・設備の状況(スキー場併設施設を含む)\*

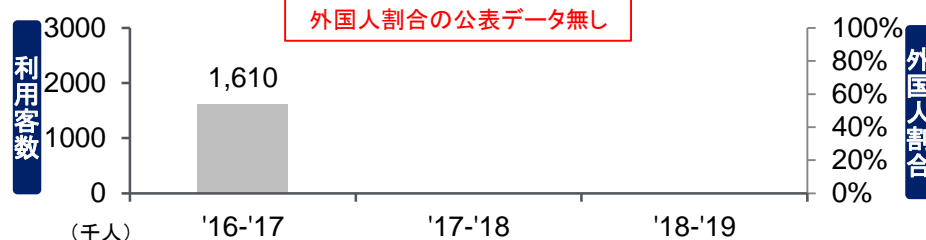
宿泊	レンタル	レッスン	ICカード	飲食	託児所
有	スキーボードウェア	大人 ジュニア キッズ	有	有	有

#### ■ インバウンド対応\*

情報の多言語化	スタッフ	レッスン・スクール	フリーWiFi	キャッシュレス対応	その他
英	有	有	有	有	無

#### ■ 来場者数

推計方法 **A**



※ 利用客数は、16-17シーズンのみの実績データを記載

#### ■ 空港からスキー場までのアクセス



#### ■ スキー場の特徴等

##### マウンテンツアーの実施

・山の地形や、スキー場の歴史等を学ぶ  
ツアーを無料で実施

##### アフタースキー

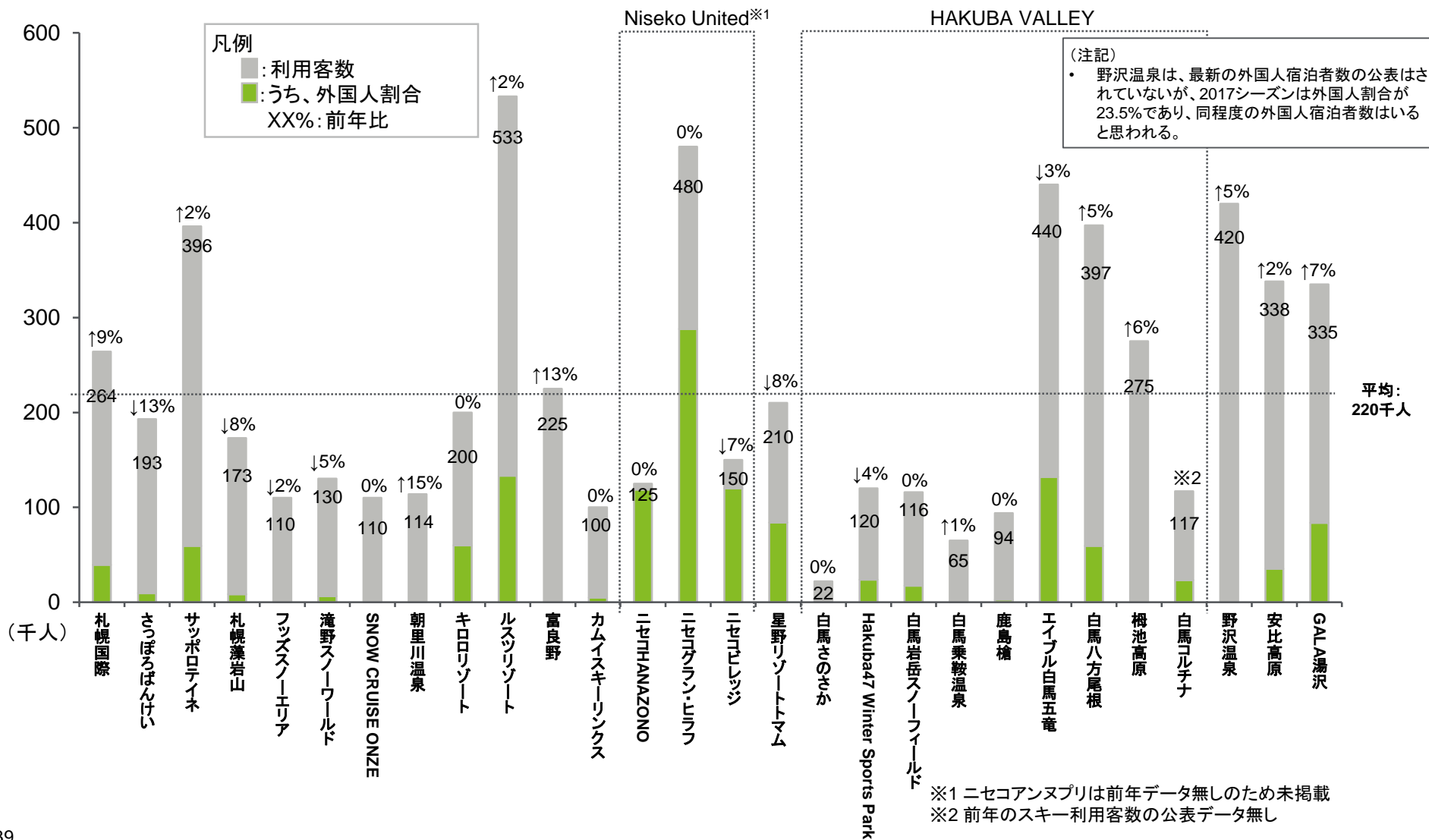
・午後3時以降から社交場がオープンし、スキーウェアを着用したままバーに立ち止まるアフタースキーの提案を実施



# 1-2. 調査結果

## 2. スキー場比較 ①スキー場利用客数と外国人割合(推計)

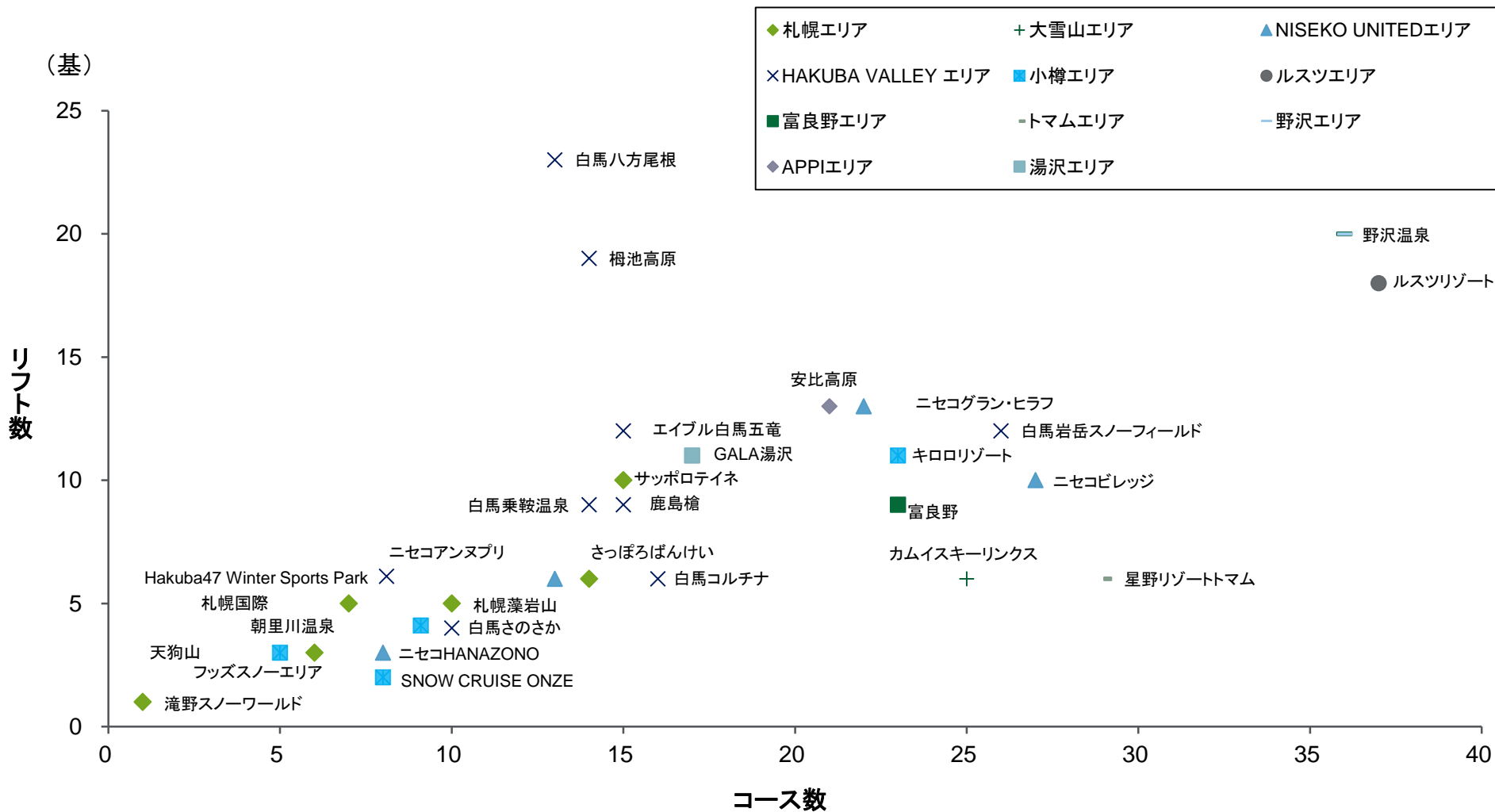
札幌市内スキー場のスキー場利用客数では、調査対象とした国内スキー場の平均利用客数(220千人)を超えているのは、札幌国際とサッポロロティネのみであり、利用客数は少ない方である。また、道内の主要スノーリゾート(キロリリゾート、ルスツリゾート、Niseko United、星野リゾートトマム)の外国人割合が25%以上であることを踏まえると、札幌市内スキー場の外国人割合は低い。



# 1-2. 調査結果

## 2. スキー場比較 ②ゲレンデ規模

札幌市内スキー場のゲレンデ規模(リフト数とコース数)で比較すると、小規模から中規模が多い。  
特に、コース数が少なく、リピーターや長期滞在者にとっては物足りないと感じられている可能性がある。

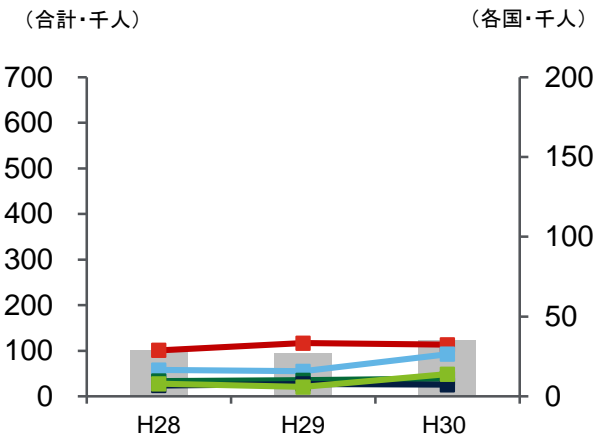


# 1-2. 調査結果

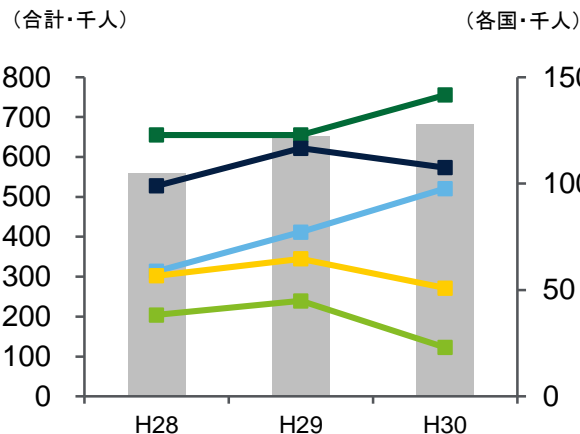
## 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間)＜宿泊施設併設スキー場＞

ルスツ、Niseko United、トナムとも、アジア系の外国人宿泊者数が多いが、オーストラリアの宿泊者数も集客出来ている。

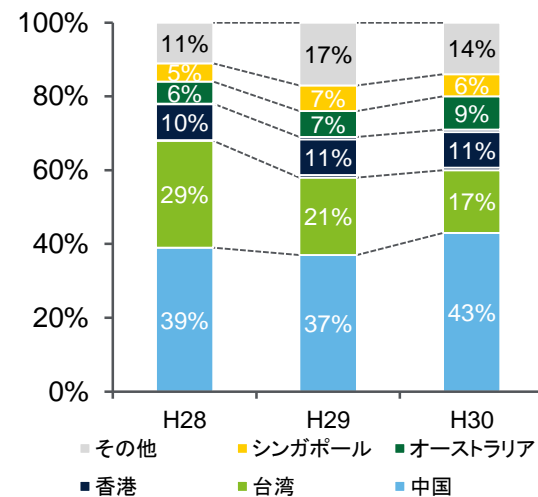
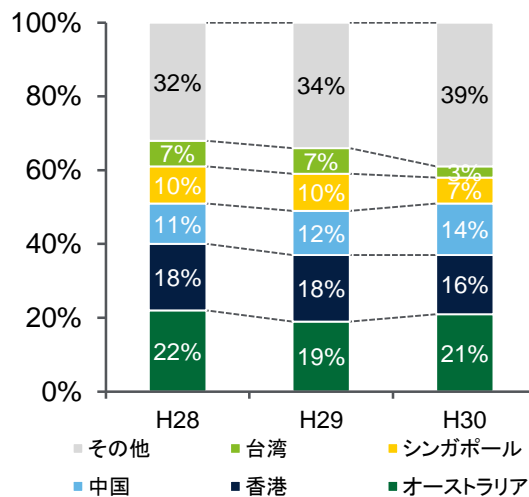
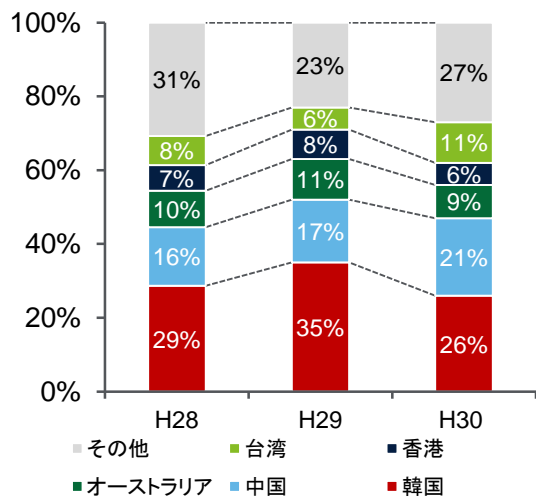
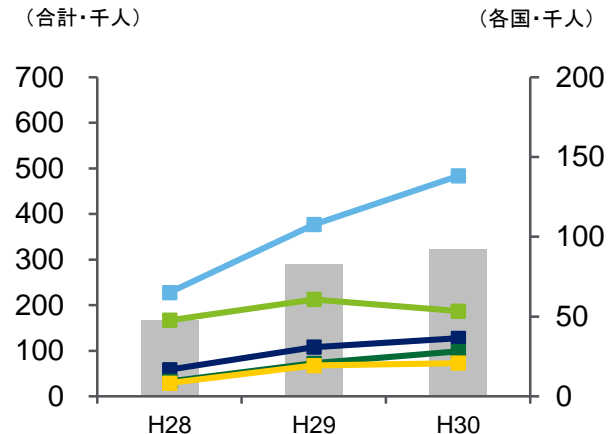
### ■ ルスツ



### ■ Niseko United



### ■ トナム



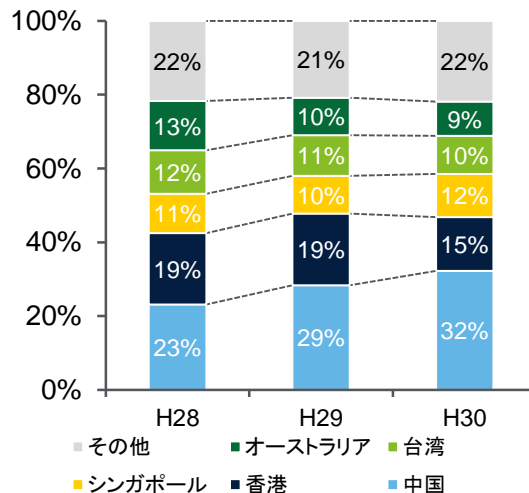
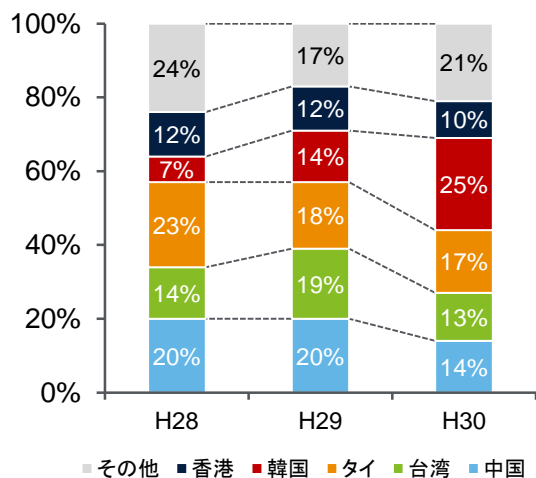
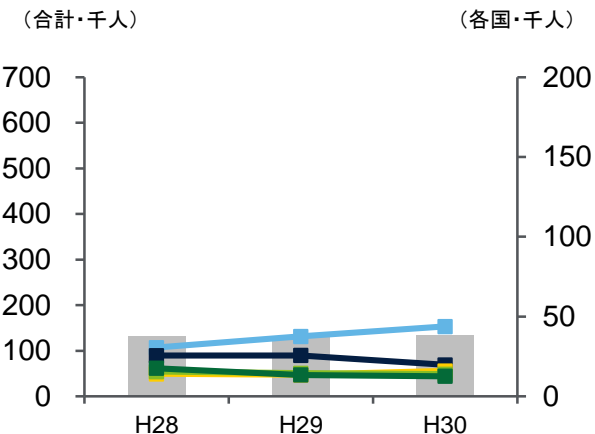
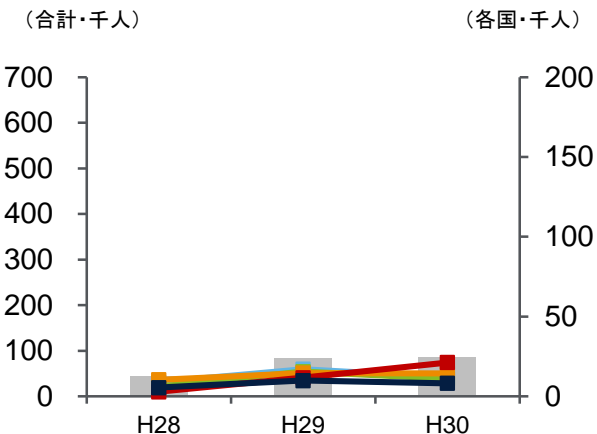
## 1-2. 調査結果

### 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間)＜宿泊施設併設スキー場＞

キロロはアジア圏の宿泊者が大半だが、どこかの国に集中することなくバランスよく集客出来ている。  
富良野もアジア圏の宿泊者が大半だが、オーストラリアの宿泊者も集客出来ている。

■ キロロ

■ 富良野



## 1-2. 調査結果

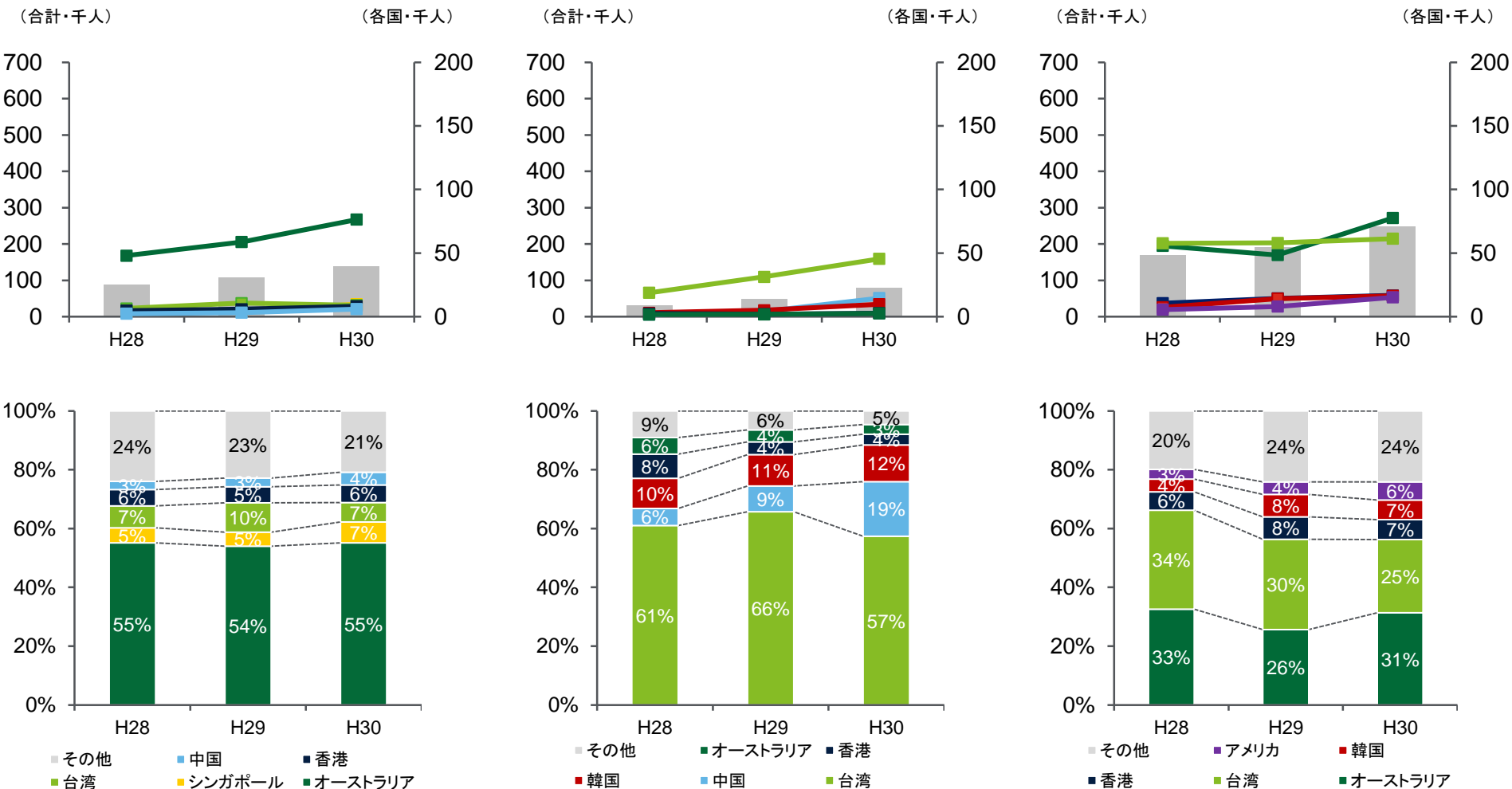
### 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間)＜宿泊施設併設スキー場＞

道外のスノーリゾートでも、オーストラリアの宿泊者を集客出来ている。野沢温泉は外国人宿泊者の半数以上がオーストラリアとなっており、オーストラリアのスキー客は、温泉や日本を感じられる建物や街並みに興味をしめしている可能性がある。また、HAKUBA VALLEYは、米国の宿泊者も一定数いる。

#### 野沢温泉

#### 安比高原

#### HAKUBA VALLEY



# 1-2. 調査結果

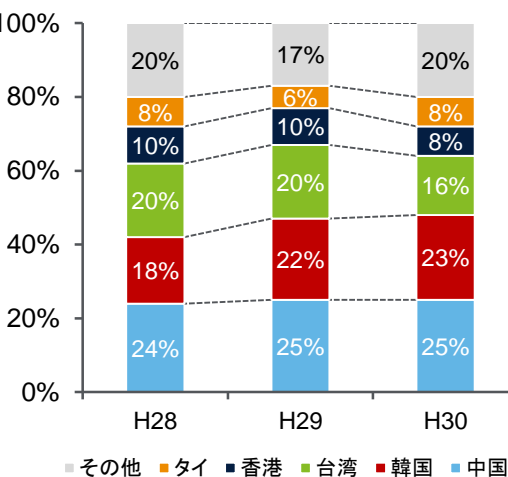
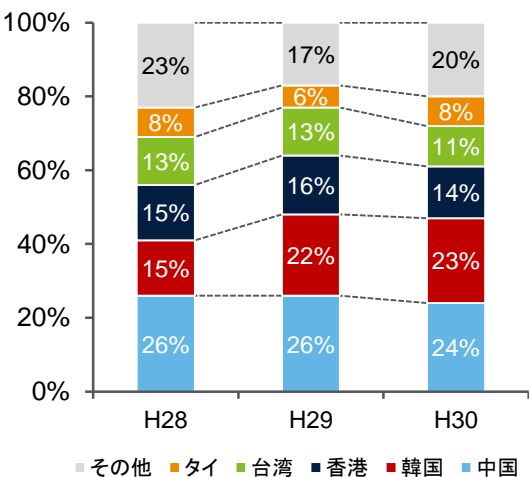
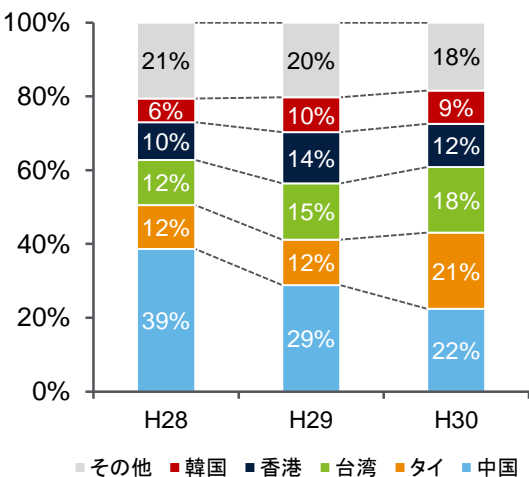
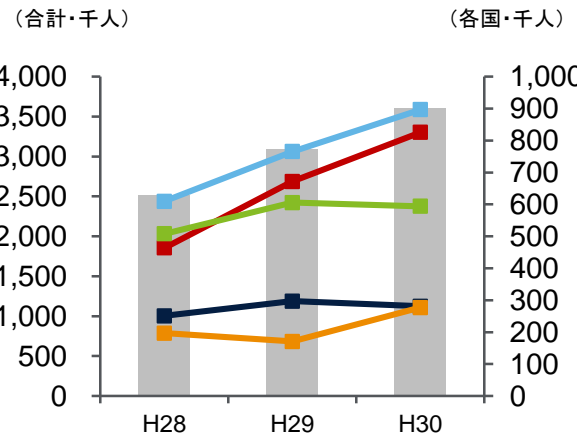
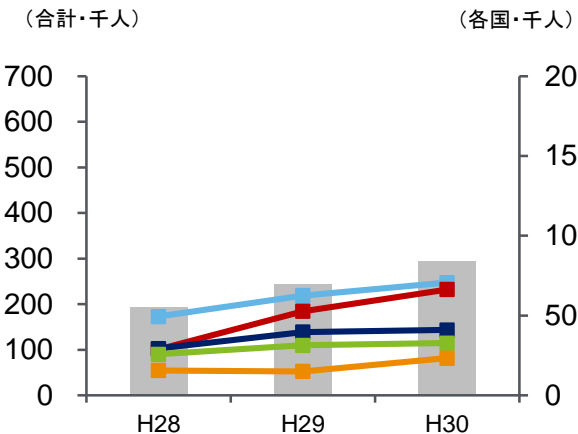
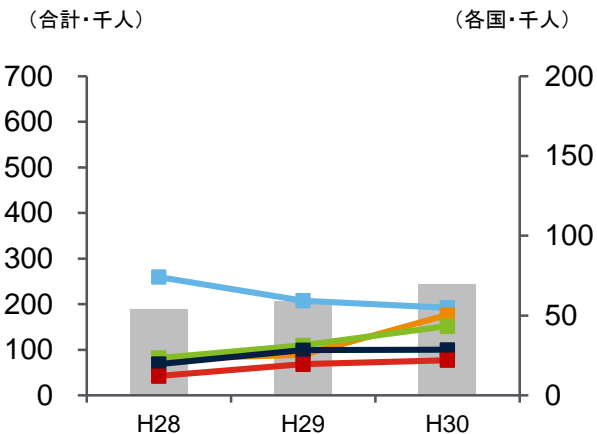
## 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間)＜都心部付近スキー場＞

都市圏の外国人宿泊者はアジア圏で8割近くを占め、スノーリゾートとの宿泊者の国籍構成が異なる。

### 旭川

### 小樽

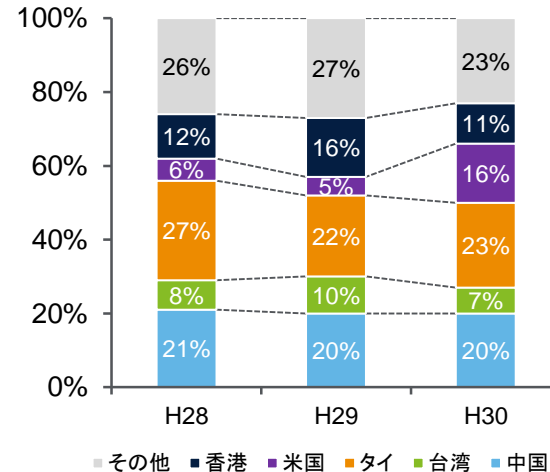
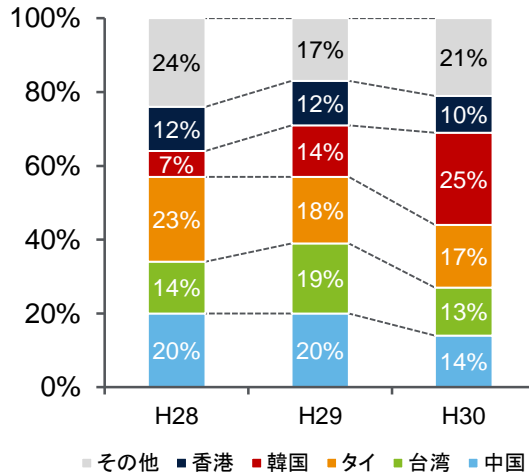
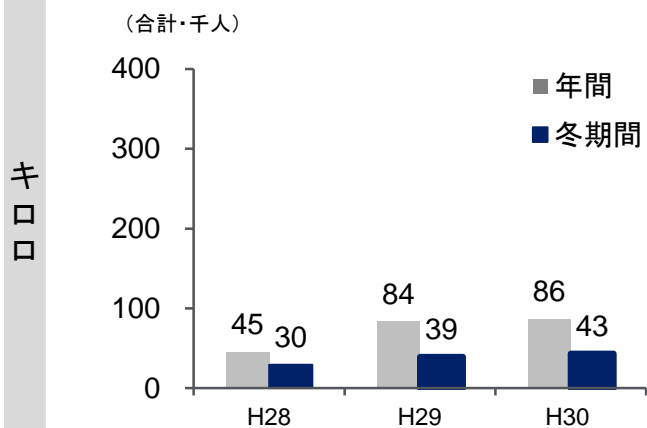
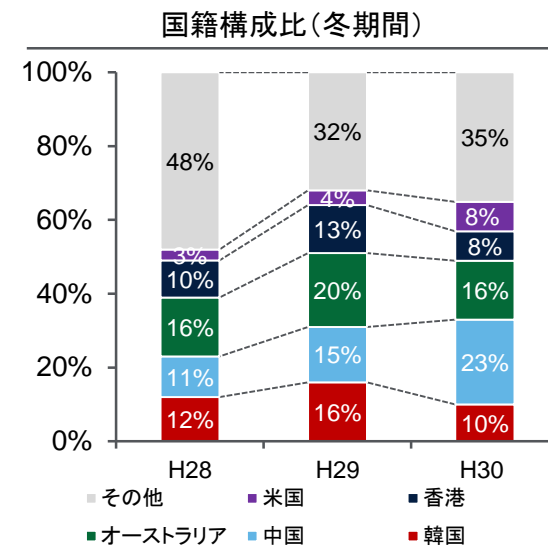
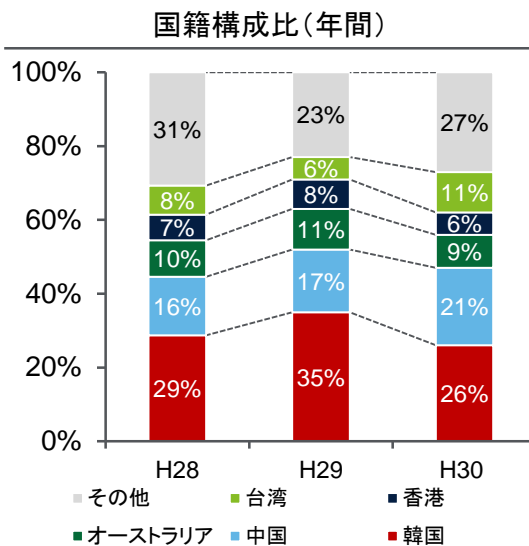
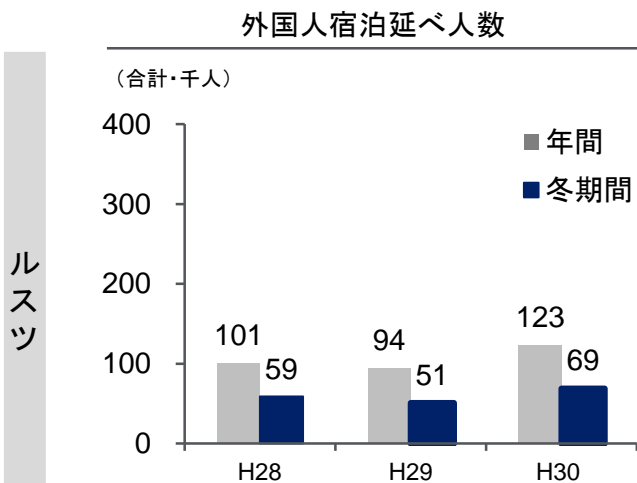
### 札幌



# 1-2. 調査結果

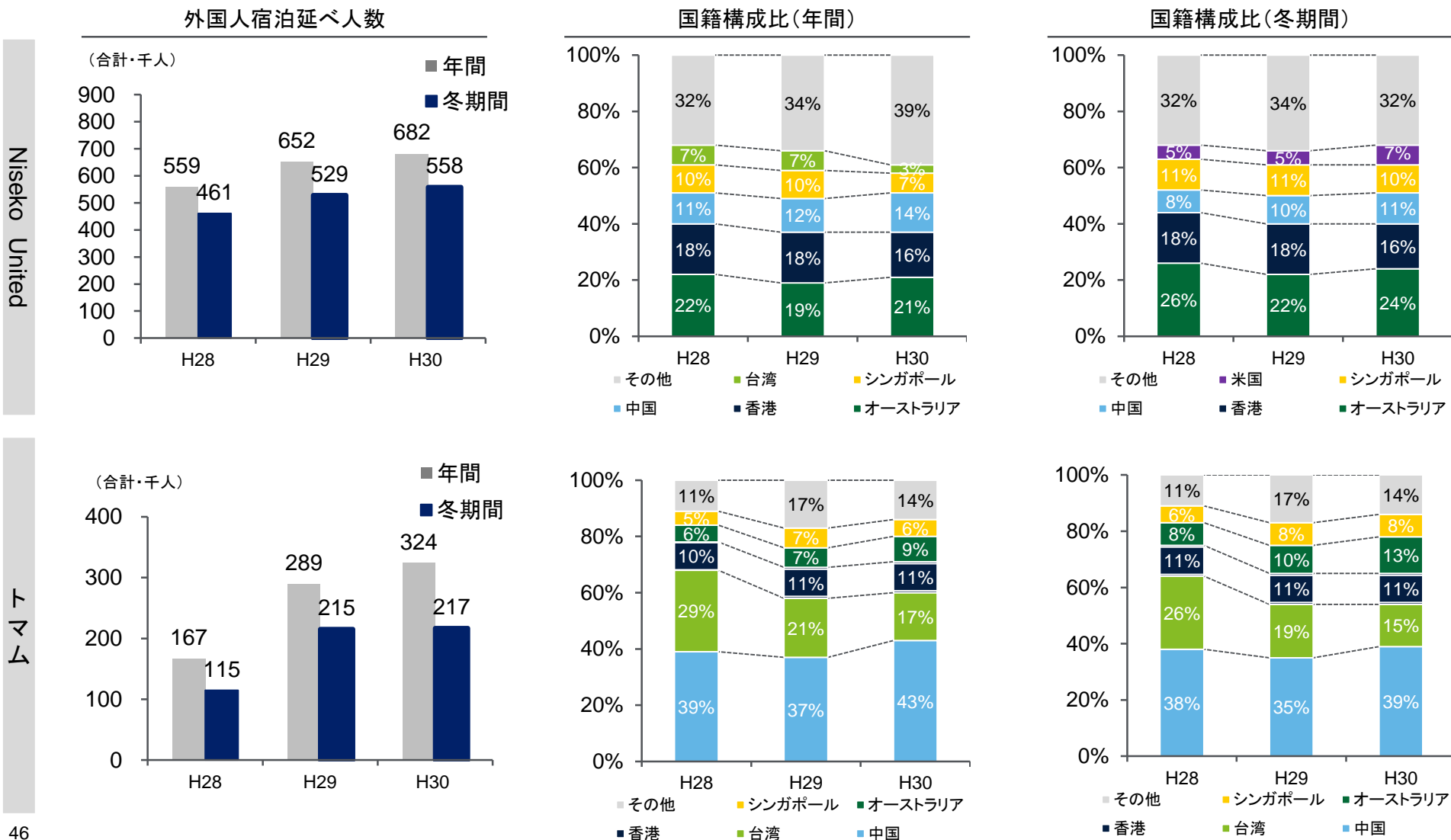
## 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間・冬期間(12月～3月))

ルスツは、外国人宿泊者の約55%が冬期間に集中している。国籍構成比は、冬期間では韓国、台湾の構成割合が低くなり、オーストラリア、米国の構成割合が高くなっている。キロロも、外国人宿泊者の約50%が冬期間に集中している。国籍構成比は、冬期間では韓国、台湾の構成割合が低くなる一方で、米国が高くなる傾向にある。



2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間・冬期間(12月～3月))

ニセコは、外国人宿泊者の約80%が冬期間に集中している。国籍構成比は、年間を通じてアジア・オセアニア圏の構成割合が高いものの、冬期間では米国の構成割合が高くなっている。トナムも、外国人宿泊者の約70%が冬期間に集中している。国籍構成比は、年間と冬期間で来訪している外国人宿泊者の国籍は変わらないものの、冬期間はオーストラリアの構成割合がやや高くなる傾向にある。

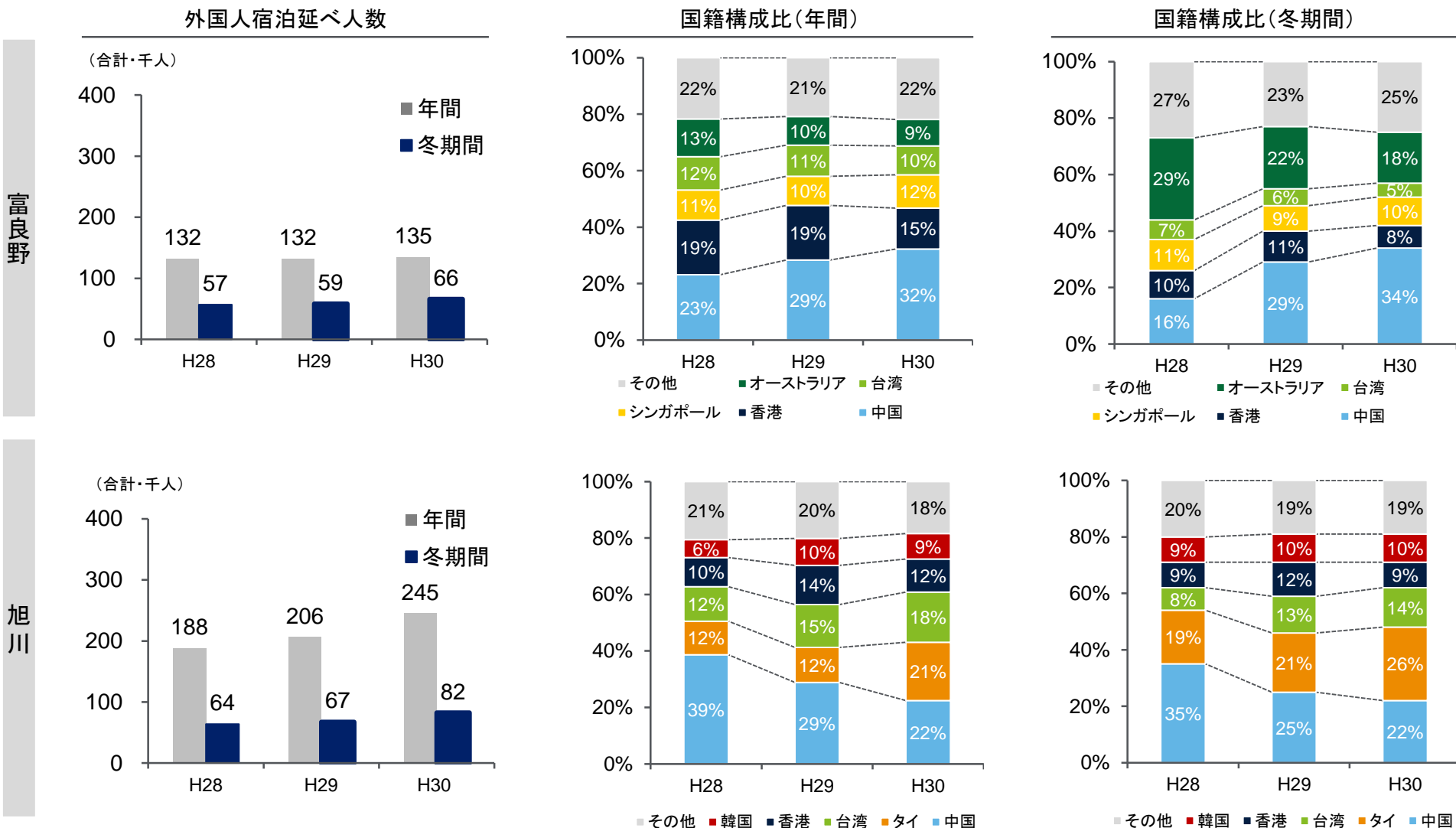




# 1-2. 調査結果

## 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間・冬期間(12月～3月))

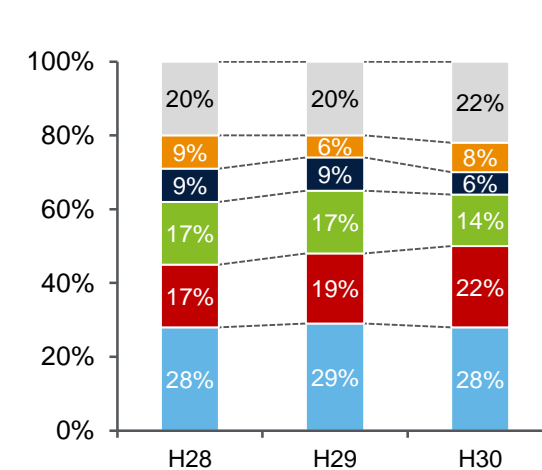
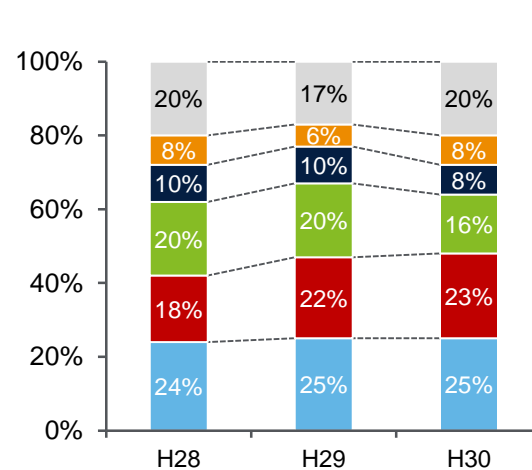
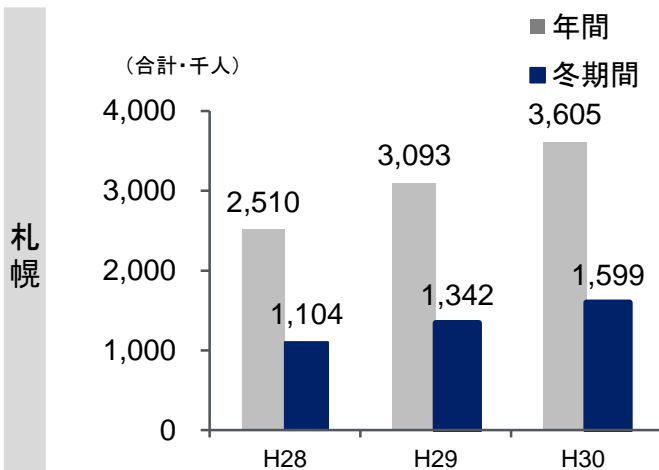
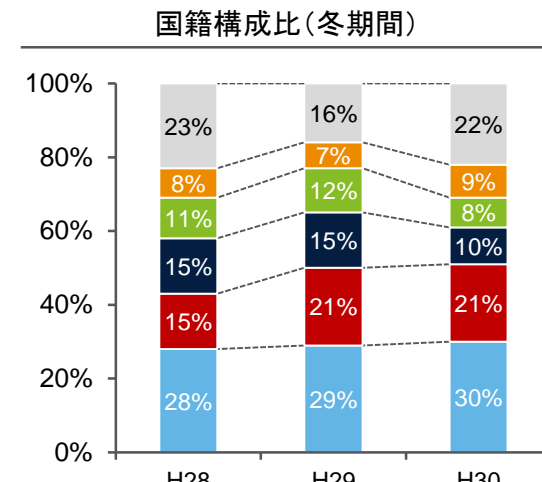
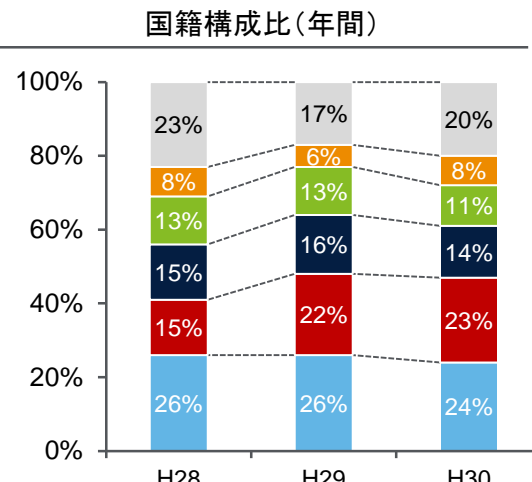
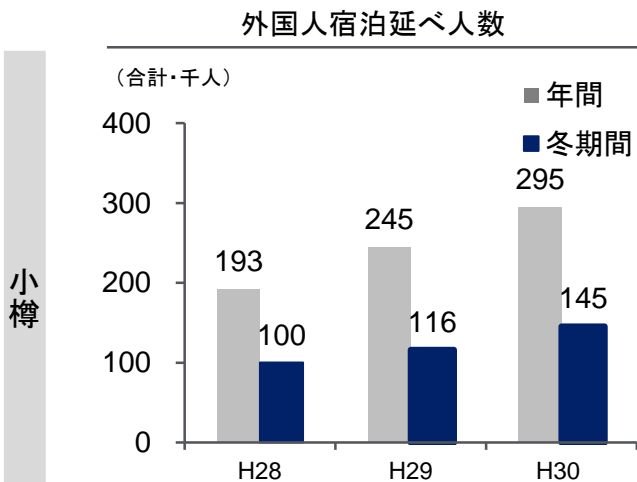
富良野は、外国人宿泊者の約50%が冬期間に集中している。国籍構成比は、香港、台湾の冬期間の構成割合が減る一方で、オーストラリアの構成割合が高くなる傾向にある。旭川は、外国人宿泊者の約30%が冬期間に来訪している。国籍構成比は、台湾、香港の冬期間の構成割合が低くなる傾向にある。



## 1-2. 調査結果

### 2. スキー場比較 ③外国人宿泊延べ人数(年間・冬期間(12月～3月))

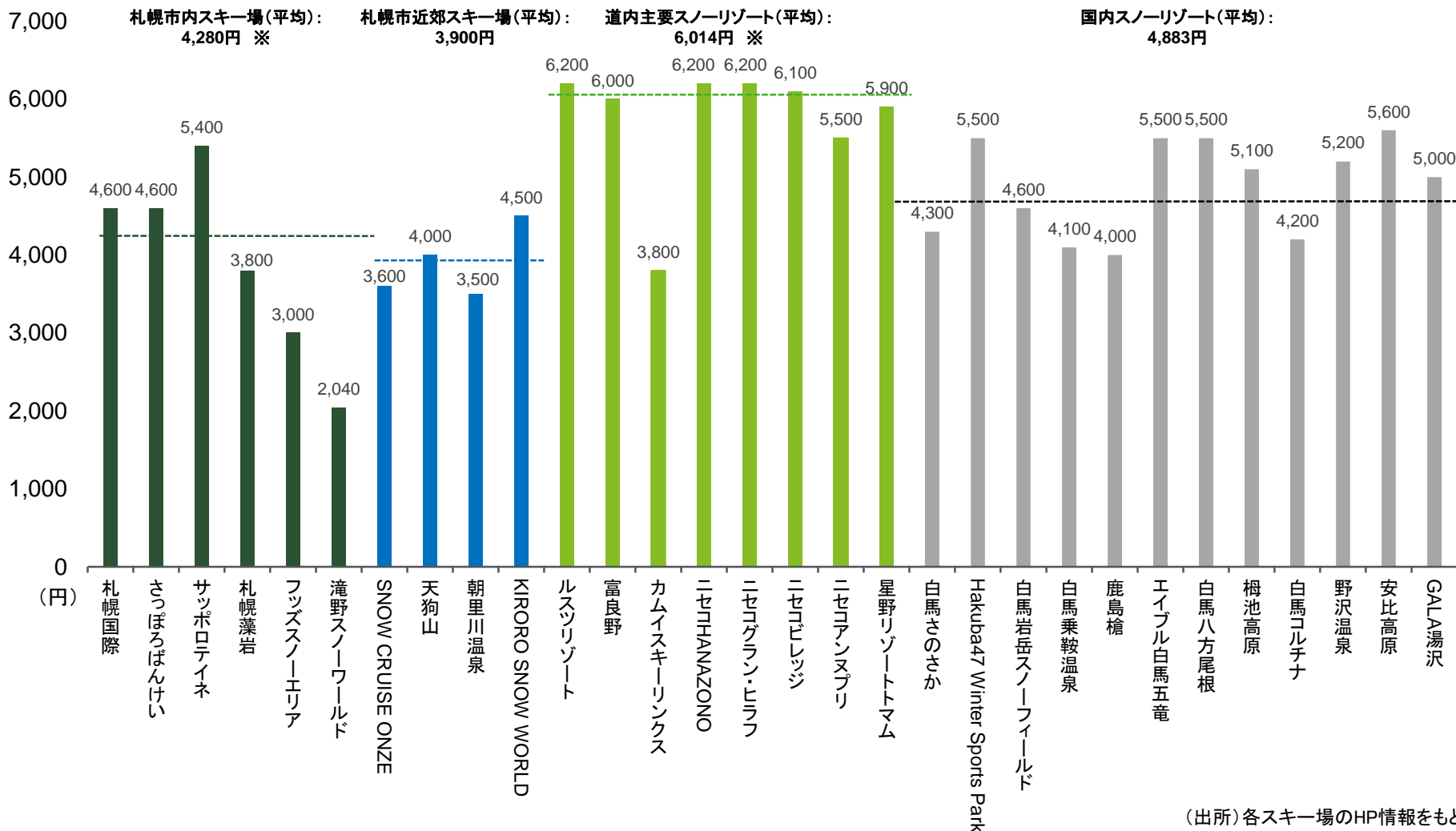
小樽市は、外国人宿泊者の約50%程度が冬期間に集中している。国籍構成比は、年間を通じてアジア圏で構成されており、冬期間の構成割合に大きな変化はない。札幌市は、外国人宿泊者の約45%が冬期間に集中している。国籍構成比は、小樽市と同様、年間を通じてアジア圏で構成されており、冬期間の構成割合に大きな変化はない。



## 1-2. 調査結果

### 2. スキー場比較 ④リフト料金比較(国内スキー場)

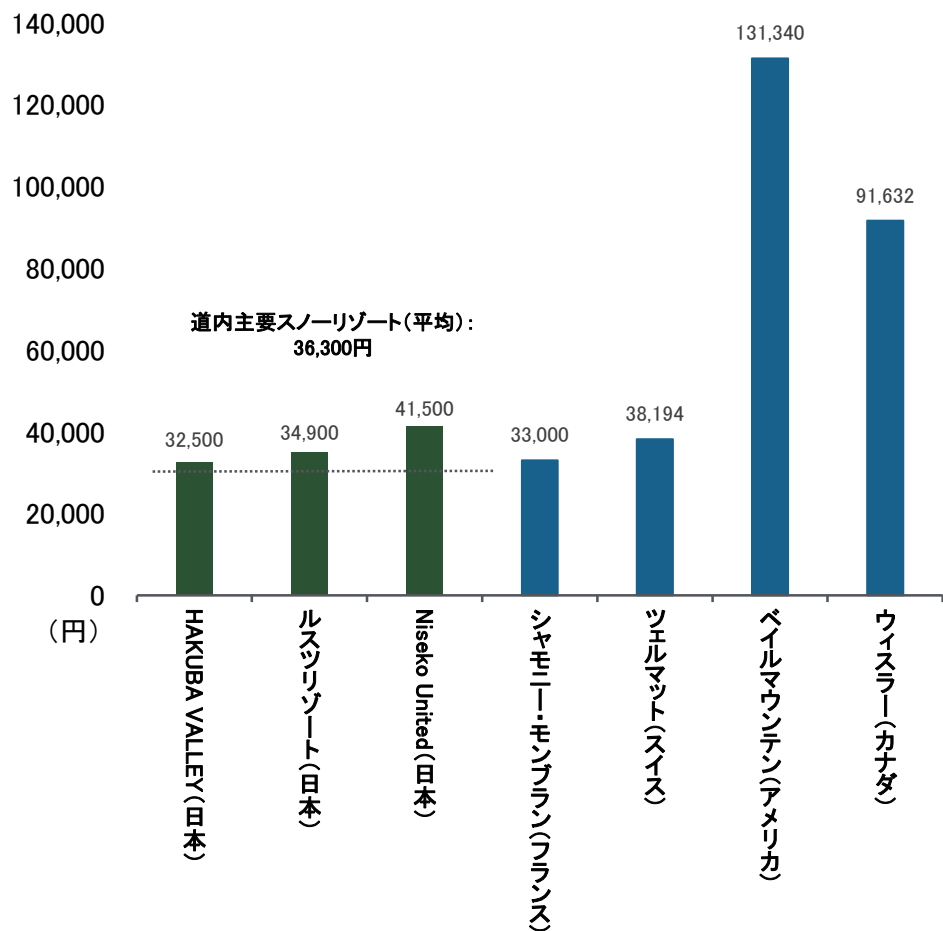
市内6スキー場と他スキー場のリフト料金(1日券)を比較した場合、札幌近郊スキー場の料金に差は殆どないものの、道内主要スノーリゾートのリフト金額との比較では約3割程度安く、国内スノーリゾートとの比較でも1割程度安い。道内においては、価格面がPRポイントになる可能性がある。



※公設・公営の滝野スノーワールド、カムイスキーリンクスは利用料金が低いため平均値算出から除外

2. スキー場比較 ④リフト料金比較(国内外リゾート)

国内スノーリゾートと海外主要スノーリゾートとのリフト料金比較(6日利用リフト券)では、日本の3スキー場と、ツェルマツト、シャモニー・モンブランの価格差はあまりないが、ウイスラーは2.5倍、ベイルは3.6倍の価格差があり、北米と比べると日本のスノーリゾートのリフト料金は安い。北米と欧州では、スキー客層が異なる可能性が高いため、札幌スノーリゾートは、どちらの客層をターゲットするのか検討が必要である。



【比較条件】

- 19-20シーズンの6日間のリフト料金 (2020年2月現在)  
(なお、今回比較した海外はシーズン中の閑散期によって金額が変動する価格設計となっている。)
- リフト券は割引が適用されず当日購入の場合の金額
- 以下のレートにより算出  
(1米ドル=110円、1カナダドル=85円、1スイスフラン=113円、1ユーロ=120円で換算)

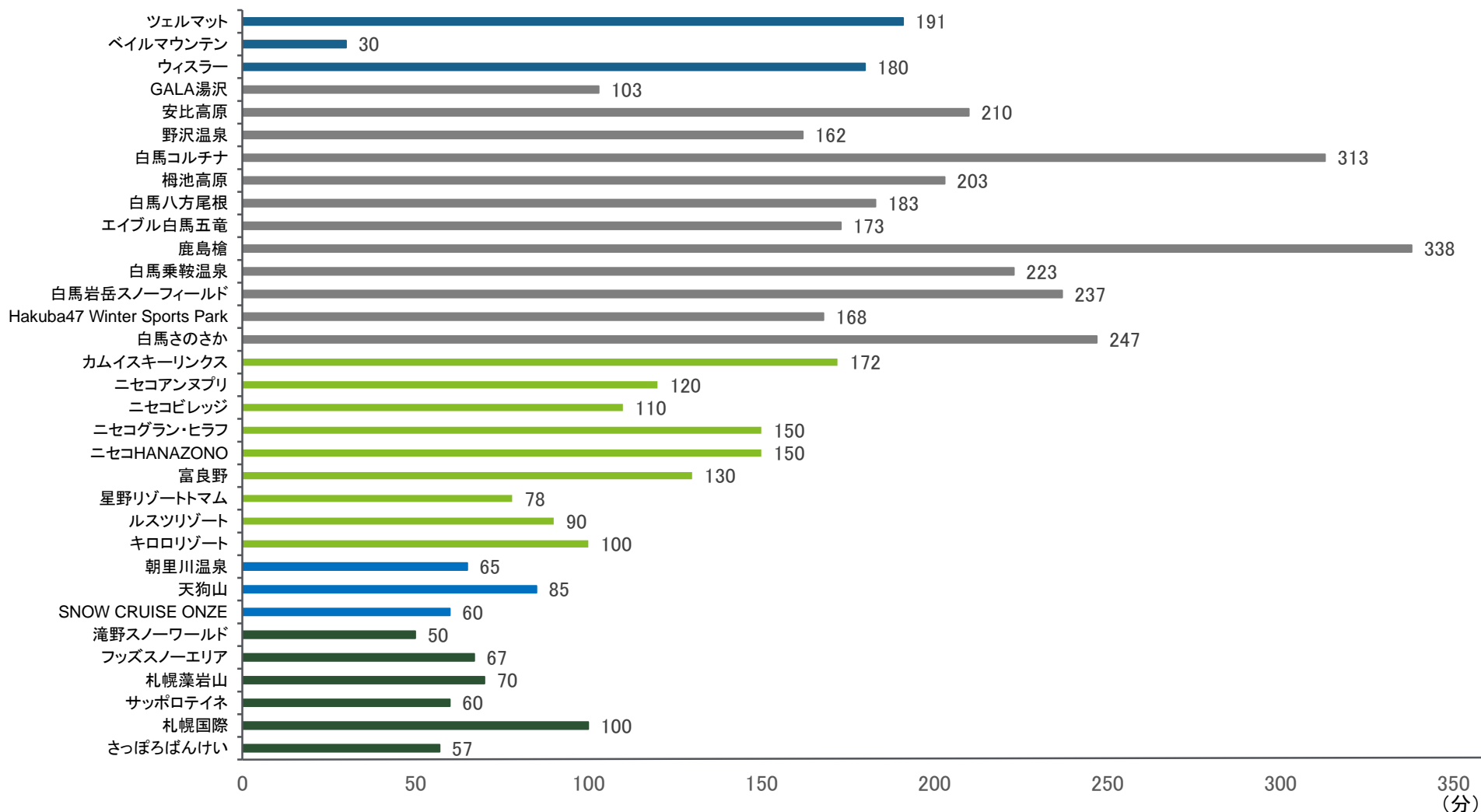
(出所) 各スキー場のHP情報をもとに作成

## 1-2. 調査結果

### 2. スキー場比較 ⑤空港からスキー場までの交通アクセス

札幌市内スキー場は、国際空港から1時間程度で到着することが可能であり、他スキー場と比較すると半分以上程度のアクセス時間となっている。

空港からのアクセス時間が短いことは、PRポイントになる可能性がある。



## 1-2. 調査結果

### 3. 先進的スノーリゾート地域の事例 ①大雪カムイミントラ

#### 地域経営組織

#### 大雪カムイミントラDMO

- ・ 周辺市町の出資により運営される広域型DMO「大雪カムイミントラDMO」が中心となって、スキー場への誘客に向けた商品造成やシャトルバス運行等を実施

令和元年度の収入(見込み)	
① 本部(DMO分)会計	52,294,000円
【市町村等からの負担金】	50,601,000円
【各種事業収入】	1,643,000円
【雑収入】	50,000円
② カムイスキーリンクス特別会計	265,407,000円
【市町村等からの負担金】	21,500,000円
【補助金, 交付金】	500,000円
【事業収入】	243,407,000円
合計(①+②)	317,701,000円

#### 【主な取組内容(抜粋)】

- 共通ICリフト券の発行、外国語案内、情報発信、販売方法等の共通化、シャトルバスの運行、共通ICリフト券と宿泊や交通がパックになった旅行商品化等
- 旅行事業者や宿泊施設、交通事業者、飲食店等との連携による各種トライアル事業の実施、検証、商品化等の先導的取組やガイド等の人材育成等

(出所) 日本版DMO形成・確立計画：大雪カムイミントラDMO(観光庁、2020年3月)  
(<http://www.mlit.go.jp/common/001268548.pdf>)をもとに作成

#### スキー場/地域事業者間の連携

#### 地元事業者による商品提供

- ・ 地元事業者と「稼ぐ仕組みの構築」を目的として、農業関係や食品加工、飲食店等の地元事業者との連携を図り、高くても高品質、安全安心な大雪ブランドとして商品化・販売を実施

#### 【取組内容】

- 地元で人気のカフェ『Fukuyoshi Cafe』(えびすけ株, 本社: 北海道旭川市, 代表取締役: 海老子川雄介) の出店
- 地元産の商品を提供(美瑛産しゅまり小豆の粒あん、旭川の新名物「トキワ焼き」等)
- 「カモンカムイカモンプロジェクト」(北海道観光振興機構 平成30年度広域観光推進事業(観光地づくり)大雪エリア旅行客受入環境整備事業)で商品開発を行った『旭川産牛肉のローストビーフ丼』の提供

(出所) PR Times (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000017.000034482.html>)  
をもとに作成

#### 重点ターゲットの設定/検証

#### アジア圏のインバウンド客の誘客

- ・ スノーリゾートの第二ターゲットであるアジア圏からのインバウンド客をターゲットに「手ぶら環境の構築」や「域内独自のスキー認証と使い出ビデオ撮影の提供」の実証調査を実施

#### 【重点ターゲット】

- 第一ターゲットは、国内在住の旅行者
- 第二ターゲットは台湾・中国を中心としたアジア圏の外国人旅行者
- 第三ターゲットはオーストラリアや欧米を中心にスキーとアフタースキーを楽しむ外国人旅行者

(出所) スキーインバウンド裾野拡大事業報告書(一般社団法人大雪カムイミントラ、2018年3月)([www.mlit.go.jp/common/001228520.pdf](http://www.mlit.go.jp/common/001228520.pdf))、大雪カムイミントラへのヒアリングをもとに作成

#### 二次交通の利便性向上

#### SNOW BUSの運用開始

- ・ スキー場と都市部の交通の利便性改善を目的として、利用客がユーザー向けアプリで「便」と「出発地」「目的地」を選択して予約し、指定の時間にタクシーが迎えにくるサービス(観光MaaS)を実施

(出所) PR Times (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000017.000034482.html>)  
をもとに作成

## 1-2. 調査結果

### 3. 先進的スノーリゾート地域の事例 ② HAKUBA VALLEY

#### インバウンド集客力の向上 国際リフトシーズン券(Epic Pass)

- オーストラリア・北米の誘客を目的として、Hakuba Valleyブランドを立ち上げ、海外のリゾートと国際リフトシーズン券(Epic Pass)のアライアンスに加盟

##### 【取組内容】

- 世界トップクラスのスキーリゾートを所有・運営するVail Resorts 社と長期アライアンス契約を提携し、Epic Pass プログラムに加盟
- HAKUBA VALLEY共通シーズンパスおよび各スキー場の指定シーズンパスを購入者を対象に、Vail Resorts のリフトチケットが50% オフでご購入可能

(出所) 観光戦略実行推進会議(第31回)資料2-2:世界水準のマウンテンリゾートの実現に向けて(白馬観光開発(株)和田寛氏、2020年5月)  
([https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko\\_vision/kanko\\_kaigi\\_dai31/siryou2-2.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/kanko_kaigi_dai31/siryou2-2.pdf))をもとに作成

#### アウトドアメーカーとのコラボ 八方尾根開発(株)の取り組み

- 白馬八方尾根スキー場を運営する八方尾根開発(株)は、スキー目的客以外を取り込むため、スノーピークをパートナーに迎え、2019年からグランピング等が可能なアウトドア宿泊施設を運営

##### 【取組内容】

- アウトドアメーカー(スノーピーク)とのコラボレーションの実施
- 冬のみならず夏の過ごし方の提案を実施
- 地元産の食材をシェフが提供する等の体験型の演出を実施

(出所) 八方尾根開発(株)HP(<https://fieldsuite-hakuba.com>)をもとに作成

#### グリーンシーズン対策 MTBコース整備/シーズン券販売

- グリーンシーズン対策として、4月下旬~11月上旬の期間にマウンテンバイクのシーズン券を販売

##### 【取組内容】

- 白馬岩岳スノーフィールドでは、MTBの専用パークを施設内に設け、4月下旬~11月上旬のスキーのオフシーズン期間中にMTBシーズン券の販売を実施
- また、シーズン券をローカル料金(白馬村・小谷村・大町市在住者向け)および通常料金(エリア外)に分け販売を実施

(出所) 白馬岩岳MTB PARK HP([https://www.nsd-hakuba.jp/iwatake\\_mtb\\_park/](https://www.nsd-hakuba.jp/iwatake_mtb_park/))をもとに作成

#### 滑走環境の充実 おむすび(OMUSUBI)のオープン

- 外国人から強いパウダースノーのニーズに応えるため、安全にバックカントリーを楽しめるエリアを開放

##### 【取組内容】

- 超上級者向けの新雪エリアアドベンチャーパウダーエリア「おむすびOMUSUBI」をオープン

(出所) 観光戦略実行推進会議(第31回)資料2-2:世界水準のマウンテンリゾートの実現に向けて(白馬観光開発(株)和田寛氏、2020年5月)  
([https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko\\_vision/kanko\\_kaigi\\_dai31/siryou2-2.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/kanko_kaigi_dai31/siryou2-2.pdf))をもとに作成

## 1-2. 調査結果

### 3. 先進的スノーリゾート地域の事例 ③ベイルリゾート(1/2)

#### プレミアムな体験の提供

#### 早朝スキーの実施

- ベイルマウンテンでのプレミアムな体験として、リフト運用開始前の朝8時に、1対1のプライベートガイドとペアで、その日のコースを1番乗りで滑るプレミアプランを実施

(出所)Vail Resort HP (<https://www.vail.com>)をもとに作成

#### レンタル用品の無料配送サービス

#### Rentskis.comの運営

- ベイル内の宿泊施設に泊まる利用者を対象に、Rentskis.comを通じて予約したスキー用品、スノーボードのレンタル用品を宿泊ホテルまで無料で届けてくれるサービスを実施

(出所)Vail Resort HP (<https://www.vail.com>)をもとに作成

#### 来訪者への情報提供

#### The VAIL APPの運営

- The VAIL APPでは、来訪者向けに駐車場の空き状況、公共交通機関、飲食店・ナイトライフ、緊急時対応等、ベイル滞在時に必要となる情報を包括的かつリアルタイムで情報を提供

主な機能	内容
駐車場の空き情報	ベイル内駐車場の利用が可能かどうかリアルタイムで検索できる機能
公共交通機関の情報	ベイルバレー内の公共交通機関の乗降ポイントをリアルタイムで確認できる機能
町とスキー場とのインタラクティブマップ	携帯電話をコンパスとしての利用が可能
イベントカレンダー	無料コンサート、文化イベント、キッズアクティビティ等、現在行われている生の情報提供
APP利用者向けのお得情報	飲食、ナイトライフ、アフタースキー、宿泊等のお得な情報発信機能
友人・知人への共有機能	ソーシャルメディアによる友人・知人への現在地情報の共有機能
緊急連絡機能	自身のケガの状態の記入・発信機能 スキーパトロールへの連絡・案内機能 近隣の医療機関の情報

(出所)Vail Resort HP (<https://www.vail.com>)をもとに作成



3. 先進的スノーリゾート地域の事例 ③ベイルリゾート(2/2)

エリア内での連携

Vail Valley Partnership (VVP)

- 約900の地域事業者の会員を取りまとめるDMO組織: Vail Valley Partnership (VVP)は、ベイルバレーの地域活性化を目的として、主に商工会議所としての活動、域外へのセールスマーケティング、地域の経済成長のための政策提言等の活動を実施

【VVPの組織概要】

概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>VVPは、地域活性化を促進することを目的として、ベイルリゾート協会を母体として1964年に活動を開始</li> <li>DMOとして機能している組織で、バレー内約900の地域事業者が会員</li> <li>主に、商工会議所としての活動、観光目的地として選ばれるため域外へのセールスマーケティング、及び地域の経済成長のための政策提言を実施</li> <li>ベイルバレーへ団体旅行、会議、スポーツイベント、レジャー旅行者等の目的を有する者の窓口として機能</li> </ul>
主な活動	<p>以下の3つの活動を実施</p> <p>①地域商工会としての活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>他業種との連携機会の提供(ネットワークイベントの開催 等)</li> <li>教育機会の提供(SNS等の情報掲載方法、Vail Valley Business Forum等の教育セミナーの開催 等)</li> <li>観光地、さらにはビジネスを行う場としてのベイルバレーとして向上させるための認証プログラムの開発</li> </ul> <p>②観光開発の活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の宿泊施設、小売店、レストラン等を利用する域外訪問者を増やし、地域事業者への好影響をあたえるための地域のセールスプロモーションを実施(VailOnSaleの運営等)</li> </ul> <p>③政策提言の活動</p> <p>地域全体のビジネスに対する意見の集約により、ベイルバレーのビジネス環境を強化するための継続的な取り組みの支援を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>イーグル郡地域空港に対する航空サービスの拡大</li> <li>労働者用住宅の提供</li> <li>ブロードバンドのアクセス 等</li> </ul>

【来訪者向け情報発信プラットフォーム(VailOnSale)の運営】

- 来訪者向けにローカル情報を発信するプラットフォームページVail On Sale (<https://www.visitvailvalley.com/>)の運営を実施
- 宿泊ホテルの予約機能のほか、会議施設の情報や、参画企業の各種ビジネス紹介、イベント情報等が掲載
- 同HPは11カ国語の多言語化されており、世界中から訪れる観光客(B to C)対象の情報のほかにも、域外からの旅行会社等(B to B)への地域事業者への問い合わせが可能となるよう設計

(出所) Vail On Sale HP (<https://www.visitvailvalley.com/>)をもとに作成

【VVPへの参加メリット】

- VVPは、加盟メンバーに対し、以下のような参加メリットを提供
  - パートナーシップのマーケティング特典を利用し、地元の人々や訪問者に対してビジネスの認知度を高めるための支援
  - VVP主催のネットワーキングイベントへの参加
  - 教育用プログラミングの受講

(出所) Vail Valley Partnership HP (<https://www.vailvalleypartnership.com/>)をもとに作成

(出所) Vail Valley Partnership HP (<https://www.vailvalleypartnership.com/>)をもとに作成

## 2. 市内スキー場へのヒアリング調査

## 2-1. 調査設計

本調査では、札幌市内スキー場の来場者の状況、現状の取組、課題認識、今後の投資の意向等を把握するため、札幌市内の6つのスキー場に対してヒアリングを実施した。

### ■ 調査設計の内容

#### 1. 調査項目:

- ① スキー場利用客の属性情報(人数、属性等の推移。特にインバウンドの状況)
- ② 現状の取組
- ③ 課題認識
- ④ 今後の設備投資・サービス開発意欲
- ⑤ コンソーシアム、行政等への要望

#### 2. 調査手法:

ヒアリング

※ ヒアリングでは、事前に札幌市内スキー場に記入を依頼した調査票を利用

#### 3. 調査先:

区分	日時
札幌国際	2019年12月25日16時-17時
サッポロテイネ	2019年12月13日13時30分-15時30分
札幌藻岩山	2019年12月10日10時-12時
さっぽろばんけい	2019年12月13日10時-12時
フッズスノーエリア	2019年12月12日13時-15時
滝野スノーワールド	2019年12月10日13時30分-15時30分

## 2-2. 調査結果

ヒアリングにより、(1)市民利用者の多い市内スキー場でもアジア圏のインバウンドが来場していること、(2)市内スキー場が連携したプロモーションや市内周遊の仕組みに対しての関心が高いこと、が確認できた。

### ■ サマリ

#### スキー場利用客の 属性情報

- 利用者の8割程度が市民であるスキー場が多く、市内小中学校のスキー学習や市外の修学旅行の利用客も多い。
- 一方で、どのスキー場もアジア圏のインバウンドのスキー客が増加しており、サッポロテイネやさっぽろばんけい、札幌国際は欧米豪も取り込めている。
- また、主に東南アジア圏のインバウンドは、スキーをせずに雪体験をするため、さっぽろばんけいや滝野スノーワールドに来場している。
- 団体客も多いが、公共交通機関を利用して来場するFITが増加している。

#### 現状の取組

- インバウンド受入は、各スキー場でHPや案内の多言語化や外国語を話せるスタッフ、インストラクターの確保を進めている。
- インバウンド誘致は、海外OTAに委ねているスキー場が多い中、サッポロテイネや滝野スノーワールドは海外商談会に参加し積極的に進めている。他のスキー場は、市内スキー学習や修学旅行など国内における誘致営業が中心となっている。
- 索道や施設の更新は、維持管理が多い中、サッポロテイネはICカード自動改札機導入、さっぽろばんけいはコース拡張などを進めている。

#### 課題認識

- インバウンド受入は、キャッシュレスやスタッフ・インストラクターの確保等が不十分と認識しているスキー場が多い。
- (車で来場しない)観光客が多いサッポロテイネや滝野スノーワールドは、スキー場までのアクセス改善を、(車で来場する)市民利用者が多いフッズスノーエリアや札幌藻岩山は駐車場スペースの確保を、それぞれ課題認識している。
- 雪まつり後の閑散期対応や、市民利用が中心のナイター時間の見直し、グリーンシーズン化などの集客の課題を認識している。

#### 今後の設備投資・ サービス開発意欲

- 民間企業が運営管理しているサッポロテイネやさっぽろばんけいは、ハードに対する投資を進めている。さっぽろばんけいでは、盤渓エリアを通年型の観光地化への意欲が強い。他スキー場は、索道等の維持管理を検討しているのみで新規投資意欲は強くない。
- 各スキー場は、集客力を高めるようなソフト(サービス)開発に積極的である。

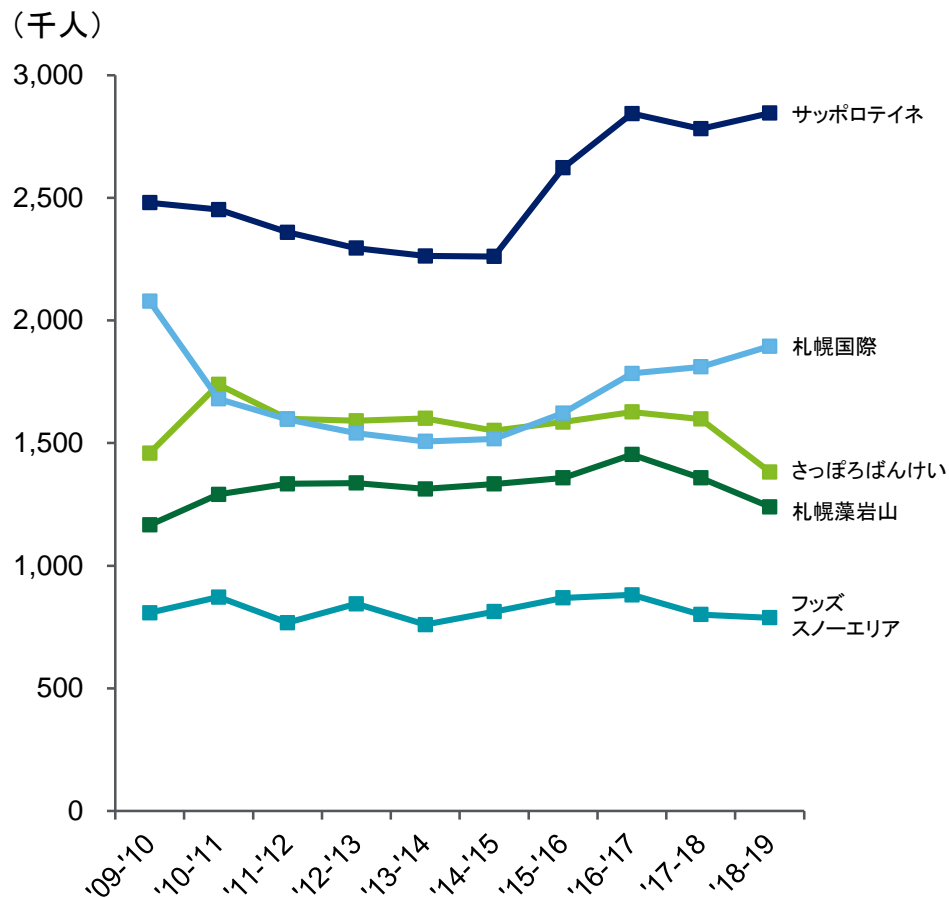
#### コンソーシアム、 行政等への要望

- エリア単位でのプロモーションやブランディングや、各スキー場や商業・観光施設を周遊するシャトルバルのような仕組みを検討すること期待している。
- また、無許可インストラクターへの規制やインバウンド対応などの課題への取組を期待している。

## 2-2. 調査結果＜参考＞

### ■ リフト利用延べ人数

- ・ サップロテイネと札幌国際はリフト利用延べ人数が増加傾向である。
- ・ その他は、横ばいまたは減少傾向である。



(出所) 札幌の観光(札幌市、平成30年度)

(<https://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/statistics/documents/h30sapporonokannkou.pdf>)をもとに作成

### 3. 関連団体等へのヒアリング調査

## 3-1. 調査設計

本調査では、ウインタースポーツに関連する国内外の観光客の動向や今後のスキー需要の見通し、札幌のスキーリゾートとしての認知度及び将来的な可能性、スキーリゾート推進及びブランド化に向けた課題や必要な施策等を調査するため、関連団体等に対してヒアリングを実施した。

### ■ 調査設計の内容

#### 1. 調査項目:

- ① 国内外の観光客の動向
- ② 今後のスキー需要の見通し
- ③ 札幌のスキーリゾートとしての認知度及び将来的な可能性
- ④ スキーリゾート推進及びブランド化に向けた課題や必要な施策

#### 2. 調査手法:

ヒアリング

#### 3. 調査先:

下記の18の団体または事業者

- ・ 観光機関(4)
- ・ 関係団体(1)
- ・ 旅行事業者(4)
- ・ 宿泊事業者(2)
- ・ メディア(1)
- ・ 交通事業者(4)
- ・ 有識者(2)

### 3-2. 調査結果①国内外の観光客の動向と②今後のスキー需要の見通し

ヒアリングにより、(1)中国はスキー人口が急増しているが国内ではショッピング需要が多いこと、(2)雪が降らない東南アジアはウィンタースポーツより雪遊びの需要が多いこと、(3)欧米豪はパウダースノーを求め旅行しているため空港からスノーリゾートに直行すること、(4)欧州からのスキー客はフィンランド航空の定期便就航を機に増加する可能性があること、(5)国内市場は縮小傾向であること、が確認できた。

#### ■ サマリ

##### アジア

- 中国は、国策の影響もあり、スキー人口が急増している。今後、日本国内で2022年北京オリンピックに向けた代表合宿の利用需要やスキー学習目的の修学旅行需要も多くなる可能性がある。
- 中国のスキー場は人工雪のところが多く、雪質の良い日本のスキー場は中国人スキー客からの需要が多いと考えられる。
- ただし、現状では、アジアのインバウンドは、ショッピング需要が多い、スキー場を含む娯楽サービスへの需要は弱い。
- 台湾や香港、東南アジアなどの雪の降らない地域は、ウィンタースポーツ需要よりも雪遊び需要が高く、スノーアクティビティの需要もある。札幌市内でスキーをする場合には、札幌藻岩山、滝野スノーワールド、さっぽろばんけい、サッポロテイネといった初心者向けのスキー場に行く傾向にある。
- ニセコやトマムやルスツなどの道内主要スノーリゾートは、知名度が上がるにつれてアジア圏のウィンタースポーツ未経験者が増えてきている。一方で、定山渓は、宿泊するインバウンドの大半がアジア圏だがスキー目的のインバウンドはほとんどいない。

##### 欧米豪

- 現状では、日本国内において、欧州からのスキー目的の訪日外国人はあまり伸びていない。
- 道内には、パウダースノーやバックカントリーを求めている欧米豪のスキー客が来ているが、ウィンタースポーツが目的であるためニセコ等のスノーリゾートに直行し、札幌に寄らず本州に寄ったり帰国する傾向が強い。
- 来道している欧米豪のスキー客も、リフト代が安い、または、日本文化やローカル感を味わえるスノーリゾートに移り始めている。
- ただし、フィンランド航空の定期便就航に伴い、欧州からのアクセスの利便性が向上され、欧州からの訪日外国人スキー客が増加する可能性がある。

##### 国内

- 主に道外のファミリー層や中高年が購入者である国内スキーパックの売り上げは低調が続いている中、道内には人気のあるスノーリゾートがあるため札幌にスキー目的で訪問する観光客はほとんどいない。今後改善する見通しもない。



### 3-2. 調査結果③札幌のスキーリゾートとしての認知度及び将来的な可能性

ヒアリングにより、札幌市内スキー場の認知度は極めて低い(道内主要スキーリゾートはプロモーションやインバウンドスキー客の需要に対応することで認知度を向上させている)が、札幌市内スキー場や札幌市が持つ強みを活かせば他にはないスキーリゾートを形成できる可能性があることが確認できた。

#### ■ サマリ

##### 認知度

- ・ニセコや白馬などの有名なスキーリゾートと比べ、札幌市内スキー場の認知度は極めて低い。
- ・ニセコやルスツは、世界的なアワードの受賞、海外スキー場やホテルとの連携などのプロモーションによりブランド力が高い。
- ・道内の主要スキーリゾートは、増加するアジアなどの初心者向けのコースやリフトを整備するなどの取組を行うことで認知度も向上させ、インバウンドスキー客を取り込んでいる。欧米からは、ニセコや旭岳などバックカントリーコースやその利用ルールが整備されているスキー場の認知度が高い。どちらもインバウンドスキー客の需要に対応している。

##### 将来的な可能性

- (他のスキーリゾートよりも優れている札幌市内スキー場や札幌市が持つ強み)
- ・札幌市内のスキー場は、公共交通機関を利用してアクセスできること(移動時間が少なく済む)、標高が低くてもパウダースノーを楽しめること、他のスキーリゾートと比較してリフト代が低価であること、雪遊びを中心としたスキー場からオリンピックを行った本格的なスキー場まで幅広いウインタースポーツ需要にこたえられるスキー場があることが、強みである。
  - ・また、札幌市は、都心部に観光施設やショッピング施設、飲食店等のスキー以外のコンテンツを多く有していること、雪まつり等をはじめとするインバウンドの来札も多いイベントを複数有していること、定山溪には温泉や旅館といった都心部とは違う魅力を有するエリアがあること、アジアや欧州との直行便を有する新千歳空港とのアクセスの良さ、高等教育機関(大学)が集積していることも強みである。
- (札幌の強みを活かすことで形成できる可能性があるスキーリゾート)
- ・スキー客にショッピング等の都市観光を提供することが可能な都市型スキーリゾート
  - ・雪初体験者から本格的スキーヤーまでが楽しめる幅広いウインタースポーツ需要を満たせるスキーリゾート
  - ・アジアのウインタースポーツファンを創造するスキーリゾート
  - ・札幌の都心部や定山溪の温泉街を拠点としてニセコやキロロを訪問するような広域連携スキーリゾート
  - ・ウインタースポーツや観光産業に必要な人材を育成するホスピタリティ育成スキーリゾート
- (札幌スキーリゾートのターゲット)
- ・雪体験を求めているウインタースポーツ初体験のインバウンド(主に東南アジア)
  - ・スキーだけではなく、ショッピングやイベント、観光施設訪問などの都市観光を求めているアジアのスキー客
  - ・パウダースノーを求めてニセコ等の道内スキーリゾートを訪問している欧米豪の本格的スキー客
  - ・スキー旅行の目的地にアルプスを選択している欧州のファミリースキー客

### 3-2. 調査結果④スノーリゾート推進及びブランド化に向けた課題や必要な施策

ヒアリングにより、インバウンド等のスキー客の需要に対応するための「スキー場の魅力度向上」や「宿泊施設や多言語対応等の受入環境の整備」、スキー場までのアクセス向上や札幌市内周遊促進の仕組み構築、ターゲットごとの効果的なプロモーション実施等の課題が確認できた。

#### ■ サマリ

<p>スキー場</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ スキー客が選択しやすい札幌市内スキー場の特徴づくりと宣伝</li> <li>・ 欧米層が求めるスキー用品ブランドのラインナップ等の質の向上</li> <li>・ バックカントリー利用等のスキー客が求める需要への対応</li> <li>・ インバウンドが抱く北海道イメージのマーケティングとそれに合致するスキー場を活用した商品開発</li> <li>・ 初心者インバウンド対応が可能なインストラクター体制強化</li> <li>・ スキー場のグリーンシーズン対応等による通年リゾート化による経営安定化</li> <li>・ スキー場でのタクシー乗降スペースの確保（滝野スノーワールド、札幌国際、さっぽろばんけい）</li> </ul>	<p>アクセス向上・市内周遊促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都心部や宿泊施設からのスキー場へのシャトルバス等によるアクセス向上</li> <li>・ 札幌市内やスキー場と観光施設間など市内周遊の仕組み構築</li> <li>・ 冬の不慣れな徒歩移動を伴う観光客へのタクシー供給の強化</li> <li>・ 二次交通整備に必要なドライバーの確保</li> <li>・ 都心部から定山溪エリアまでのアクセス向上</li> </ul>
<p>プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ スノーリゾートに誘客したいターゲットの明確化</li> <li>・ 旅ナカでスノーアクティビティに誘導するための情報発信手法</li> <li>・ 雪遊び層を狙ったイベントやエリア作りなどのプロモーション</li> <li>・ ウィンタースポーツと「食」「温泉」をセットにしたプロモーション</li> <li>・ 都心部に宿泊している札幌国際や滝野スノーワールドのスキー客に対する定山溪エリアのプロモーション</li> <li>・ スキー場と地元企業や自治体を巻き込んだエリア単位でのプロモーション</li> <li>・ ニセコ等の周辺スノーリゾートと広域連携によるプロモーション</li> </ul>	<p>インバウンド受入環境整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長期滞在しやすい宿泊施設の整備</li> <li>・ 空港やスキー場からのスキー用具の輸送サービス、都心部での保管スペース確保</li> <li>・ 英語対応可能な飲食店の拡充</li> <li>・ フリーWi-Fiの拡充</li> <li>・ インバウンド向けのスキー場への交通案内等の多言語対応</li> <li>・ インバウンド向けインストラクター認証制度の構築</li> </ul>
		<p>ウィンタースポーツ以外の商品造成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 札幌でしか体験できない観光資源の発掘と宣伝</li> <li>・ 欧州が好む文化風習を体験できるアクティビティ造成</li> </ul>
		<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 若年層のウィンタースポーツ需要喚起</li> <li>・ スノーリゾート推進に伴うリフト料金高騰が生じた場合における市民利用への配慮</li> </ul>

## 4. 関連事業者への意向調査

## 4-1. 調査設計

本調査では、スキー場との連携手法や取組のアイデア、連携する場合の条件、スノーリゾート推進にあたっての課題等について把握するため、スキー場との事業連携が期待できる民間事業者等に対してヒアリングを実施した。

### ■ 調査設計の内容

#### 1. 調査項目:

- ① 事業連携アイデア(連携手法や取組のアイデア)
- ② 連携する場合の条件
- ③ スノーリゾート推進にあたっての課題

#### 2. 調査手法:

ヒアリング

#### 3. 調査先:

下記の24の団体または事業者

- 観光機関(3)
- 旅行事業者(4)
- 宿泊事業者(2)
- 観光・娯楽施設運営者(3)
- ウィンタースポーツ関連事業者(2)
- 小売事業者(2)
- メディア(2)
- 交通事業者(4)
- 飲食事業者(2)

## 4-2. 調査結果(1/4)

ヒアリングにより、札幌スノーリゾート形成に向けた事業連携に協力的な事業者が多いこと、クーポン付きリフト券以外の販売や交通整備・プロモーションまで幅広い事業連携可能性があることが確認できた。

一方で、事業連携を進めるための推進組織の設立など具体的なアクションが必要であることも確認できた。

### ■ サマリ

#### 事業連携の意向

- 札幌市が目指す都市型スノーリゾートは、事業者にとってビジネス機会であると理解され、事業連携を望む事業者が多かった。
- 一方で、事業者は、札幌市内スキー場の全てを認知しておらず、スキー場の集客力がわからず事業連携による効果が不透明、といった声も多かった。

#### 事業連携 アイデア

- 下記のような事業連携テーマがあがった(詳細は次ページ以降参照)。
  - ✓ 店頭でのリフト券代理販売やリフト券割引クーポンの配布(観光機関、小売事業者、ウインタースポーツ関連事業者)
  - ✓ 市内スキー場利用者に対する割引販売/オプションサービス(ウインタースポーツ関連事業者、観光・娯楽施設運営者)
  - ✓ リフト券と施設利用券のパック販売(観光・娯楽施設運営者)
  - ✓ スキー場利用者向けのアプリ/インフラ構築(観光機関、小売事業者)
  - ✓ 共同プロモーションの実施(出版社・メディア、交通事業者、小売事業者)
  - ✓ スキー場内の物販/出店(飲食事業者、小売事業者)
  - ✓ スキー場利用者のアクセス改善(交通事業者)
  - ✓ 都心部でのウインタースポーツ魅力発信・レンタル拠点の運営(ウインタースポーツ関連事業者)

#### 事業連携時の 条件・課題

- 下記のような課題が指摘されている(詳細は次ページ以降参照)。
  - (スキー客がスキー場から連携先の施設/店舗への移動を伴う事業連携の場合)
    - ✓ 施設間の移動手段の確立が課題(具体的には、施設間の周遊シャトルバス運行のような移動手段)
  - (スキー場体験が含まれた旅行商品を造成する場合)
    - ✓ 札幌国際やサッポロテイネ以外のスキー場の知名度向上やスキー場側のインバウンドの受入環境・体制の向上
  - (スキー場内で事業者が販売等を行う事業連携の場合)
    - ✓ スキー場がオープンしていない時期の営業補償等が課題との指摘があつた。
- また、事業者から札幌市内スキー場と事業連携を進めるには、どのようにしたらよいのかとの質問もあがった。今後、事業者が札幌市内スキー場と連携協議する際の窓口の明確化、協議する組織体の構築、事業者と札幌市内スキー場の事業連携を取りまとめる推進組織の設立が、必要になると考えられる。

## 4-2. 調査結果(2/4)

観光機関、観光関連事業者との事業連携アイディアは下表の通りである。

### ■ 事業連携アイディア

業界	事業連携アイディア	課題・条件
観光機関	北海道と札幌市で共通インバウンドターゲットに対する共同プロモーション	
	スキー場と飲食店クーポンの情報提供アプリの共同開発	✓ 既存の「さっぽろグルメアプリ」の拡張
	市内スキー場共通チケットの店頭販売	
	雪まつり時期のスキー場プロモーションイベントなどの共同実施	
	スキー場利用客を想定した定山溪エリアの温泉入浴券とリフト券のパック商品化、販売	✓ 定山溪エリア限定 ✓ 宿泊施設との日帰り温泉利用時間の調整
旅行事業者	市内スキー場利用プラスαの旅行商品の造成および販売	✓ スキー場の認知度向上やインバウンド受入体制の強化
	観光MaaS(滞在期間中の消費誘導、交通手配、スキー場⇄ホテルまでの荷物発送等)の実証事業	
宿泊事業者	ホテル利用客へのスキー場や観光商業施設等への送客サービス	
観光・娯楽施設運営者	観光スポットとなっている見学・体験可能な自社工場の入場券とリフト券のパック販売	✓ 相互間を結ぶ移動手段の確保 ✓ 施設でのパック販売は混雑緩和のため不可
	キッチンカーを利用したスキー場での自社製品等の販売	✓ スキー場側での電気や水道の利用環境の提供
	施設利用券とリフト券のパック販売(施設にスキー場のパンフレットを置くことも可能)	
	市内スキー場のリフト券を持参した人には利用料の割引を実施	
	入浴施設が隣接していないスキー場利用客を想定した銭湯入浴券とリフト券のパック販売	✓ 相互間を結ぶ移動手段の確保 ✓ Web販売などの事前決済の仕組み

## 4-2. 調査結果(3/4)

ウインタースポーツ関連事業者を含む小売事業者との事業連携アイディアは下表の通りである。

### ■ 事業連携アイディア

業界	事業連携アイディア	課題・条件
ウインタースポーツ 関連事業者	自社の契約選手によるコーチング・ティーチングイベントの共同開催	✓ インストラクター協会とスキー場の調整
	各スキー場リフト券または市内スキー場共通リフト券の店頭販売	
	スキー用品購入者に対して、訪問予定スキー場への購入商品配送	
	ハイエンド層に対して、スキー場内でレンタルされていない高級スキー用品のレンタルサービス	
	都心部からスキー場への送客を目的としたウインタースポーツの魅力発信やスキー道具等のレンタルを行うステーション運営	✓ スキー場のレンタル事業と競合しないようなターゲットの切り分け
小売事業者	スキー場と防寒着の一体プロモーションや店内設置のビーコンを活用したプッシュ型広告	
	防寒着等の対象商品購入者にスキー場のリフト券の割引クーポン配布	✓ リフト券の店頭販売は困難
	スキー場施設内での防寒着等の販売	✓ スキー場側でのコンテナ提供 ✓ スキー場までの商品配送コスト
	市内スキー場やスノーリゾート形成事業者に対するロゴマーク入りチームウェア提供	
	各スキー場でのQR決済の仕組み導入支援、ICカードを利用したリフトや移動・買物等のモバイル決済環境構築によるキャッシュレス化推進	✓ 取組に対する市内スキー場の意識統一
	アジア各国の店舗等の販路を活用したアジア圏在住者に対する直接プロモーション	

## 4-2. 調査結果(4/4)

その他事業者との事業連携アイディアは下表の通りである。

### ■ 事業連携アイディア

業界	事業連携アイディア	課題・条件
メディア	情報誌での札幌スノーリゾートの特集や宣伝など子連れ層向けのプロモーション	✓ 道内での販売のみ
	番組での札幌スノーリゾートの特集や宣伝などの道内視聴者向けのプロモーション	
	市民だけではなく観光客が札幌でウインタースポーツに気軽に楽しめるようなイベントの企画運営	✓ スポンサー企業の確保(特に広告代理店の協力)
交通事業者	駅構内のスキー用品等収容スペースの確保	
	空港・札幌市内中心部・スキー場間を運行するバスの増便	✓ ドライバー確保
	スキー場まで送迎するタクシーの増車	✓ スキー場の乗降スペース確保
	欧州でプロモーションを行う場合、または欧州の旅行関係者を招待する場合に必要となる航空券代の割引	✓ 当社ホームページ上での宣伝等は、他地域においても一律対応が必要となるため不可
飲食事業者	自社飲食店の団体向けパッケージツアーへの組み込み	✓ 降雪・クローズ時の営業補償 ✓ 相互間を結ぶ移動手段の確保
	スキー場飲食店と被らないメニューでの出店	✓ フードコートや仮設店舗の提供 ✓ 降雪・クローズ時の営業補償
	スキー場食堂に対する半調理食材の供給	



## 5. スノーリゾートを目的としたインバウンドの 動向調査

### 1. 調査設計

本調査では、スノーリゾートを目的としたインバウンドの動向やニーズ、将来的・潜在的な需要、スノーリゾートとしてのブランド化に向けた効果的なプロモーション手法等について調査するため、観光統計情報の分析や海外エージェントへのアンケート等を実施した。

#### ■ 調査設計の内容

##### 1. 調査項目:

- ① インバウンドの動向・ニーズ
- ② 将来的・潜在的な需要
- ③ 効果的なプロモーション手法
- ④ 商品造成

##### 2. 調査手法:

- ① 報告書・統計情報を活用した統計調査
- ② 海外エージェントへのアンケート調査及び直接訪問による聞き取り(セールスコール)調査

##### 3. 調査先:

- ① 統計調査(主なもの)
  - ・ International Report on Snow & Mountain Tourism (Laurent Vanat).
  - ・ 訪日外客数(JNTO)
  - ・ 訪日外国人消費動向調査(観光庁)
- ② 海外エージェント
  - ・ アンケート調査
    - ✓ 東アジア(中国、台湾、香港) 回答数N=20
    - ✓ 東南アジア(タイ、シンガポール、フィリピン、インドネシア、マレーシア) 回答数N=33
    - ✓ 欧米(カナダ、米国、英国、ドイツ、フィンランド、スウェーデン、スイス) 回答数N=13
    - ✓ 豪(オーストラリア) 回答数N=6
  - ・ セールスコース
    - ✓ 中国4社(上海锦江旅行公司、上海海伦旅行公司、上海青旅会议会展旅行公司、日旅国際旅行社)
    - ✓ タイ3社(World Surprise Travel、SBA Travel、NS Travel)

### 2. 調査結果

(1) 中国はスキー人口増加に伴い日本国内でのスキー実施率が高まる可能性があること、(2) 東南アジアは訪日外客数や国内でのスキー実施率の成長性が高いこと、(3) 欧州は国内スキー場を知ってもらう必要があること、(4) プロモーションはソーシャルメディアの活用と信頼性の高い情報発信方法の検討が必要であること、(5) 商品造成には海外エージェントへのプロモーションが必要であること、が確認できた。

#### ■ サマリ

##### インバウンドの 動向・ニーズ

- 世界のスキー市場は、ほぼ横ばい状態であるが、日本におけるインバウンドスキー客は年々増加しており、2018年では948千人いる(推計)。内訳は、アジア圏のスキー客が約8割を占め、中国、台湾、タイ、オーストラリアが100千人以上で、他は50千人以下が多い。
- 東アジアは、日本国内でのスキー実施率が低い訪日外客数が多いためインバウンドスキー人口が多い。一方、東南アジアやオーストラリアは、訪日外客数は少ないが、日本国内でのスキー実施率が高い。特に東南アジアは、訪日外客数や日本国内でのスキー実施率の成長性が高い。
- 海外エージェント調査では、スキー目的で来札するインバウンドはオーストラリアを除いて少ないと回答しており、札幌市内スキー場の認知度も低く、札幌市内スキー場の強みである「アクセスの良さ」や「アフタースキー」も十分に認知されていない。

##### 将来的・潜在的な 需要

- 統計調査では、冬期間のインバウンドのスキー・スノーボード実施率が10%程度にも関わらず、次回来日時に実施したいと考えるインバウンドは20%以上を超える国が多く、将来的かつ潜在的な需要が確認できる。その需要は東南アジアに強く見られる。
- また、ドイツや英国はスキー客のアウトバウンド国である可能性があり、フィンランド航空による定期便により、これらの国からのスキー客を獲得できる可能性はある。
- 海外エージェントは中国で増加しているスキー人口に将来性を感じている。

##### 効果的なプロモーション 手法

- 東アジアでは、個人ブログやSNS、映画やテレビなどのマスメディアを旅行情報源としており、ワンウェイ型(情報発信者側のメッセージを訴求するタイプ)が多い。一方、欧米では、親族や知人から、あるいは口コミなど双方向型が多い。
- 情報収集方法としてはソーシャルメディアを利用しており、これらを活用したプロモーションが効果的だと考えられるが、欧米では客観的かつ信頼性の高い情報を旅行情報源としていることもあり、適切なターゲットに対して正しい情報を伝えていくための情報発信方法の検討が必要だと考えられる。

##### 商品造成

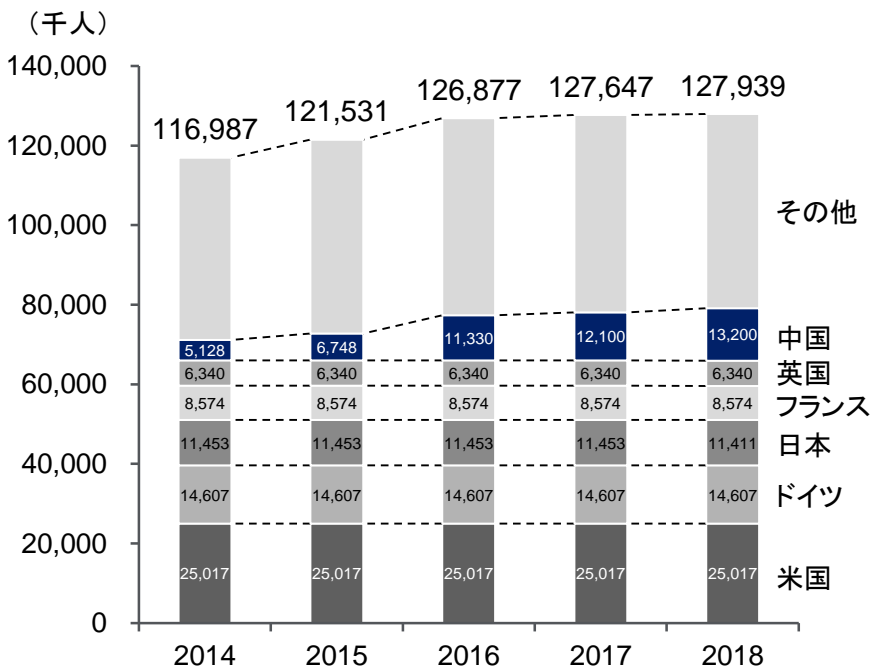
- 海外エージェントは、ファミリー層や夫婦恋人をターゲットとした札幌スノーリゾートの商品造成には興味があるものの、スキー場の情報が少ないと感じており、実体験できるFAMを希望している。
- また、欧米エージェントの4割は、商品造成に興味がなく、FAM等によりエージェントに対しても札幌スノーリゾートをプロモーションしていくことが必要だと考えられる。

### 1. 【統計調査】インバウンドの動向・ニーズ(1/4)

潜在的スキー人口(スキー・スノーボードを経験したことのある人口)は、米国などの6か国で全体の半数以上を占めており市場規模が大きい。中国は北京冬季オリンピックに向けてウインタースポーツ普及活動を国策で進めているため、潜在的スキー人口が増加していると考えられる。自国以外のスキー場を利用するスキー客数(以下、インバウンドスキー客数)は横ばい状態で、大半はアルプス周辺の国を訪れている。

#### ■ 潜在的スキー人口(主な国別)

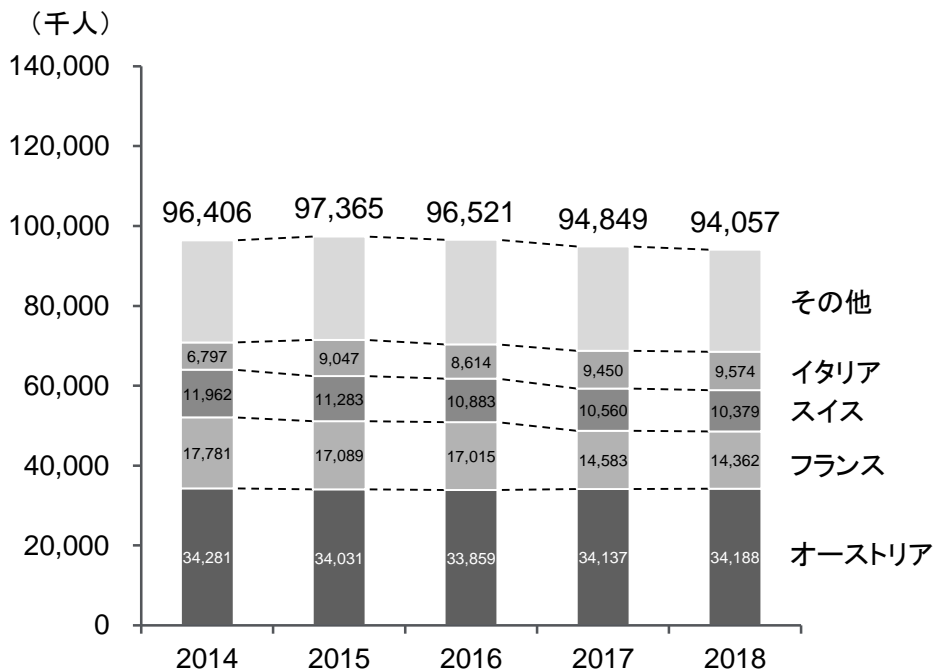
- 世界の潜在的スキー人口は、約1.3億人程度と推計されている。
- そのうち、米国、ドイツ、日本、フランス、英国で約5割を占めるが、近年、これらの国では潜在的スキー人口は増えていない。
- 一方で、中国は潜在的スキー人口が増加しており、現時点では1,300万人(Top3)に達していると推計されている。



(出所) International Report on Snow & Mountain Tourism (Laurent Vanat, 2015~2019).  
(<https://vanat.ch/stations-de-ski.shtml>)をもとに作成

#### ■ インバウンドスキー客数(主な国別)

- インバウンドスキー客数は、年々1%程度減少しており、現状9,400万人程度と推計されている。
- 訪問地となるスキー場の約7割がアルプスを囲む国々となっている。



(注記) 出所資料より、スキー客数(skier visits)に外国人比率(proportion foreign skiers)を乗じて算出

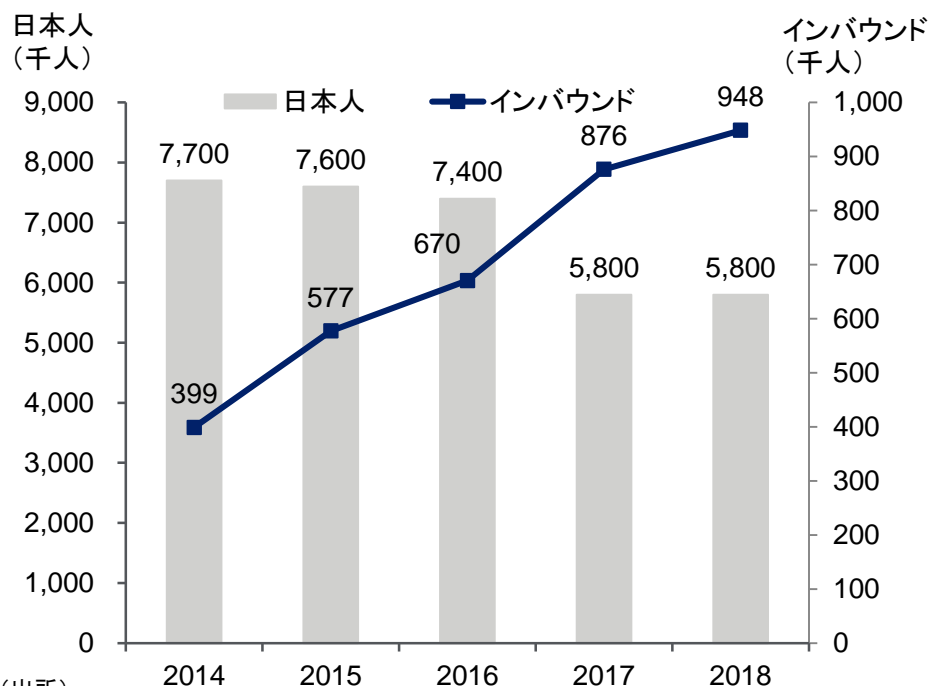
(出所) International Report on Snow & Mountain Tourism (Laurent Vanat, 2015~2019).  
(<https://vanat.ch/stations-de-ski.shtml>)をもとに作成

## 1. 【統計調査】インバウンドの動向・ニーズ(2/4)

日本国内では、インバウンドスキー客が国内スキー人口の減少率を上回る増加率で増加している。国別インバウンドスキー客では、中国、台湾、タイの順で多く、雪が降らない東南アジアからのスキー客もいる。一方で、潜在的スキー人口が多い欧米豪は約2割程度と少ない。なお、インバウンドスキー客数は訪日外客数にスキー・スノーボードの実施率(以降、実施率)を乗じて推計した。

### ■ 国内におけるスキー人口内訳

- 日本人のスキー人口は直近5年間で約25%程度減少している。
- 一方、インバウンドスキー客は、直近5年間で2倍以上に増加している。

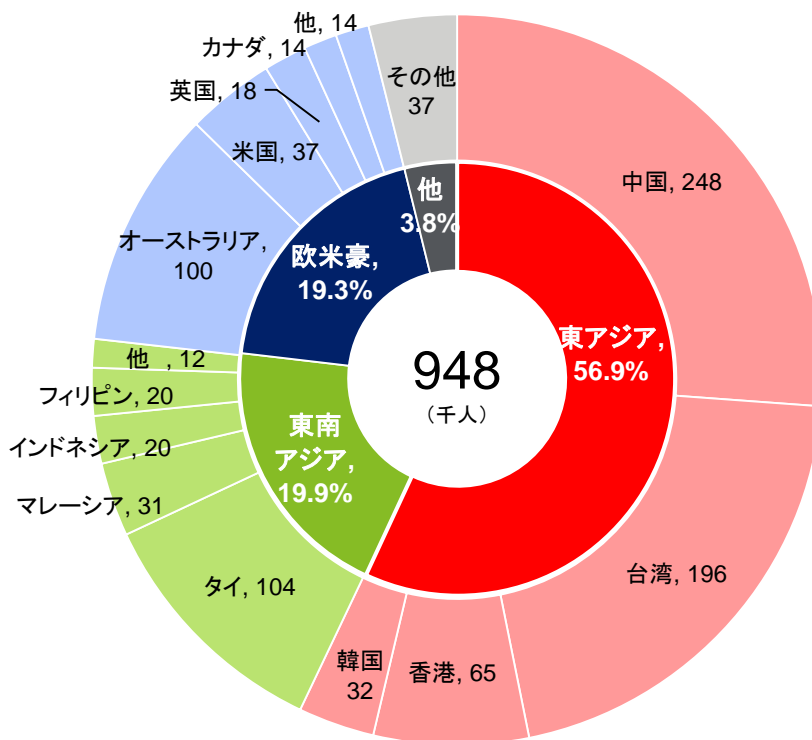


(出所)

- 【日本人】レジャー白書(公益財団法人日本生産性本部、2014~2018)  
(<https://www.jpc-net.jp/research/list/leisure.html>)をもとに作成
- 【実施率】訪日外国人消費動向調査(観光庁、2014~2018年※観光・レジャー目的)  
(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/syouthityousa.html>)より作成
- 【訪日外客数】訪日外客数(JNTO、2014~2018年※観光・レジャー目的)  
(<https://statistics.jnto.go.jp/>)をもとに作成

### ■ インバウンドスキー客構成

- アジア圏で約8割を占める。
- 国別では、中国が最も多く、台湾、タイ、オーストラリアと続く。



(出所)

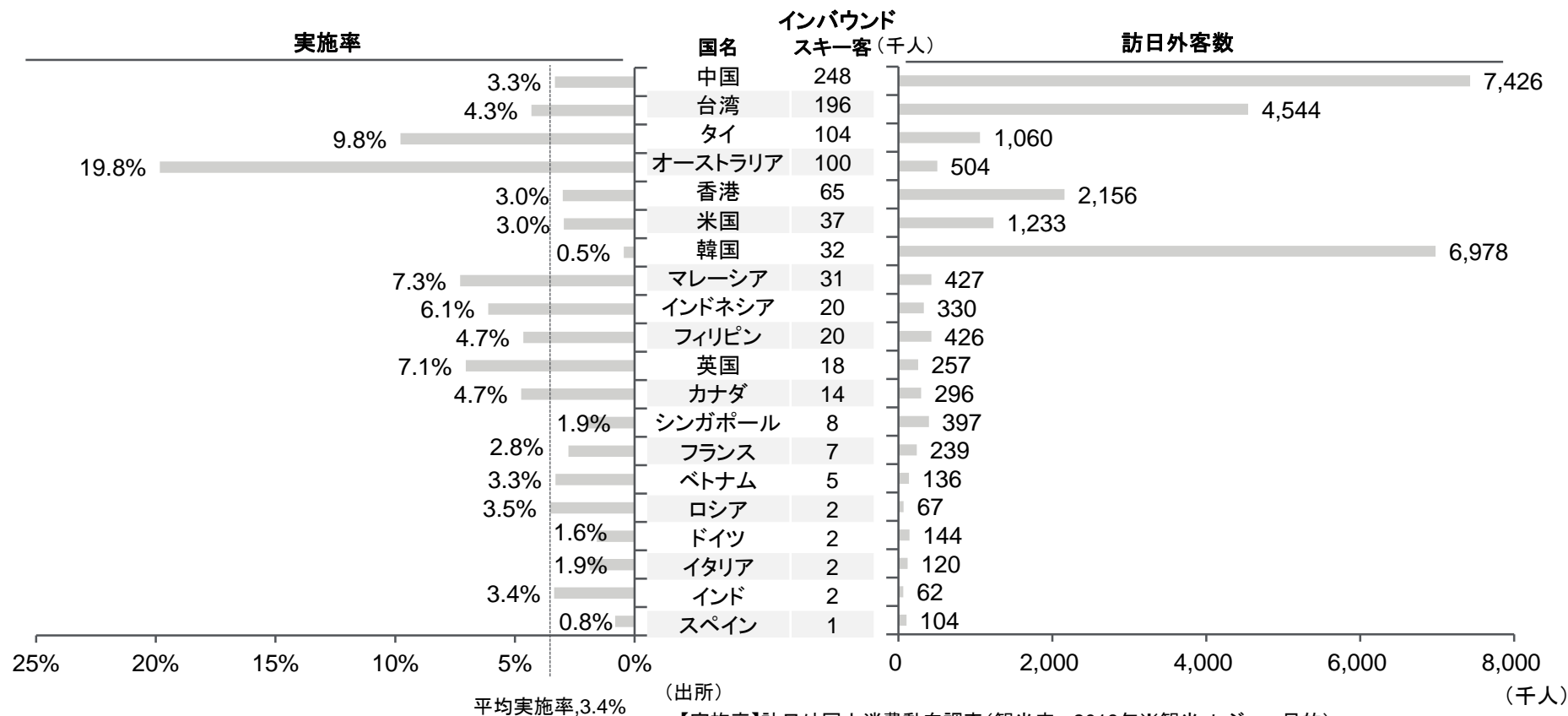
- 【実施率】訪日外国人消費動向調査(観光庁、2018年※観光・レジャー目的)  
(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/syouthityousa.html>)をもとに作成
- 【訪日外客数】訪日外客数(JNTO、2018年※観光・レジャー目的)  
(<https://statistics.jnto.go.jp/>)をもとに作成

### 1. 【統計調査】インバウンドの動向・ニーズ(3/4)

インバウンドスキー客数が多い国で、東アジアは、訪日外客数が多いが実施率は低く、スキー需要は少ない。一方、タイやオーストラリアは訪日外客数が東アジアに比べて少ないが、平均より3倍程度高い実施率であり、スキー需要は多い。英国は実施率が高いが、潜在的スキー人口の多い他の欧州の国は訪日外客数は少なく、実施率も低い。

#### ■ 訪日外客数と実施率

- 東アジアは、訪日外客数が他国と比べて多いが、実施率は低い。
- タイを除く東南アジアは、訪日外客数は500千人を下回るが、平均の2倍程度の実施率となっている。
- タイやオーストラリアは、実施率が高い。欧米は、英国の実施率が高いが、それ以外は平均未満が多く、訪日外客数も少ない。



• 【実施率】訪日外国人消費動向調査(観光庁、2018年※観光・レジャー目的)

(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)をもとに作成

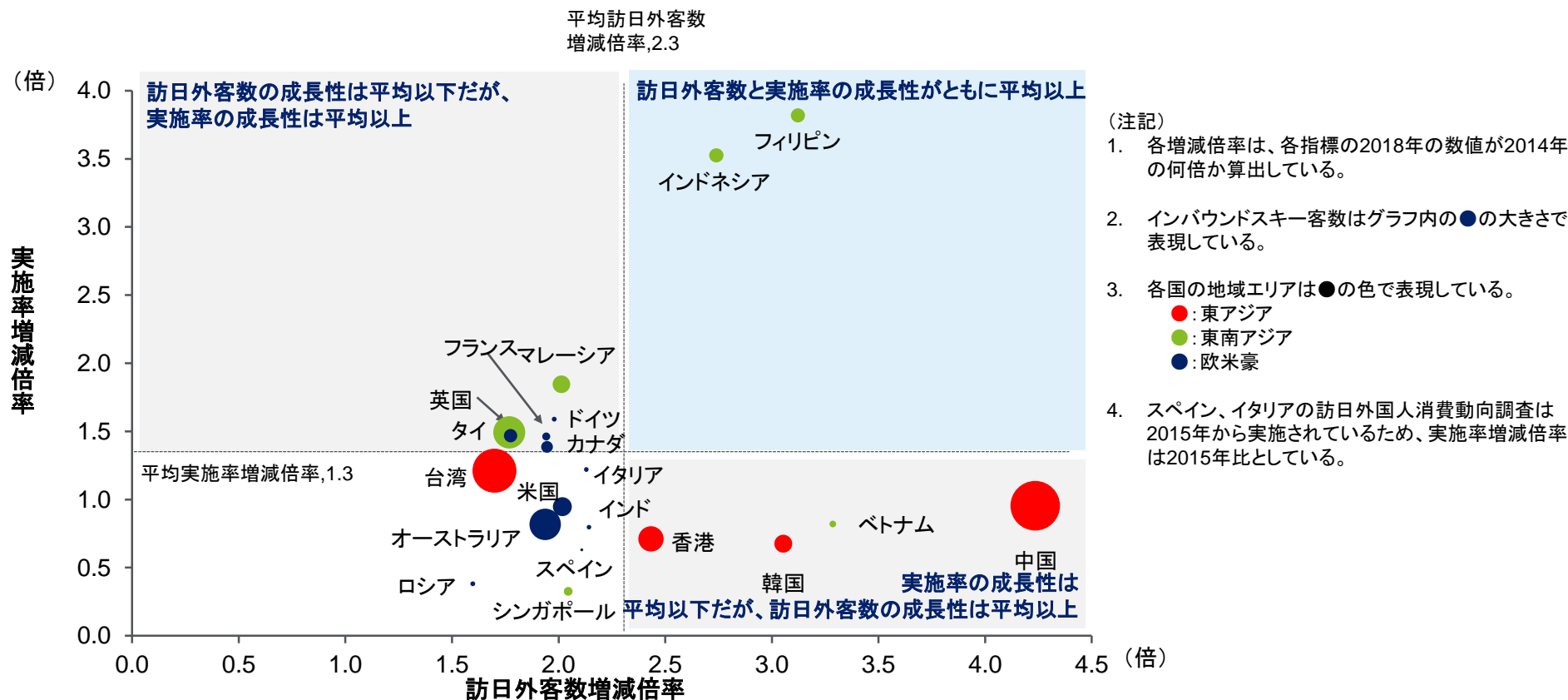
• 【訪日外客数】訪日外客数(JNTO、2018年※観光・レジャー目的(<https://statistics.jnto.go.jp/>))をもとに作成

## 1. 【統計調査】インバウンドの動向・ニーズ(4/4)

訪日外客数と実施率を2014年と比較すると、訪日外客数はいずれの国も増加しているが、特に中国が大きく増加している。実施率は、インバウンドスキー客が多い東アジアや米国・オーストラリアが減少し、インバウンドスキー客が少ない東南アジアや英国やドイツなどの欧州の国が高くなっている。フィリピンやインドネシアは共に増加しており、インバウンドスキー客数の高い成長性が確認できる。

### ■インバウンドスキー客数の成長要因

- ・ 訪日外客数は、いずれの国も増加している。台湾を除く東アジアとベトナムやフィリピン、インドネシアは平均を超える増加になっている。
- ・ 実施率は、増減倍率1.0を上回る国と下回る国が半々となっている。



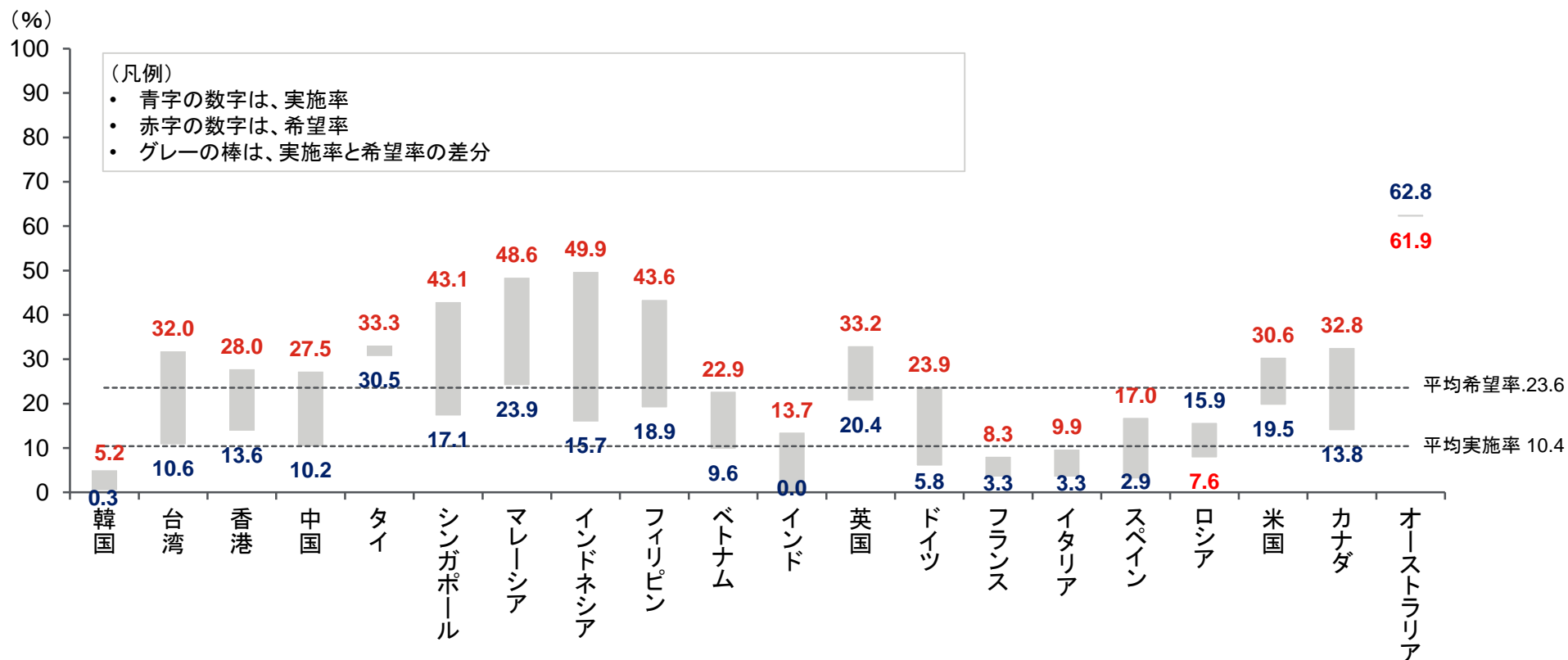
(出所)  
 ・【実施率】訪日外国人消費動向調査(観光庁、2014・2015・2018年※観光・レジャー目的)(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)をもとに作成  
 ・【訪日外客数】訪日外客数(JNTO、2014~2018年※観光・レジャー目的)(<https://statistics.jnto.go.jp/>)をもとに作成

## 1. 【統計調査】将来的・潜在的な需要(1/2)

冬期間である2019年1月～3月期における訪日外国人消費動向調査でスキー・スノーボードにおける実施率と次回の実施希望率(以下、希望率)を比較すると、東南アジアを中心に希望率が実施率を大きく上回っており、将来的・潜在的な需要が見込まれる。

## ■ 実施率と次回訪日時の実施希望率

- ロシア、オーストラリアを除く国が、希望率が実施率を上回っている。特に、東南アジアや台湾が大きくなっている。
- オーストラリアは、実施率と希望率の差がほとんどなく将来的潜在的な需要は少ないが、実施率と希望率は6割程度と他国と比較すると高い水準となっている。



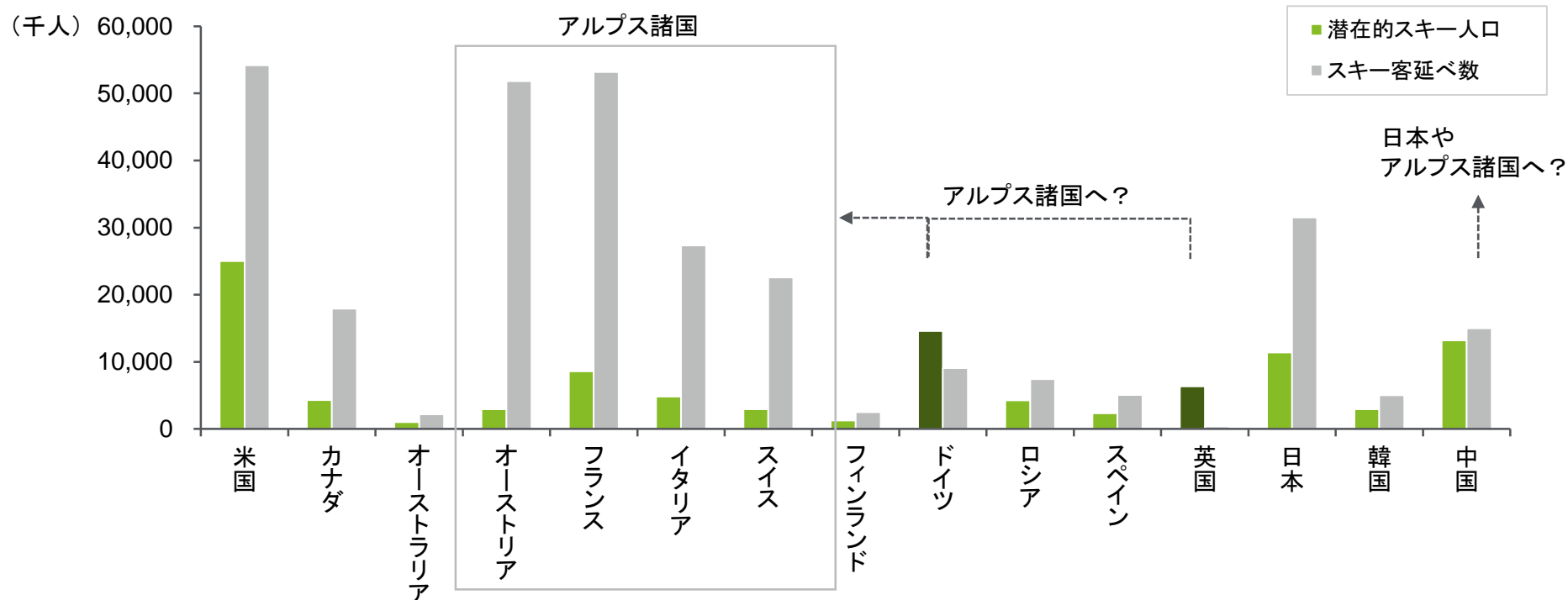


## 1. 【統計調査】将来的・潜在的な需要(2/2)

ドイツや英国の潜在的スキー人口は、自国のスキー場におけるスキー客延べ数(以下、スキー客数)を超えており、他国でスキーレジャーを楽しむスキー客のアウトバウンド国である可能性がある。また、フィンランド航空により欧州と新千歳空港の定期便の就航に伴い、ドイツや英国を含む欧州のスキー客を将来的・潜在的な需要として獲得できる可能性がある。

### ■ 潜在的スキー人口とスキー客延べ数

- ・ オーストリアやフランス、イタリア、スイスの自国のスキー場におけるスキー客数は、潜在的スキー人口の5倍以上いる。
- ・ 一方で、ドイツや英国は、自国のスキー場におけるスキー客数は、潜在的スキー人口を下回っている。
- ・ 中国でも、自国のスキー客数と潜在的スキー人口が拮抗している。国内のスキー場数を考慮すると、アウトバウンド国になる可能性がある。



スキー客延べ数 潜在的スキー人口	2.2	4.2	2.2	17.5	6.2	5.6	7.6	2.0	0.6	1.7	2.2	0.1	2.8	1.7	1.1	(倍)
---------------------	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(出所) International Report on Snow & Mountain Tourism (Laurent Vanat, 2015~2019) (<https://vanat.ch/stations-de-ski.shtml>) をもとに作成

## 1. 【統計調査】重点市場候補

これまでの統計調査の結果から、各国の「市場規模」「需要」「成長性」「潜在性」で評価した。複数の観点で抽出された国は、札幌スノーリゾートにおける重点市場候補になると考えられる。札幌スノーリゾートは、欧州豪のスキー技術度が高いスキー客から、自国で雪が降らない東南アジアのスキー未経験者や初心者まで幅広くターゲットとして検討する必要がある。

### ■ 各国の評価

- 東アジアは、現状では日本での実施率は高くないが、訪日外客数が圧倒的に多い。今後国内のスキー人口が増加することで更に潜在的な需要が見込まれる中国や、訪日外客数が多く潜在的需要が見込まれる台湾や香港が候補になると考えられる。
- 東南アジアでは、実施率と訪日外客数が高い水準で共に成長しているマレーシアやインドネシア、フィリピンが候補になると考えられる。
- 欧州では、潜在的スキー人口が多いにも関わらず、現状では日本での実施率は高くない。しかし、ドイツや英国は、スキーのアウトバウンド国である可能性があり、実際に日本国内でも潜在的・将来的な需要が見込まれるため、候補となると考えられる。
- 北米やオーストラリアは、一定数のインバウンドスキー客があり、潜在的・将来的な需要も見込まれるため候補になると考えられる。

重点市場候補 ⇒



### 評価視点(①～④)と評価基準

	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	米国	カナダ	オーストラリア
<b>①市場規模(自国にスキー人口は十分にいますか?)</b> ✓ 潜在的スキー人口が、日本の潜在的スキー人口以上いるか?				✓									✓					✓		
<b>②実現性(インバウンドスキー客を見込めるか?)</b> ✓ インバウンド数が1,000千人を超えているか? ✓ インバウンドのスキー実施率が平均以上か?	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓					✓	✓	✓	✓
<b>③成長性(インバウンドスキー客は今後も増加する可能性が高いか?)</b> ✓ 2014年と比べ、インバウンドの訪日外客数と実施率の増減倍率が平均以上か?								✓	✓											
<b>④潜在性(インバウンドスキー客増加の余地はあるか?)</b> ✓ 希望率が平均以上か? ✓ スキー客のアウトバウンド国の可能性はあるか?		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓					✓	✓	✓

(注記) 1つの評価視点において複数の評価基準がある場合は、どちらかの評価基準を満たしているか否かで評価

## 1. 【統計調査】効果的なプロモーション手法

東アジアは「個人ブログ」「SNS」「ホームページ」などのワンウェイ型の情報を、欧米豪は「口コミサイト」や「親族・知人」、「動画サイト」などの双方向あるいは視覚的な情報を、東南アジアはそのどちらの情報も、旅行情報源としている。そのため、ソーシャルメディアによるプロモーションは効果的だと思われるが、欧米豪には、客観性かつ信頼性の高い情報発信方法の検討が必要だと考えられる。

## ■旅行前に役立った旅行情報源

- ・ 国ごとに旅マエに役に立った旅行情報源のうち、上位5つを整理した。
- ・ 東アジアは、「SNS」や「個人のブログ」、「旅行会社や日本政府観光局HP」、「親族・知人」からの情報を参考にしている。
- ・ 東南アジアは、「個人のブログ」「SNS」、「口コミサイト」や「親族・知人」、「動画サイト」からの情報を参考にしている。
- ・ 欧米豪は、「口コミサイト」や「親族・知人」、「動画サイト」からの情報を参考にしている。

	東アジア			東南アジア				欧米豪				
	台湾	香港	中国	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	英国	ドイツ	米国	カナダ	オーストラリア
口コミサイト			5	4	4	2	2	1	5	1	2	2
個人のブログ	1	1		5	1	4	1		4	4	4	
自国の親族・知人	3				3	5	3	2	3	2	3	1
SNS	2	2	1	2	2	3					5	5
動画サイト						1	4	4	2	3	1	4
旅行会社HP	4	4	3	1								
日本政府観光局HP	5	3		3								
宿泊施設HP					5			3				3
日本在住の親族・知人			2					5		5		
旅行ガイドブック									1			
特になし			4									
旅行専門誌		5										
航空会社HP							5					

(注記)

1. 各国の6位以下は非表記
2. スノーリゾートのプロモーションを想定し、調査対象は冬期間のインバウンドに限定
3. 対象国は、重点市場候補の国に限定
4. 情報源にある「特になし」は観光庁の調査で使用されている選択肢

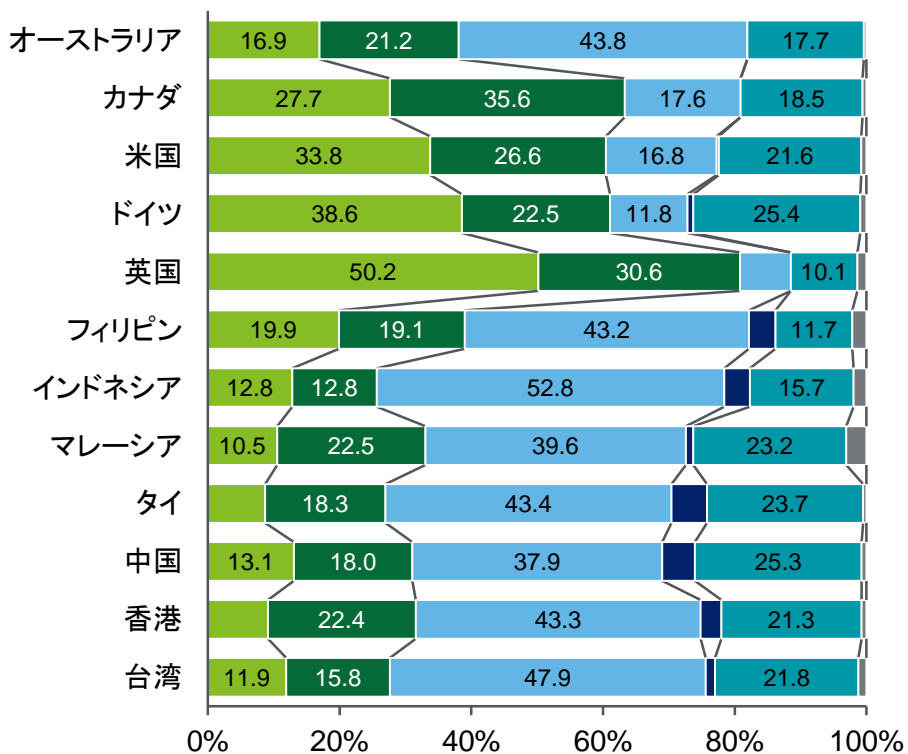
(出所)訪日外国人消費動向調査(観光庁、2019年1月～3月期2次速報※ ※観光・レジャー目的) (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)をもとに作成

## 1. 【統計調査】冬期間のインバウンド属性<参考①>

### 同行者

- ・ アジアやオーストラリアは、「家族や親族」と旅行する割合が最も高い。
- ・ 欧米は「自分ひとり」または「夫婦・パートナー」で旅行する割合が高い。

■ 自分ひとり ■ 夫婦・パートナー ■ 家族・親族 ■ 職場の同僚 ■ 友人 ■ その他

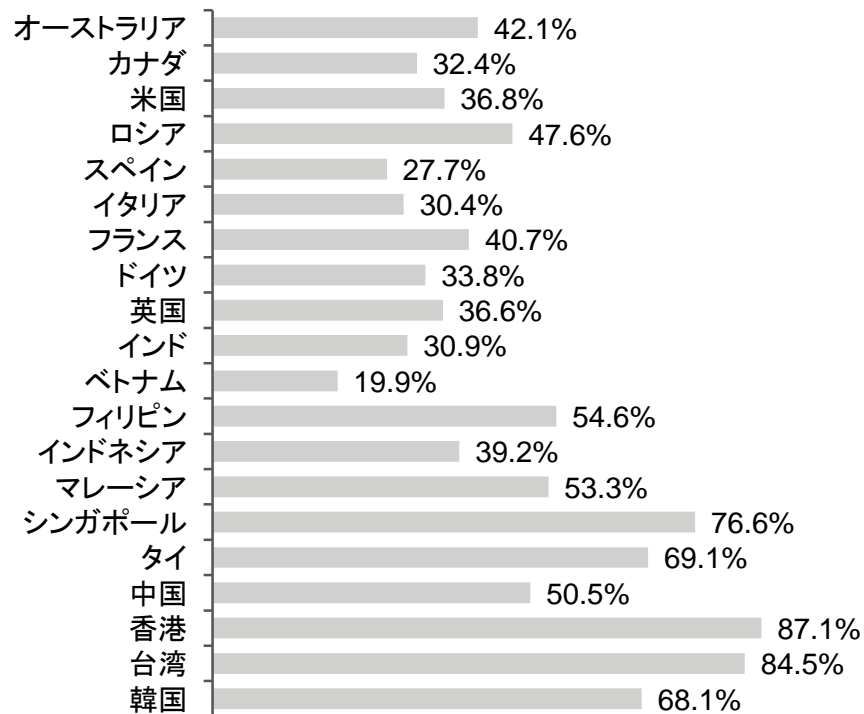


(注記)属性割合が10%以下の場合、非表記

(出所)訪日外国人消費動向調査(観光庁、2019年1月~3月期2次速報※ ※観光・レジャー目的) (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)をもとに作成

### リピーター率(2回以上の来日回数の割合)

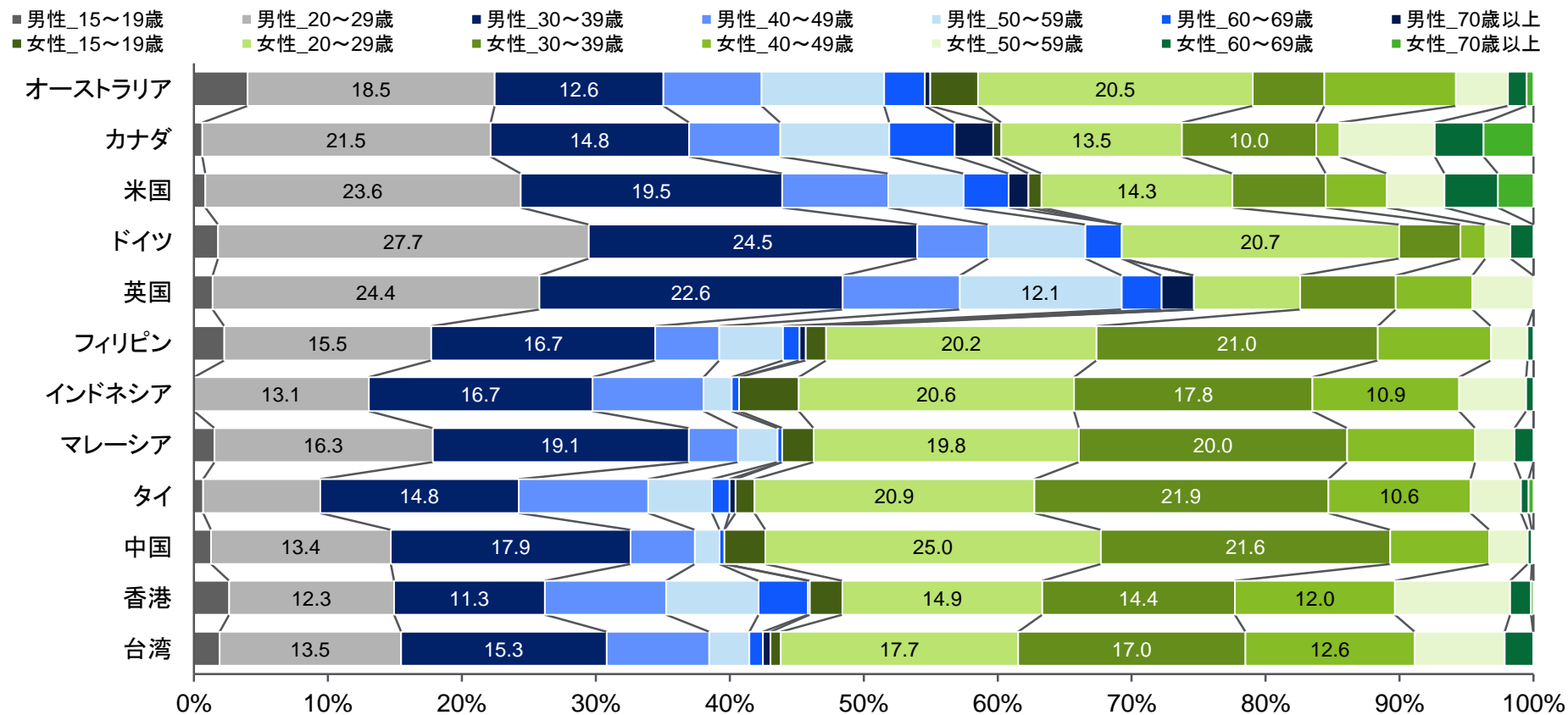
- ・ 冬期間のインバウンドはリピーターが多く、特に香港や台湾、シンガポールが高くなっている。



1. 【統計調査】冬期間のインバウンド属性<参考②>

■ 性別および年代

- ・ アジア、欧米ともに20～39歳が多くなっているが、アジアは女性、欧米は男性が多くなっている。



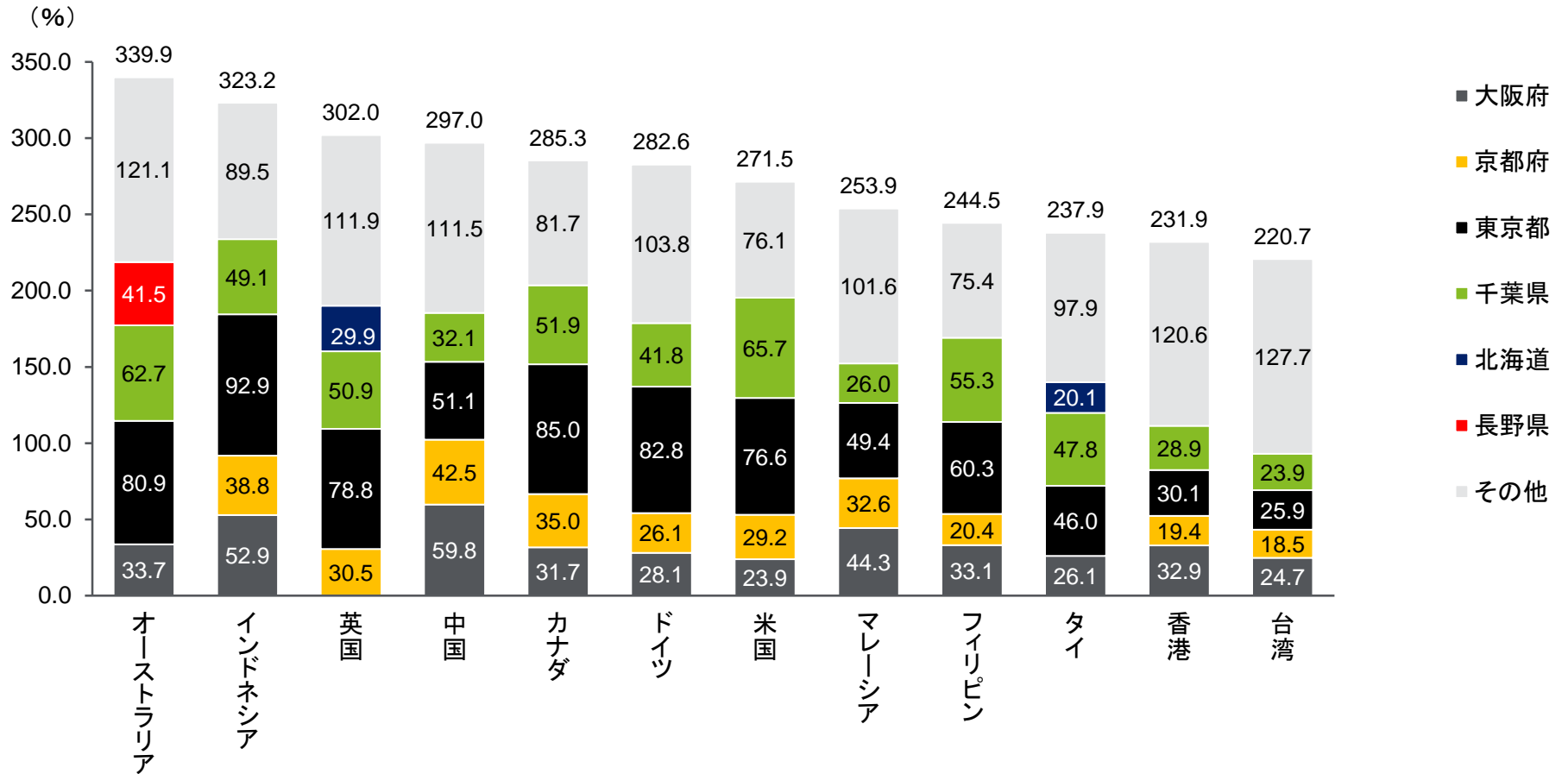
(注記)属性割合が10%以下の場合、非表記

(出所)訪日外国人消費動向調査(観光庁、2019年1月～3月期2次速報※ ※観光・レジャー目的) (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthyousa.html>)をもとに作成

1. 【統計調査】冬期間のインバウンド属性＜参考③＞

■ 都道府県訪問率

- 各国のインバウンドの都道府県訪問率を合算し、訪問率の高い上位4つの都道府県を整理した。
- オーストラリアやインドネシア、英国の訪問率の合算値は、300%を超えており(一度に3都道府県を訪問していると考えられる)、国内を周遊する傾向が見られる。一方、中国を除くアジアは訪問率の合算値は、250%程度と低い。
- 北海道への訪問率が上位4つに入っている国は、英国とタイのみとなっている。



(出所) 訪日外国人消費動向調査(観光庁、2019年1月～3月期2次速報※ ※観光・レジャー目的) (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>) をもとに作成

## 5-2. 調査結果

### 1. 【統計調査】冬期間のインバウンドニーズ＜参考④＞

#### ■次回訪日時に実施したいこと

- ・ 国ごとに次回訪日時に実施したいことのうち、上位5つを整理した。
- ・ いずれの国も「日本食を食べること」や「自然・景勝地観光」を求めている。
- ・ また、インドネシア以外は「温泉入浴」を求めている。
- ・ アジアは「ショッピング」、欧米は「日本の歴史・伝統文化体験」、東南アジアは「スキー・スノーボード」を求めていることが特徴的である。

	東アジア			東南アジア				欧米豪				
	台湾	香港	中国	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	英国	ドイツ	米国	カナダ	オーストラリア
日本食を食べる	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
自然・景勝地観光	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	5
温泉入浴	2	2	1	4	5		2	4	3	3	3	3
ショッピング	3	3	3	2	4	5	3					
スキー・スノーボード					2	1	5					2
日本の歴史・伝統文化体験								5	4	4	5	
四季の体感						4		2			4	
繁華街の街歩き	5	5	5									
日本の酒を飲む										5		4
旅館に宿泊				5								
美術館・博物館等									5			

(注記) 各国の6位以下は非表記

(出所) 訪日外国人消費動向調査(観光庁、2019年1月～3月期2次速報※ ※観光・レジャー目的) (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>) をもとに作成

## 1. 【統計調査】冬期間のインバウンドニーズ＜参考⑤＞

## ■日本滞在中に役立った旅行情報

- ・ 国ごとに旅ナカで役に立った旅行情報源のうち、上位5つを整理した。
- ・ いずれの国も「交通手段」「飲食店」「宿泊施設」「観光施設」「無料Wi-Fi」情報が役立っている。
- ・ その中でもアジアは「交通手段」「観光施設」「飲食店」「買い物場所」を、欧米豪は「無料Wi-Fi」「ATM」を、より求めている。

	東アジア			東南アジア				欧米豪				
	台湾	香港	中国	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	英国	ドイツ	米国	カナダ	オーストラリア
交通手段	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
宿泊施設	2	3	3	3	4	5	4	5		4	5	3
飲食店	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	5
無料Wi-Fi		5		5	5	2	2	2	2	1	1	1
観光施設	3	2	5	2	3		5	4	4		4	4
買い物場所	5		4			4						
ATM									5	5		

(注記)各国の6位以下は非表記

(出所)訪日外国人消費動向調査(観光庁、2019年1月～3月期2次速報※ ※観光・レジャー目的) (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)をもとに作成

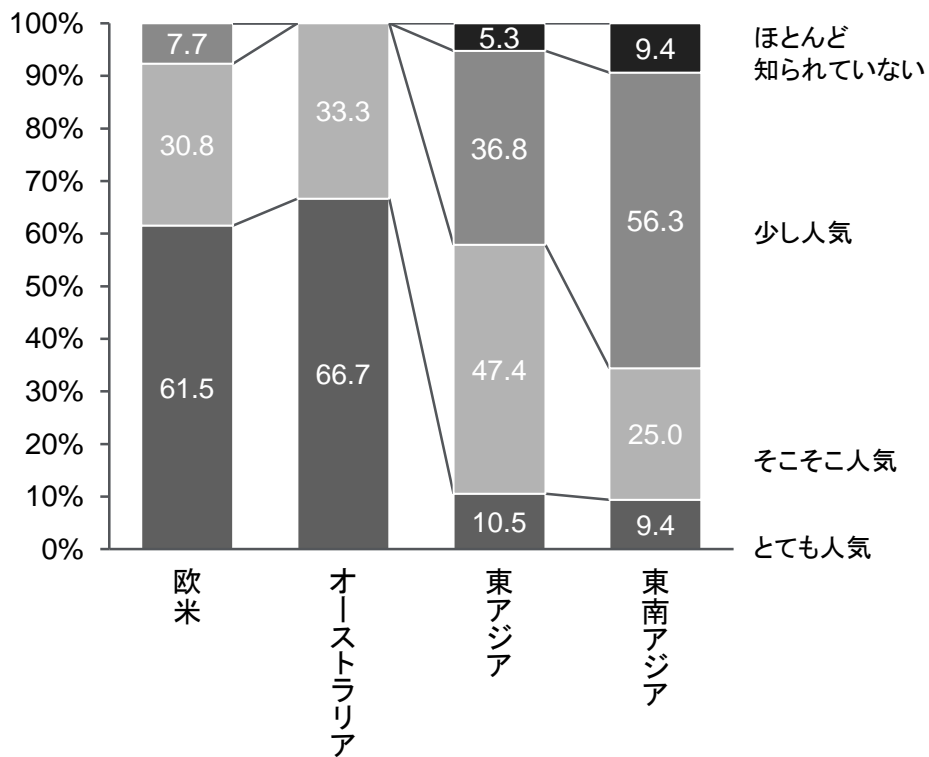


## 2. 【海外エージェントアンケート調査】インバウンドの動向・ニーズ(1/3)

オーストラリアのエージェントは、札幌にスキー・スノーボードを目的で来る人が多数いることが確認できた。しかし、欧米やアジアのエージェントからは、自国でスキー・スノーボードの人気は一定数いるが、スキー・スノーボードを主目的に来札することは少ないことが確認できた。

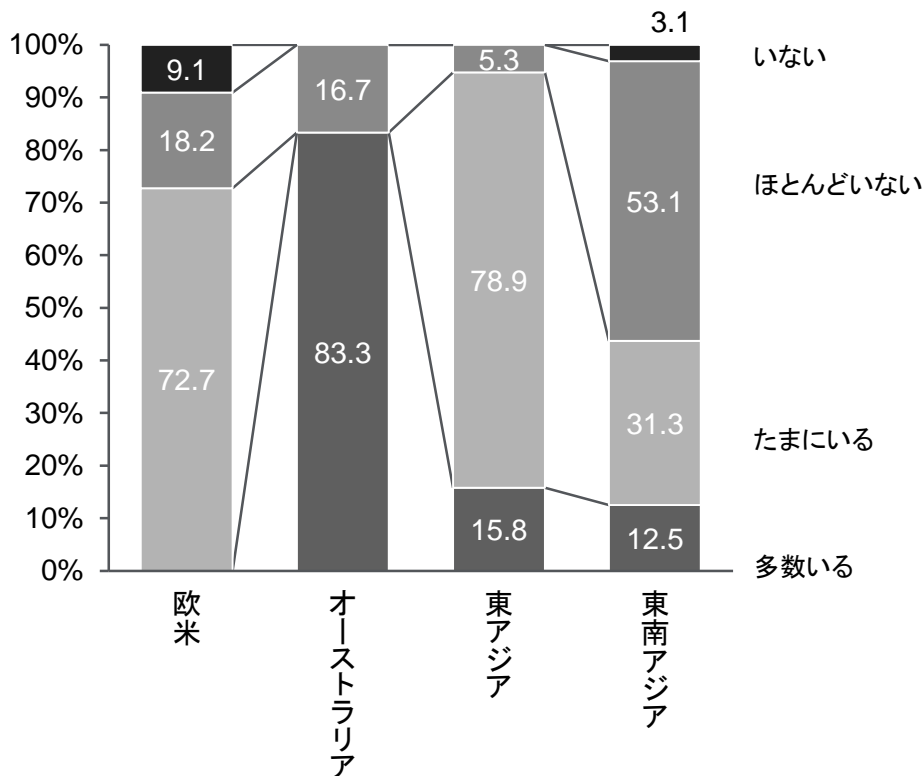
### ■ 自国でのスキー・スノーボードの人気度

- ・ 欧米豪のエージェントは、自国でのスキー・スノーボードの人気が高いと回答している。
- ・ アジアのエージェントも、自国で一定数のスキー・スノーボード人気があると認識している。



### ■ スキー・スノーボード目的だけで来札する人

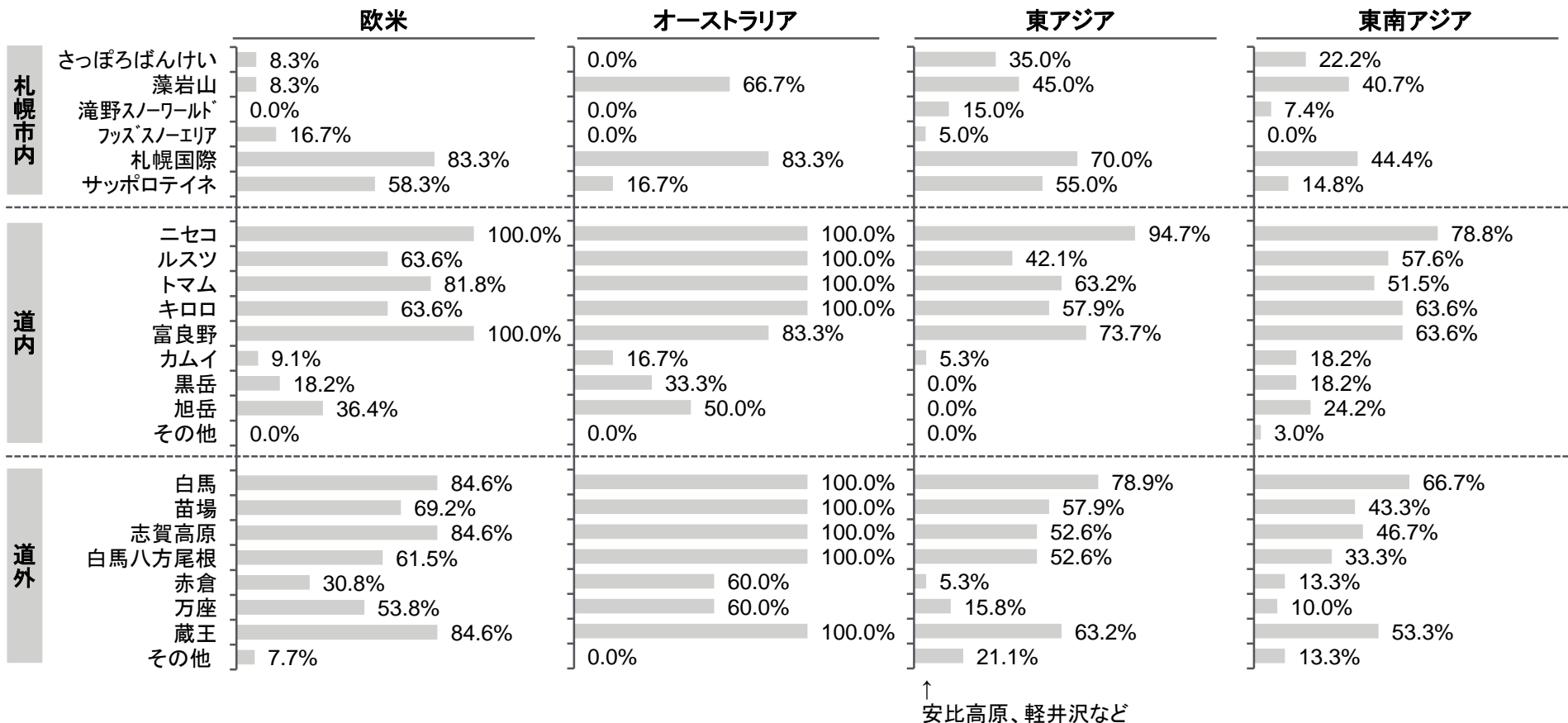
- ・ オーストラリアのエージェントの約8割が、スキー・スノーボードだけで来札する人がいると回答している。
- ・ 一方、欧米やアジア圏のエージェントの大半は、スキー・スノーボードだけで来札する人は少数であると回答している。



## 2. 【海外エージェントアンケート調査】インバウンドの動向・ニーズ(2/3)

ニセコや富良野等の道内主要スキーリゾートや、白馬や蔵王などの道外スキーリゾートの認知度は高い。一方で、札幌国際やサップロティネの認知度は道内外のスキーリゾートに匹敵する認知度が確認できる。一方、さっぽろばんけいや札幌藻岩山はエージェントのエリアによって認知度のばらつきがあり、フッズスキーエリア、滝野スキーワールドは総じて低い。

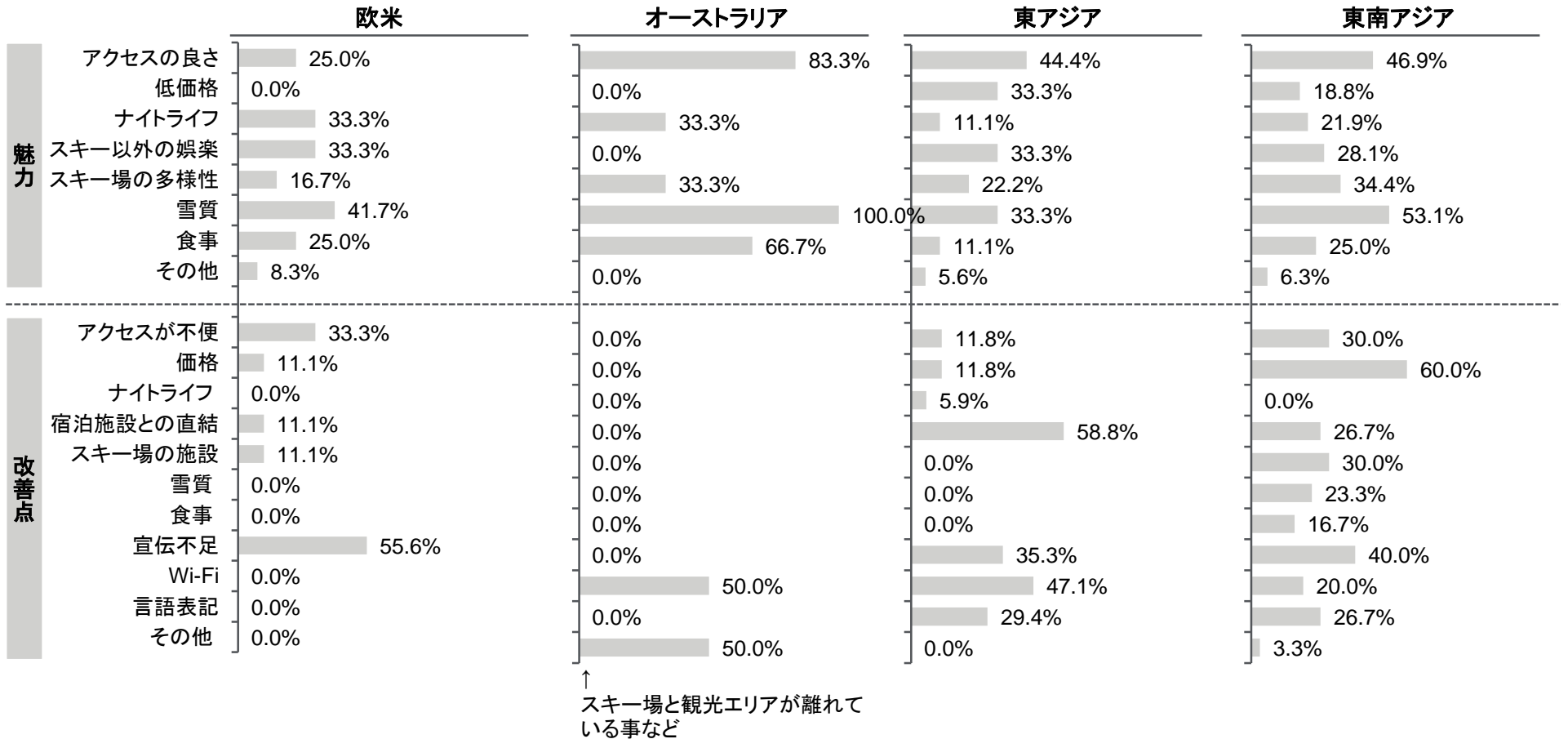
### 国内スキー場の認知度



## 2. 【海外エージェントアンケート調査】インバウンドの動向・ニーズ(3/3)

札幌市内スキー場の魅力として認知されていることは、「雪質」や「アクセスの良さ」が多い。札幌スノーリゾートの強みである「ナイトライフ」を含む「スキー以外も楽しめる」ことは魅力としての回答は低く、訴求できていない可能性がある。また、欧米のエージェントは「アクセスの悪さ」、東南アジアのエージェントは「価格」、東アジアのエージェントは「宿泊地が直結していない」ことを特に改善点として求めている。

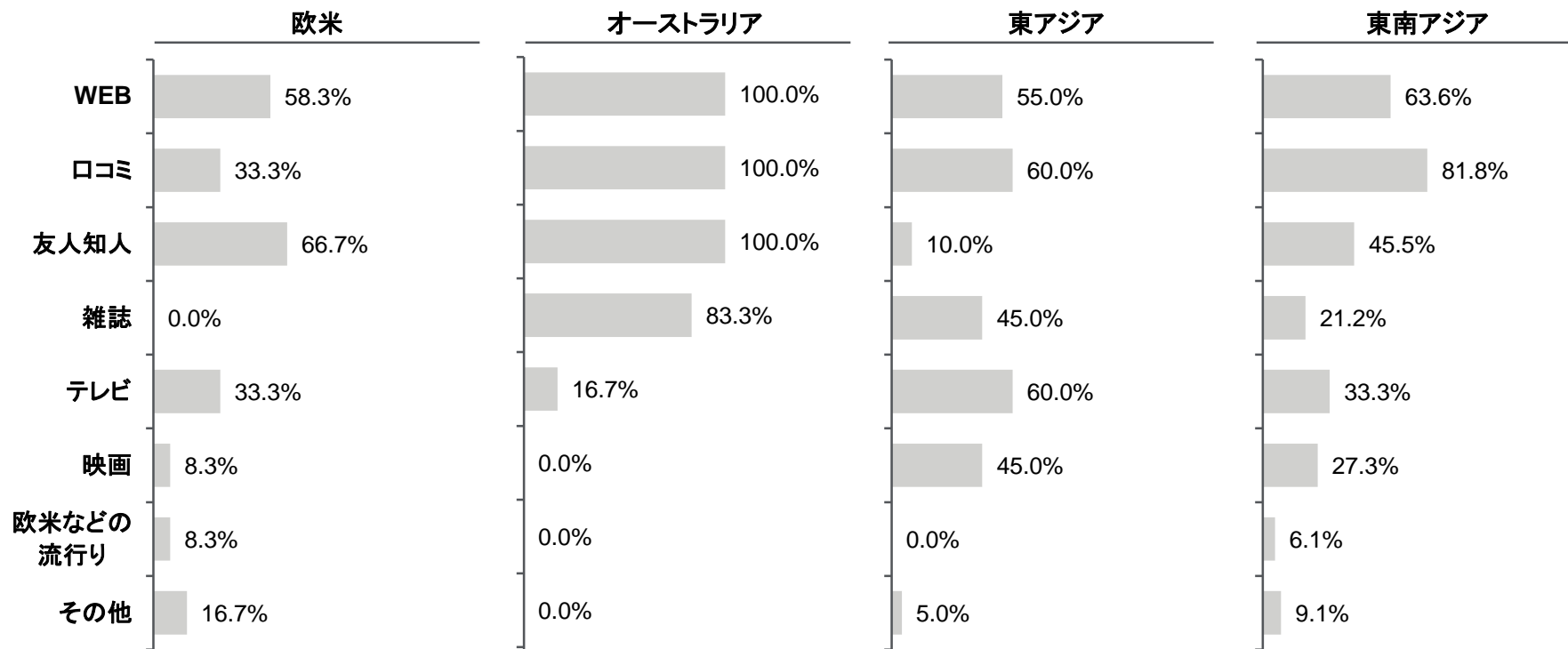
### ■ 札幌市内スキー場の魅力と改善点



## 2. 【海外エージェントアンケート調査】効果的なプロモーション

どのエリアのエージェントも、自国民はWEBや口コミが多くソーシャルメディアでのプロモーションが効果的だと考えている。欧米では「友人知人」が最も多くの回答があり、より信頼性の高い情報の発信が求められる。また、東アジアは、「テレビ」や「映画」の回答が多く、マスメディアによるプロモーションも効果的だと考えられる。

## ■ 各国の旅行情報の収集方法

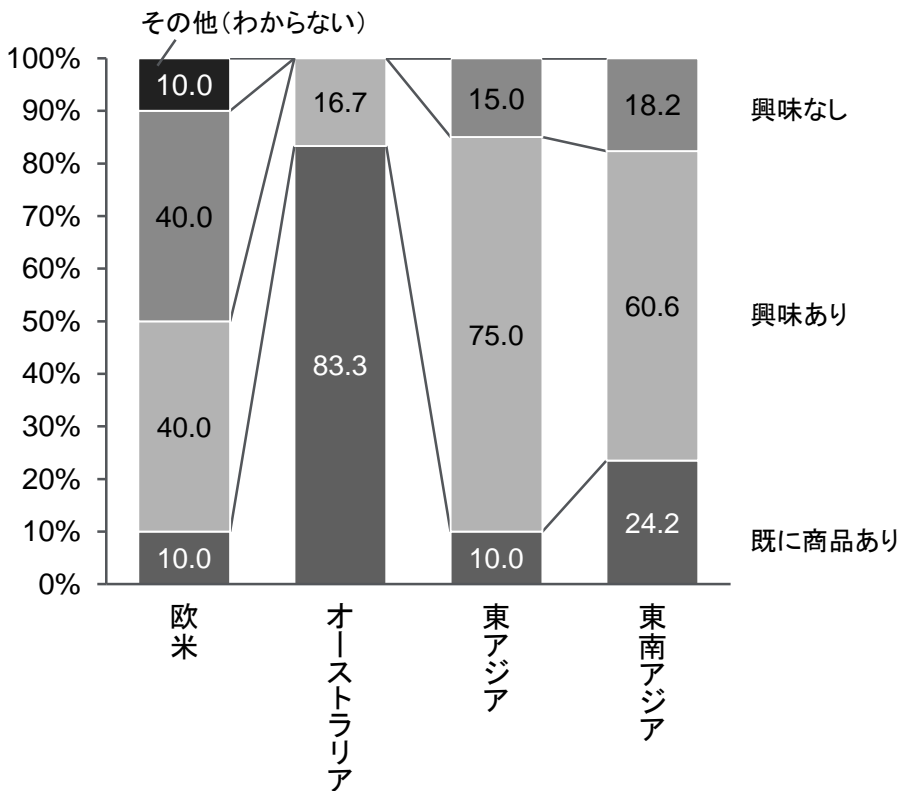


## 2. 【海外エージェントアンケート調査】商品造成(1/2)

どのエリアのエージェントにも、自国のファミリー層や夫婦恋人をターゲットとした商品造成の興味があることが確認できた。しかし、欧米のエージェントは興味がないとの回答も多く、エージェントに対するプロモーションも必要だと考えられる。

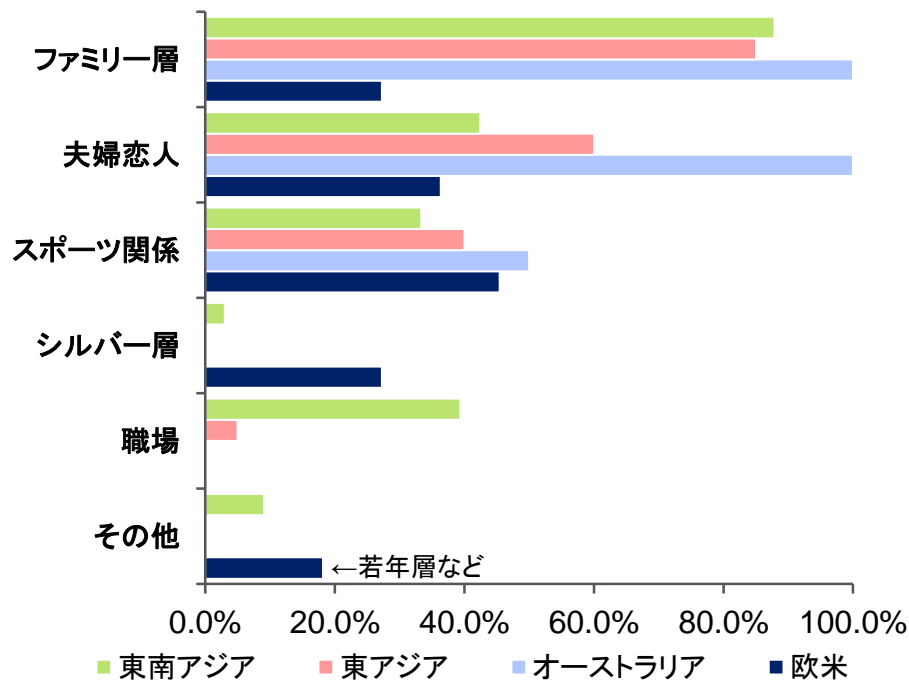
### 札幌スノーリゾート商品造成の興味度

- オーストラリアのエージェントのうち8割は、既に札幌スノーリゾートの商品があると回答している。
- アジアのエージェントのうち6割以上が、札幌スノーリゾートの商品造成に興味を持っている。
- 欧米のエージェントは、興味ありとなしが半々程度である。



### 札幌スノーリゾートの販売ターゲット層

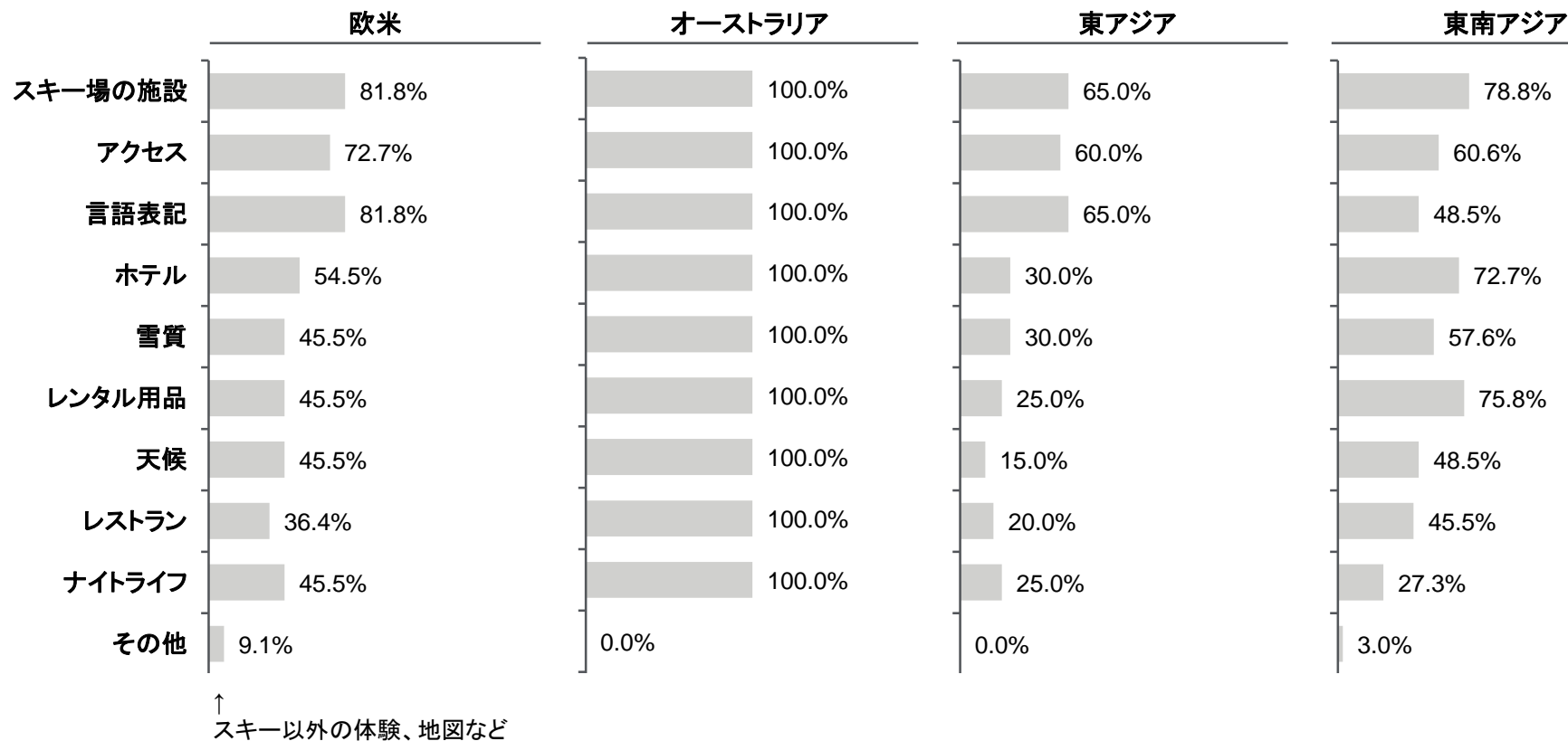
- どのエリアのエージェントも、札幌スノーリゾートはファミリー層や夫婦恋人がターゲットになると考えている。
- 欧米のエージェントは、スポーツ関係者やシルバー層もターゲットになると考えている。



## 2. 【海外エージェントアンケート調査】商品造成(2/2)

海外エージェントは「スキー場の施設」や「アクセス」、「言語表記(多言語対応状況)」といった基本情報を必要としていることから、商品造成するにあたって全般的に情報不足と感じている可能性が高い。また、スキー未経験者や初心者が多いと思われる東南アジアのエージェントは、「レンタル用品」の情報も必要と感じている。

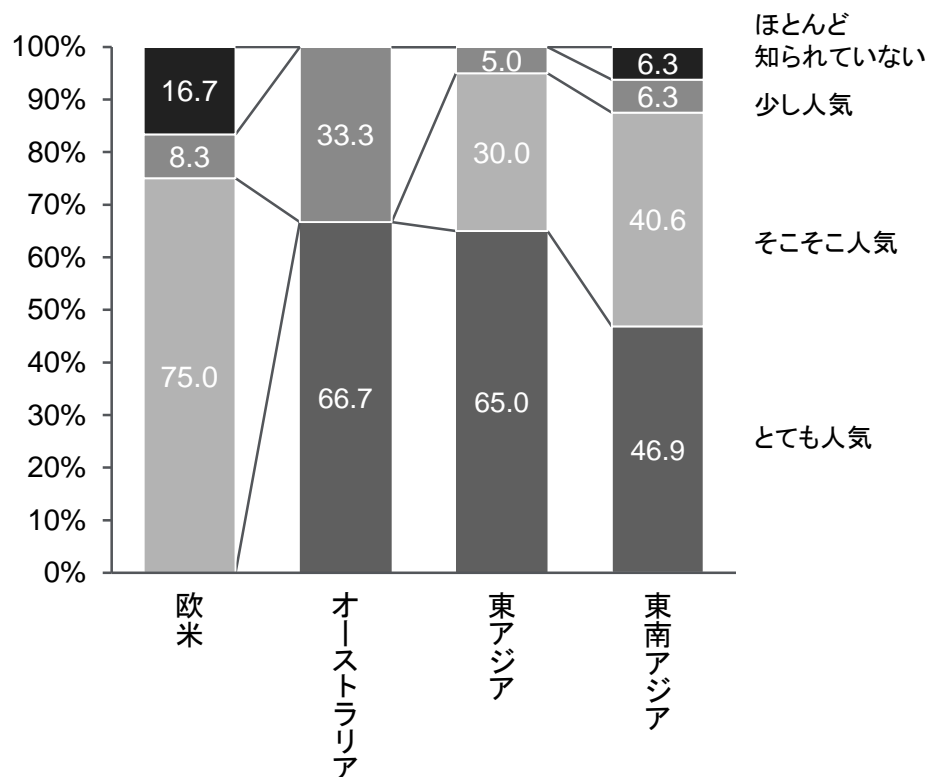
## ■ 札幌スノーリゾート商品造成に必要な情報



## 2. 【海外エージェントアンケート調査】商品造成<参考>

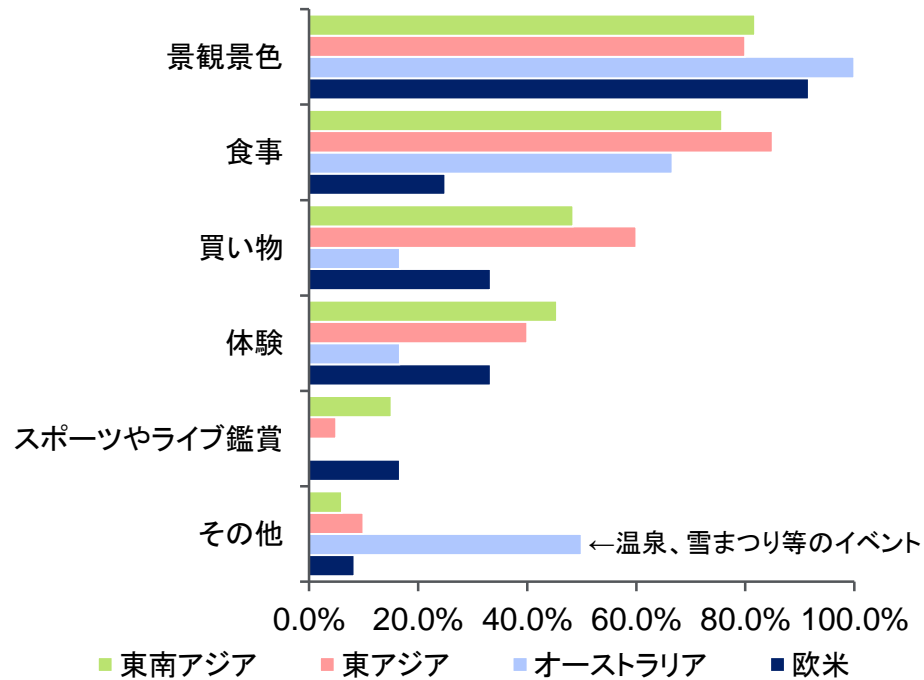
### ■ 札幌観光の人気度

- ・ アジアやオーストラリアのエージェントの半数以上が、札幌観光は自国でも人気だと回答している。
- ・ 欧米のエージェントも札幌観光は人気はあると回答しているが、人気の程度は低いと回答している。



### ■ 札幌観光の目的

- ・ 札幌観光は景観景色や食事が目的だと回答するエージェントが大多数である。
- ・ アジア圏では買物や体験、オーストラリアでは雪まつりや温泉と回答するエージェントも多い。



### 3. 【セールスコール調査】

セールスコール調査により、海外エージェント視点でも中国やタイは大きな市場になる可能性があると考えていること、中国とタイのどちらの海外エージェントも商品造成のためのFAM企画を求めていること、中国はメディアを利用した宣伝、タイは買物＋スキーが可能である等のプロモーションが効果的であることが確認できた。

#### ■ 中国

(動向・ニーズ)

- 欧州や北米は遠くて高く、認知度や人気度が高い札幌でスキーが楽しめることは魅力的だとの意見が多かった。
- また、家族や小団体(親戚一同)での移動を好む人が多く、その傾向は上海以外の地方が強い。

(将来的・潜在的な需要)

- どの海外エージェントも中国のスキー人口は増えると確信しており、将来性を感じていた。

(プロモーション)

- 認知度は、国内ではニセコや富良野、白馬、市内ではサッポロテイネ、札幌国際が高い。
- スキー場の認知度や人気度は映画やテレビなどメディアの影響を受けやすく、現地でのCMやメディアを招請することが効果的との意見が半数以上あった。中には、スキー場が映画等のメディアで扱われれば関連の旅行商品が爆発的に売れるという海外エージェントもいた。
- それ以外の意見としては、旅行博への出展も効果的との声があった。

(商品造成)

- 札幌スノーリゾート旅行商品のターゲットは、中流階級が中心になり、5ツ星ホテルがあるリゾートを好むリッチ層は難しいとの意見があった。
- 海外エージェントはスキーツアーには興味を示すものの、実際に滑ったことがある人は少なく、経験者であっても1～2度程度滑ったことがあるレベルであった。
- 商品造成のために札幌スノーリゾートのFAMを希望する海外エージェントが多かった。

#### ■ タイ

(動向・ニーズ)

- ニセコやキロロ等に比べ札幌はスキーというより観光としての訪問意欲が強い。スキー目的である場合には、ニセコ等で滑った後に札幌経由で帰路につく傾向が強い。
- ただし、スキーをメインに出来るほど技術が高い層は少ない。
- 買い物や食事のニーズが強い。

(将来的・潜在的な需要)

- タイ人は雪への関心が強く、宣伝次第では大きな市場となる可能性はあるとの意見が多かった。

(プロモーション)

- 札幌の魅力はアクセスと雪質との回答が多く、都市のスキー場としての認知度は高い。中でも、札幌藻岩山の認知度が高い。

(商品造成)

- タイは2～3割程度の中流～リッチ層が興味を示し、中国よりロングステイで高額な旅行でも売れそうだと意見が多かった。
- 商品内容としては、札幌での食事や買物に加えてスキーができるというものが良いとの声が多かった。
- ただし、実際に滑ったことがある海外エージェントは少なく、商品造成のために札幌スノーリゾートのFAMを希望する海外エージェントが多かった。



## 6. 市内スキー場を訪れたスキー客への インタビュー調査

## 1. 調査設計

本調査では、スキー客からスノーリゾート推進にあたり参考となる情報を整理・分析するため、札幌市内スキー場を訪れた外国人スキー客に対してインタビューを実施した。

## ■ 調査設計の内容

## 1. 調査項目:

- ① 来場者の属性
- ② スキー場の利用状況と評価
- ③ 来札動機と旅行内容
- ④ 外国人スキー客のペルソナ像

## 2. 調査手法:

- ・ インタビュー
- ・ クラスタ分析(来場者属性からペルソナ像を作成する際に利用)

## 3. 調査対象:

- ・ 札幌市内6つのスキー場に来場している外国人スキー客  
※インタビュー結果に偏りがでないよう各スキー場で想定される来場者属性パターンを網羅するようにインタビュー回答者を選定

## 4. 調査目標数:

- ・ 258名(各スキー場で想定される来場者属性パターン×6組を目安)

	総数	サッポロテイネ	札幌国際	さっぽろ ばんけい	札幌藻岩山	滝野 スノーワールド	フッズ スノーエリア
インタビュー数	258	54	54	54	36	36	24
属性パターン数	—	9	9	9	6	6	4

## 1. 調査設計&lt;参考①&gt;

## ■ クラスタ分析によるペルソナ作成手順

- 機械学習の手法であるクラスタ分析(教師なし学習、K-means法、試行回数10,000回)を用いて、インタビューで収集した外国人スキー客の属性情報から、各スキー場を訪問している典型的なスキー客の特徴のみを抽出し、ペルソナ像を作成する。
- そのため、本分析で作成したペルソナ像は、各スキー場に来場している全てのペルソナ像とはなっていない。

## ステップ① ラベルの割り当て

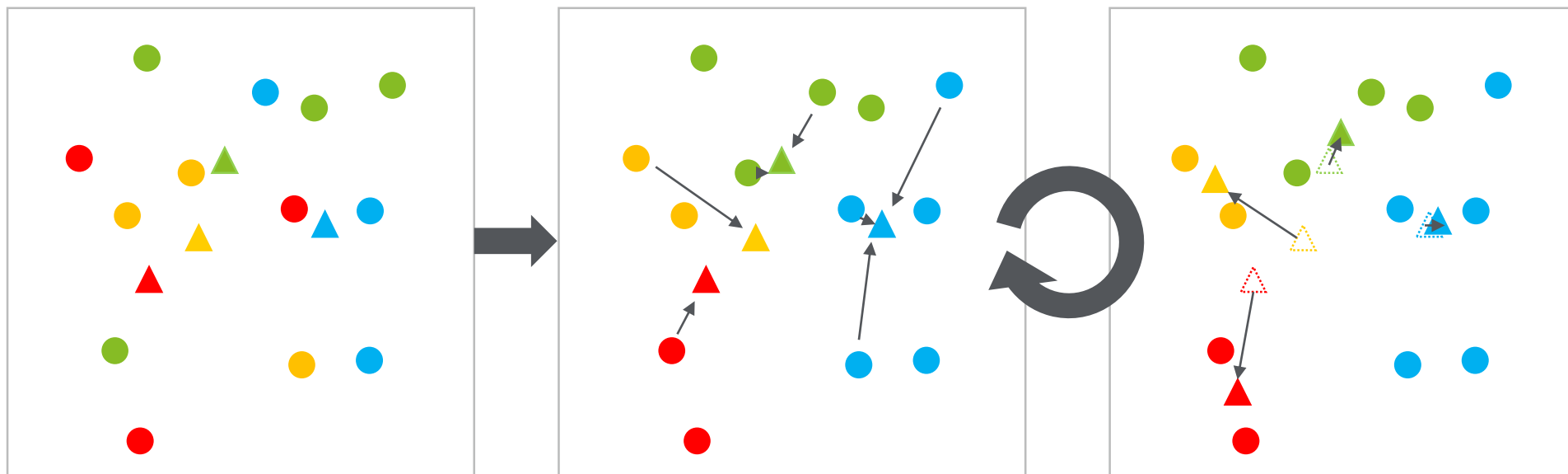
- 各データにランダムにラベルを割り当てる。
- 割り当てられたラベルが同じデータの重心を計算する。

## ステップ② ラベルの更新

- 各データから最も近い重心を探す。
- データのラベルと重心のラベルが異なれば、そのデータのラベルを更新する。

## ステップ③ 重心の更新

- 更新後の新しいラベルのデータの重心を再計算する。
- 重心に収束余地があれば、再度ラベルの更新を行う。



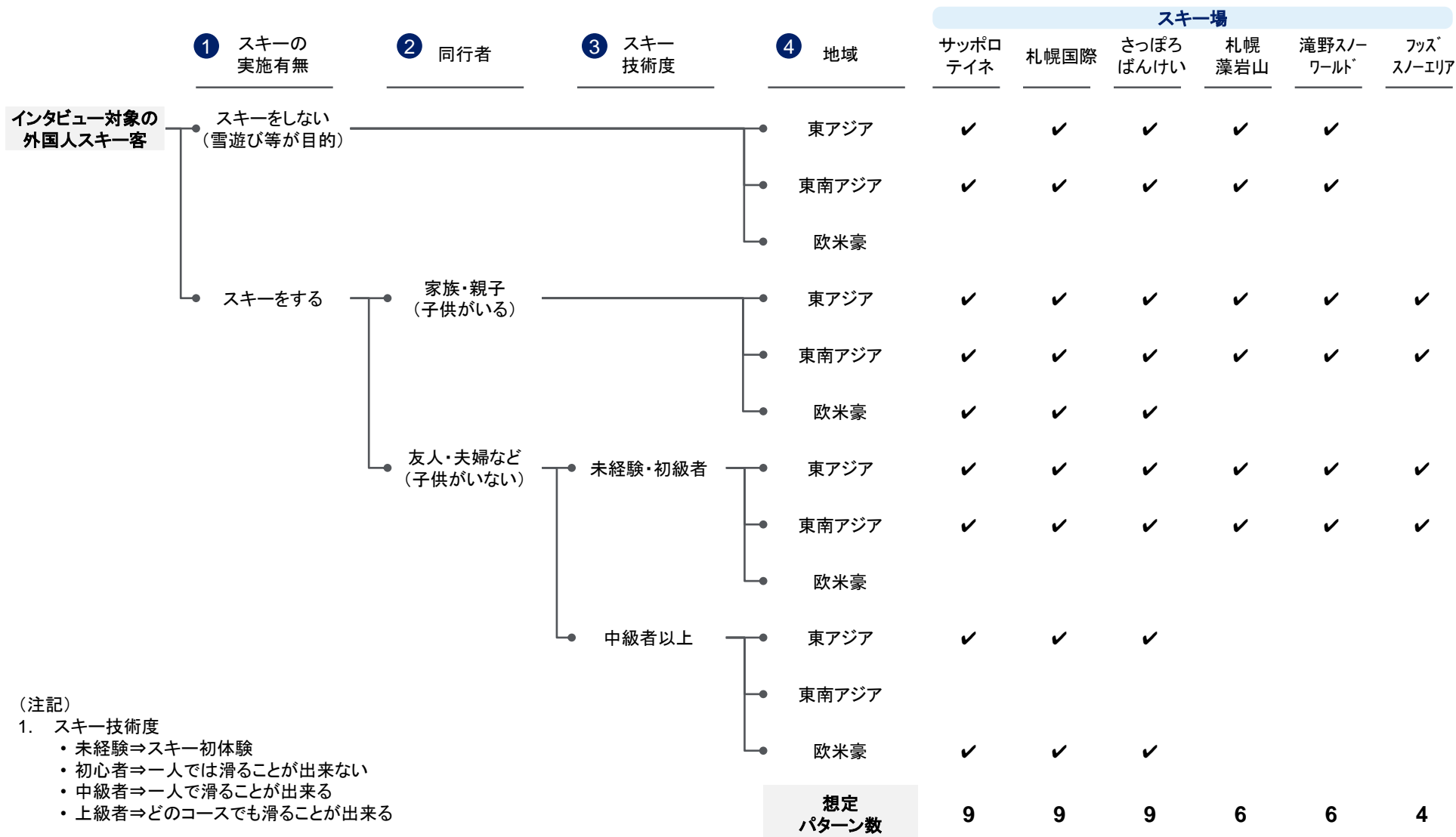
● : ラベル(色)が割り振られた各データ(本分析では、外国人スキー客の属性情報とする)

▲ : ラベル(色)ごとの重心(本分析では、外国人スキー客のペルソナの特徴とみなす)

1. 調査設計<参考②>

■ 各スキー場で想定される来場者属性パターン

・ 札幌市内スキー場へのヒアリング結果も踏まえ、幅広い来場者属性パターンを想定した。



(注記)

1. スキー技術度

- ・ 未経験⇒スキー初体験
- ・ 初心者⇒一人では滑ることが出来ない
- ・ 中級者⇒一人で滑ることが出来る
- ・ 上級者⇒どのコースでも滑ることが出来る

## 6-1. 調査概要

### 2. 調査結果(1/4)

札幌市内スキー場で25か国229名の外国人スキー客にインタビューを実施した。なお、外国人スキー客には、留学生等の日本在住の外国人49名が含まれている。

#### ■ 国籍および居住地

	総数	サッポロテイネ	札幌国際	さっぽろばんけい	札幌藻岩山	滝野スノーワールド	フッズスノーエリア
予定	258	54	54	54	36	36	24
実績	229	84	43	30	22	28	22
● 東アジア	53.3%	47.6%	53.5%	30.0%	72.7%	42.9%	100.0%
中国	37.1%	40.5%	41.9%	16.7%	59.1%	10.7%	54.5%
台湾	14.0%	7.1%	2.3%	10.0%	13.6%	32.1%	45.5%
香港	1.7%	0.0%	9.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
● 東南アジア	20.5%	17.9%	18.6%	23.3%	9.1%	53.6%	0.0%
タイ	7.4%	8.3%	14.0%	3.3%	4.5%	7.1%	0.0%
マレーシア	4.4%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	28.6%	0.0%
フィリピン	3.9%	4.8%	0.0%	10.0%	0.0%	7.1%	0.0%
インドネシア	3.1%	2.4%	4.7%	0.0%	0.0%	10.7%	0.0%
● オセアニア	11.4%	11.9%	16.3%	20.0%	13.6%	0.0%	0.0%
オーストラリア	9.2%	10.7%	7.0%	20.0%	13.6%	0.0%	0.0%
● 北米	4.4%	4.8%	4.7%	10.0%	0.0%	3.6%	0.0%
米国	3.1%	3.6%	4.7%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%
● 欧州	6.6%	14.3%	4.7%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%
● その他	3.9%	3.6%	2.3%	13.3%	4.5%	0.0%	0.0%

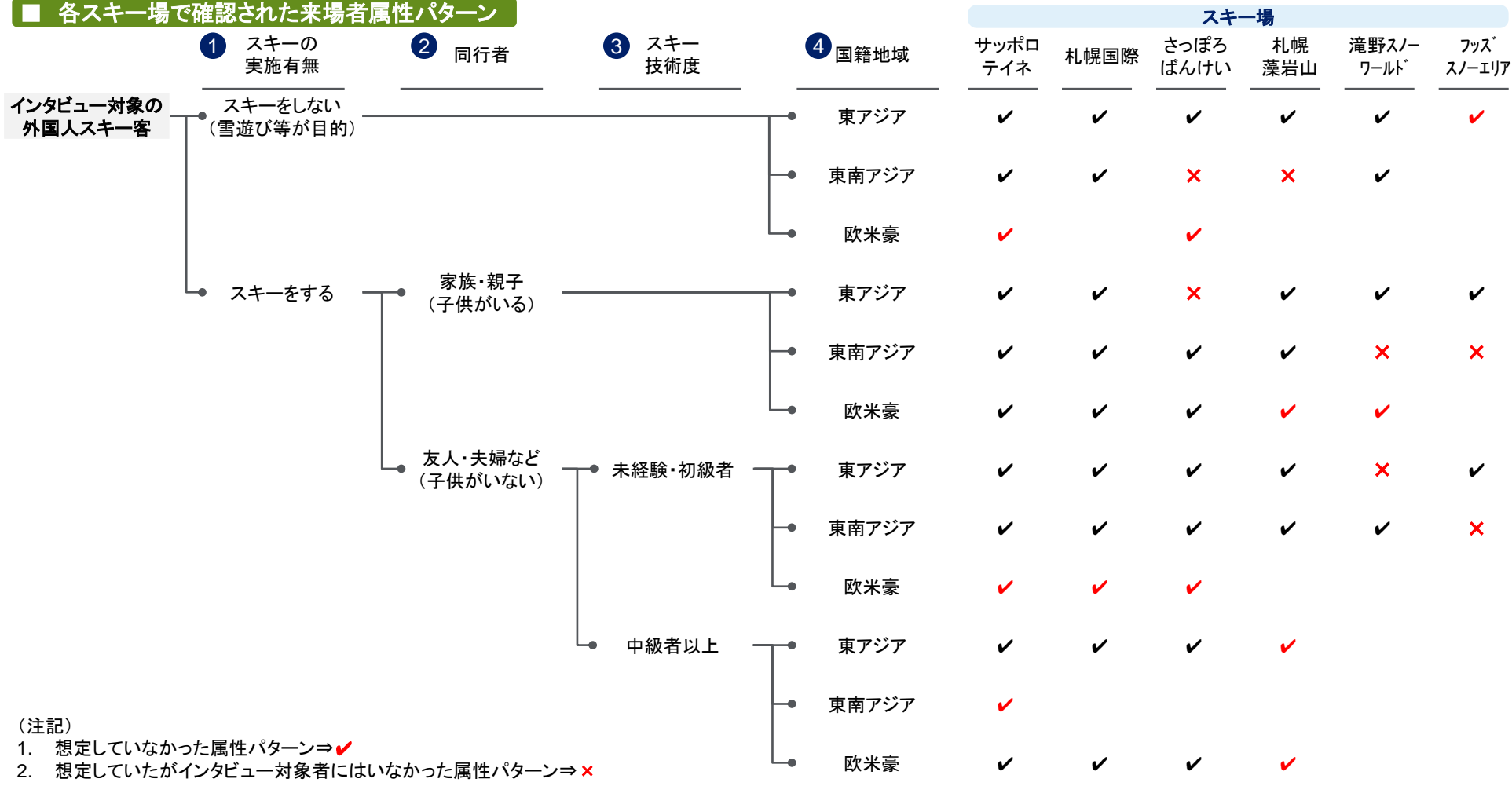
(注記)

1. 地域は●(緑)で表示
2. 地域「その他」に含まれる国は、ブラジル(3名)、カタール、スリランカ
3. 各地域の中で来場者の国籍割合が高い国を個別に記載。インタビュー人数が2人以下と少なく国別に記載していないのは、韓国(東アジア)、カンボジア(東南アジア)、シンガポール(東南アジア)、ニュージーランド(オセアニア)、カナダ(北米)、ドイツ(欧州)、フランス(欧州)、英国(欧州)、イタリア(欧州)、スウェーデン(欧州)、チェコ(欧州)、ベルギー(欧州)
4. 各地域や国のうち、国内に居住している外国人の割合は■(青)で表示

2. 調査結果(2/4)

欧米豪の未経験者・初級者のスキー客や札幌藻岩山に来場している欧米豪スキー客などの当初想定していなかった属性パターンがあることがわかった。

■ 各スキー場で確認された来場者属性パターン



(注記)  
 1. 想定していなかった属性パターン⇒**✓**  
 2. 想定していたがインタビュー対象者にはいなかった属性パターン⇒**✗**

	サッポロ テイネ	札幌国際	さっぽろ ばんけい	札幌 藻岩山	滝野スノー ワールド	フォックス スノーエリア
実績	12	10	9	8	5	3
予定	9	9	9	6	6	4

## 2. 調査結果(3/4)

調査の結果、札幌市内スキー場の来場者属性は、居住地やスキー技術度だけではなく、年齢や年収などの個人属性や旅行で重視するポイントや同行者などの旅行行動に関係する事項での違いがあることが確認できた。

## ■ サマリ

## 来場者属性

- 各スキー場のインタビュー回答者から整理した来場者属性の特徴は下表の通りである。

	居住地	年齢	同行者	スキー技術度	年収水準	旅行で重視するポイント	1回あたりの旅行予算	旅行形態	利用状況
サッポロテイネ	どの地域からも来場しているが東アジアが多い	50歳以上まで来場	友人が最多で約4割	上級者が来場	どの水準も同程度(特徴なし)	スポーツ体験 リラックス	20万円以上が約4割、10万円未満も約3割と二極化	個人旅行が半数以上だが、他スキー場より団体旅行が多い	スキー・スノーボードを実施
札幌国際	東アジアが中心 東南アジアとオセアニアも来場	50歳以上まで来場	子連れ家族が最多で約5割	上級者が来場	どの水準も同程度だが200~600万未満が多い	スポーツ体験	10~20万円未満が最多で約4割	個人旅行が最多で約7割	スキー・スノーボードを実施
さっぽろばんけい	アジア、欧米豪が同程度の割合で来場	29歳以下が多い	子連れ家族、夫婦・恋人、友人、その他が同程度	上級者が来場	400万未満が半数程度	イベントが他スキー場より多い	10~20万円未満が最多で約4割	個人旅行が最多で約7割	スキー・スノーボードを実施
札幌藻岩山	東アジアが中心 オセアニアも来場	49歳以下のみ	子連れ家族が半数以上	中級者が来場	400万以上が7割	自然 他スキー場より美容・健康が多い	どの予算も同程度(特徴なし)	個人旅行が最多で約7割	スキー・スノーボードを実施が多いが未実施も約3割
滝野スノーワールド	アジアが中心	30代が6割	子連れ家族が約7割	未経験者が約8割 残りはほぼ初級者	200~400万未満が半数以上	他スキー場よりイベントが多い	10万円未満が最多で約4割	個人旅行が最多で約7割	雪遊びが最多
フッズスノーエリア	東アジア	39歳以下が9割	他スキー場より その他(職場等)が多い	初級者以下のみ	200~400万未満が半数以上	リラックス	20~30万円未満が最多で約3割	個人旅行が最多で約8割	スキー・スノーボードを実施

## 2. 調査結果(4/4)

調査の結果、札幌市内スキー場の利用状況は類似部分も多いこと、外国人スキー客が感じている改善点は各スキー場で異なること、が確認できた。また、来札動機と旅行内容では、スキー目的で来札する、あるいは国内の周遊地の1つとして来札する外国人スキー客がいること、札幌市内の周遊は都心部に限られている可能性があること、が確認できた。

## ■ サマリ(つづき)

スキー場の  
利用状況と評価

- 札幌市内スキー場は旅行前にインターネットを通じて知ることが多いが、サッポロテイネは札幌市内滞在中にスキー場を知り来場している外国人スキー客もいる。
- サッポロテイネやさっぽろばんけい、札幌藻岩山は都心部に近いこと、札幌国際は雪質が、フッズスノーエリアは旅行業者の紹介が決め手となっている。
- 滝野スノーワールドはスキー場ではなく、雪遊びでの利用が多く、小樽や旭川などと比較されているため雪体験ができる観光地として訪問していると考えられる。
- スキー場への来場は公共交通機関を利用している外国人スキー客が大半だが、車やバスで直接アクセスしている外国人スキー客も一定数いる。
- スキー場では、スキー・スノーボードだけではなく雪遊びや景観鑑賞のために来る外国人スキー客がいる。また、リフト代の消費額から都心部に近いスキー場では短時間での利用が多いと推測される。
- スキー場への不満は少ないが、札幌藻岩山は施設やキャッシュレス化等のハード面、接客サービスのソフト面での改善点が多い。

来札動機と  
旅行内容

- インタビューした場所がスキー場でもあることから、来札動機の1つがスキーである外国人スキー客が最も多かったが、スキーが主目的である外国人スキー客は約40%であった。そのため、札幌市内スキー場に来場している外国人スキー客は、他の主とする来札動機のついでにスキーを実施している可能性が考えられる。スキー以外で多かった来札動機は、雪・食事を除けば、温泉やショッピング、雪まつりが多い。
- 外国人スキー客は、札幌市内だけではなく道内や道外を周遊する傾向があり、アジアは1週間程度、欧米豪は2週間程度の旅行日数が多い。
- 市内の訪問地は、都心部に集中しており市内を広域で周遊はしない可能性がある。

外国人スキー客の  
ペルソナ像

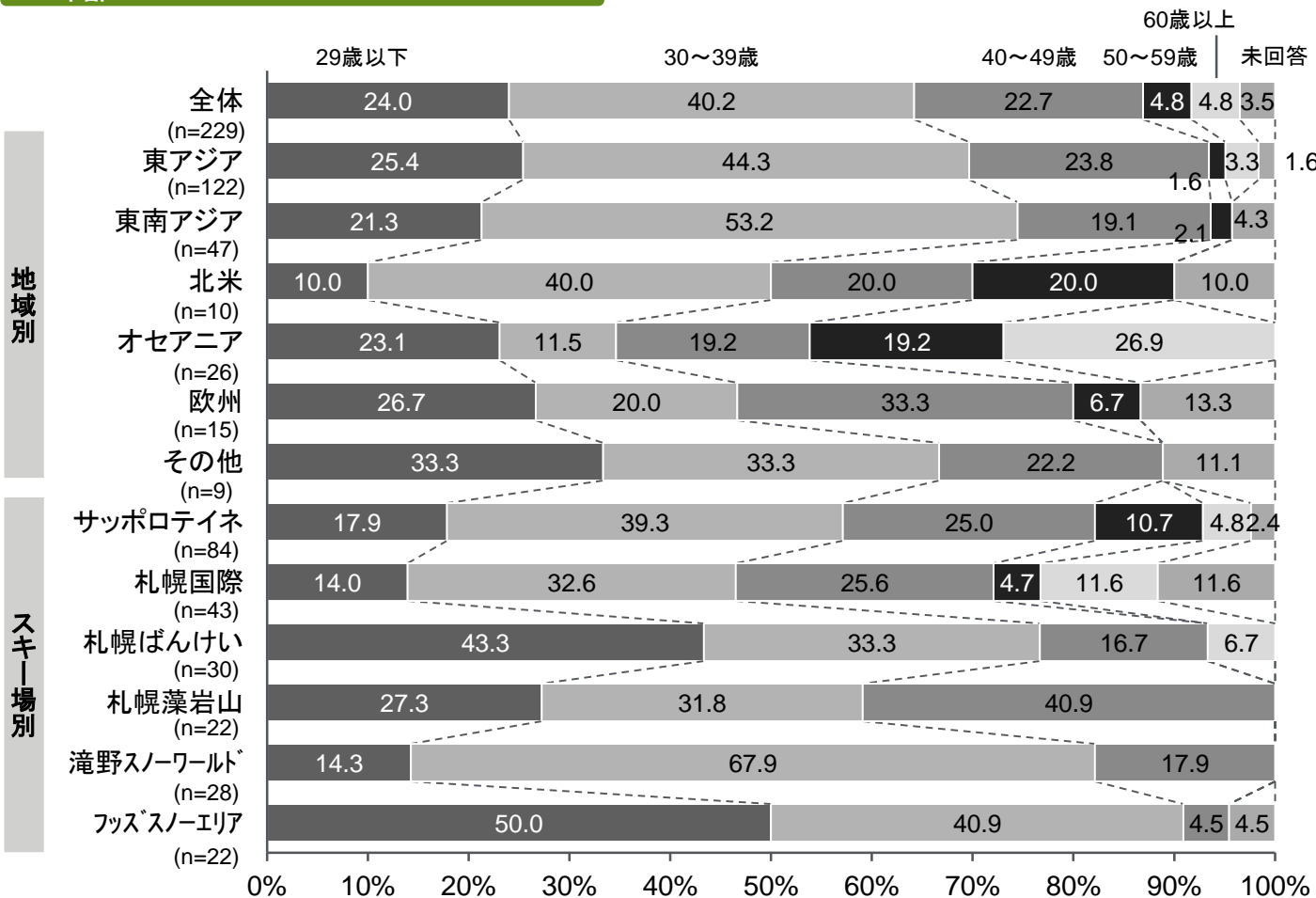
- 札幌藻岩山を除くスキー場では、それぞれのスキー場に特徴的なペルソナが抽出された。サッポロテイネが最多のペルソナ数で多様な外国人スキー客が来場している可能性がある。



### 1. 来場者属性(1/7)

来場者の年齢は、約8割が49歳以下である。地域別では、欧米豪は50歳以上まで幅広い年齢層が来場しており、特にオセアニアはその傾向が強い。スキー場別では、50歳以上の外国人スキー客は欧米豪の割合が高いサッポロテイネや札幌国際に多く来場し、29歳以下の若年層はさっぽろばんけいやフッズスノーエリアに来場している。滝野スノーワールドは30歳代が約7割と多い。

#### ■ 年齢



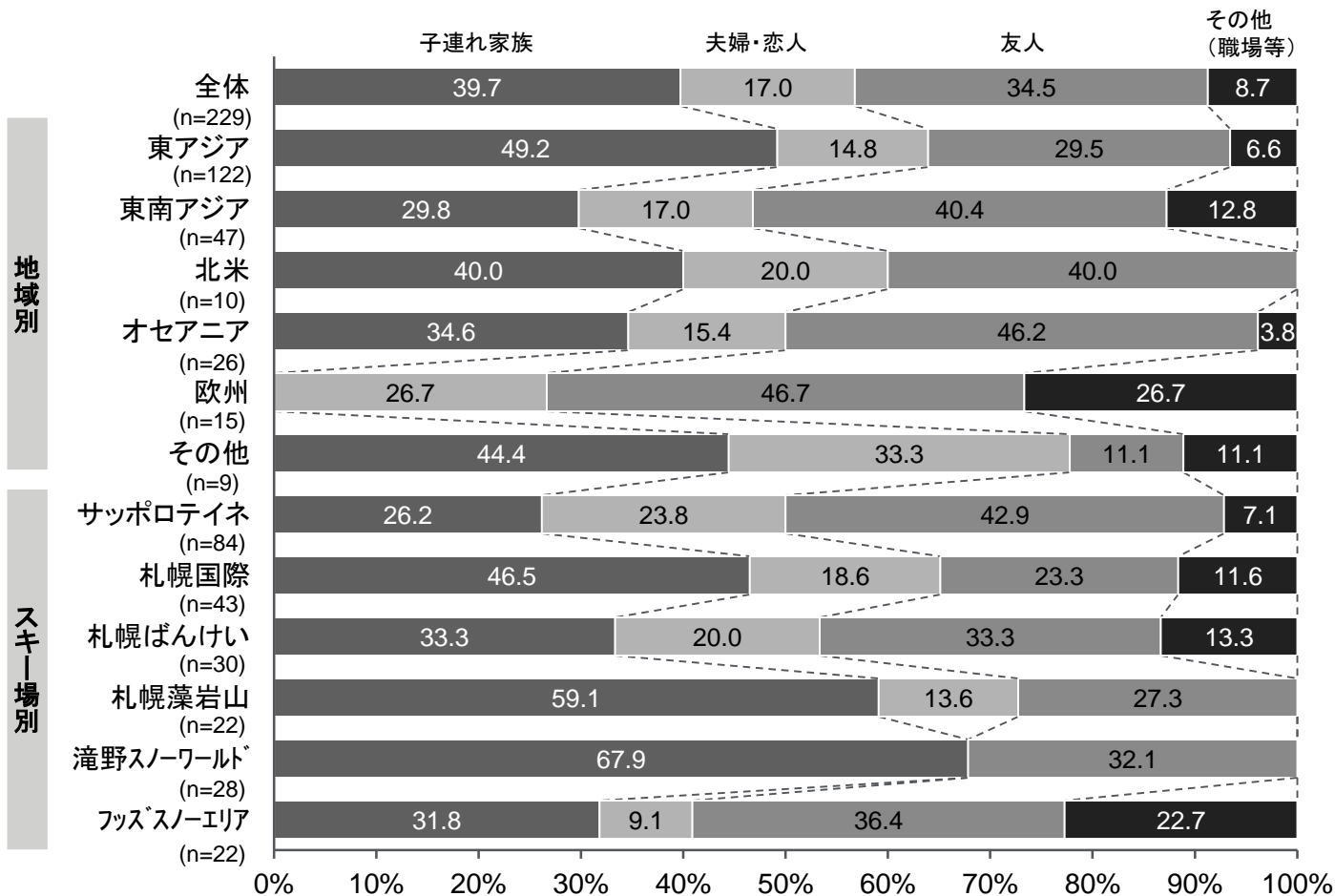
- 欧米豪は40歳以上の割合が多い。

- サッポロテイネや札幌国際は、50歳以上の割合がやや高い。
- さっぽろばんけいは、年齢層が高い欧州豪が一定数いるにも関わらず、来場者は39歳以下の若年層が多い。
- 滝野スノーワールドは30歳代が多い。

## 1. 来場者属性(2/7)

来場者の同行者は、子連れ家族や友人が多い。地域別では、東アジアが子連れ家族、東アジア以外は友人との来場が多い。また、欧州はひとりでの来場者もいる。スキー場別では、札幌藻岩山や滝野スノーワールド、札幌国際には子連れ家族が多く来場しており、それ以外のスキー場にはどの同行者も同じ程度の割合で来場している。

## 同行者

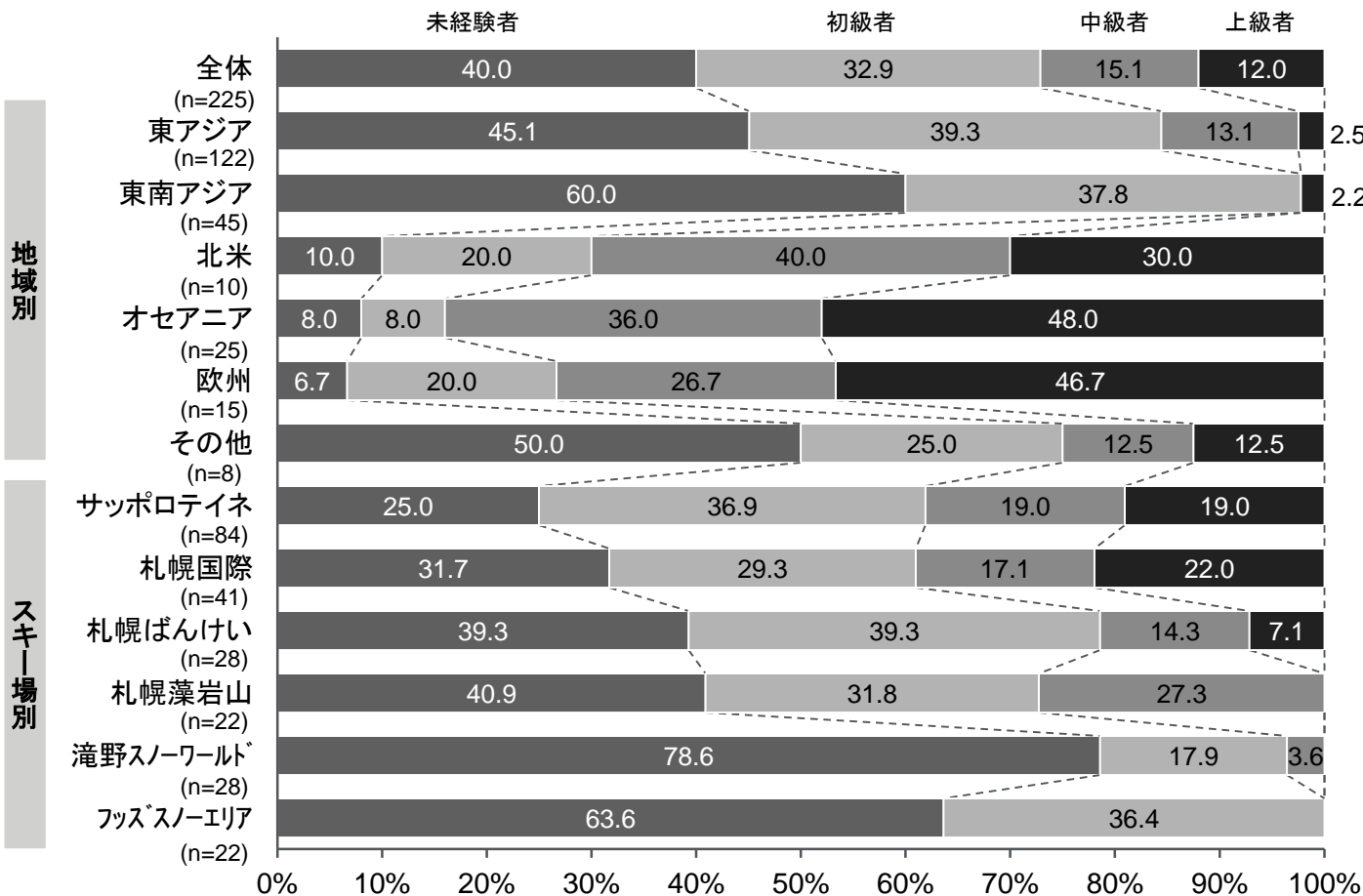


- 全体的に、子連れ家族や友人の来場者が多い。
- 東アジアは子連れ家族が、それ以外は友人の来場者が多い。
- 欧州は、回答者の中には子連れ家族の来場者はいなかった。
- 欧米豪には、ひとりでの来場者も一定数いた。
- 滝野スノーワールドは、友人で来場する割合が高い東南アジアも多く来場しているが、子連れ家族の来場者が最も多い。なお、回答者の中に夫婦・恋人の来場者はいなかった。
- 札幌藻岩山も子連れ家族が多い。
- フッズスノーエリアはその他(職場)での来場者が多い。

## 1. 来場者属性(3/7)

来場者のスキー技術度は、約7割は未経験者あるいは初級者である。地域別では、アジアはほとんどが未経験者あるいは初級者である一方、欧米豪はほとんどが中級者以上である。スキー場では、サップロテイネや札幌国際、さっぽろばんけいには上級者が来場し、滝野スノーワールドやフッズスノーエリアには未経験者が多く来場している。

### ■ スキー技術度



- 未経験者から上級者までの外国人スキー客がいる。
- アジアは未経験者や初級者が多いが、中級者以上も来場している。
- 欧米豪は、中級者以上が多いが、未経験者や初級者も来場している。

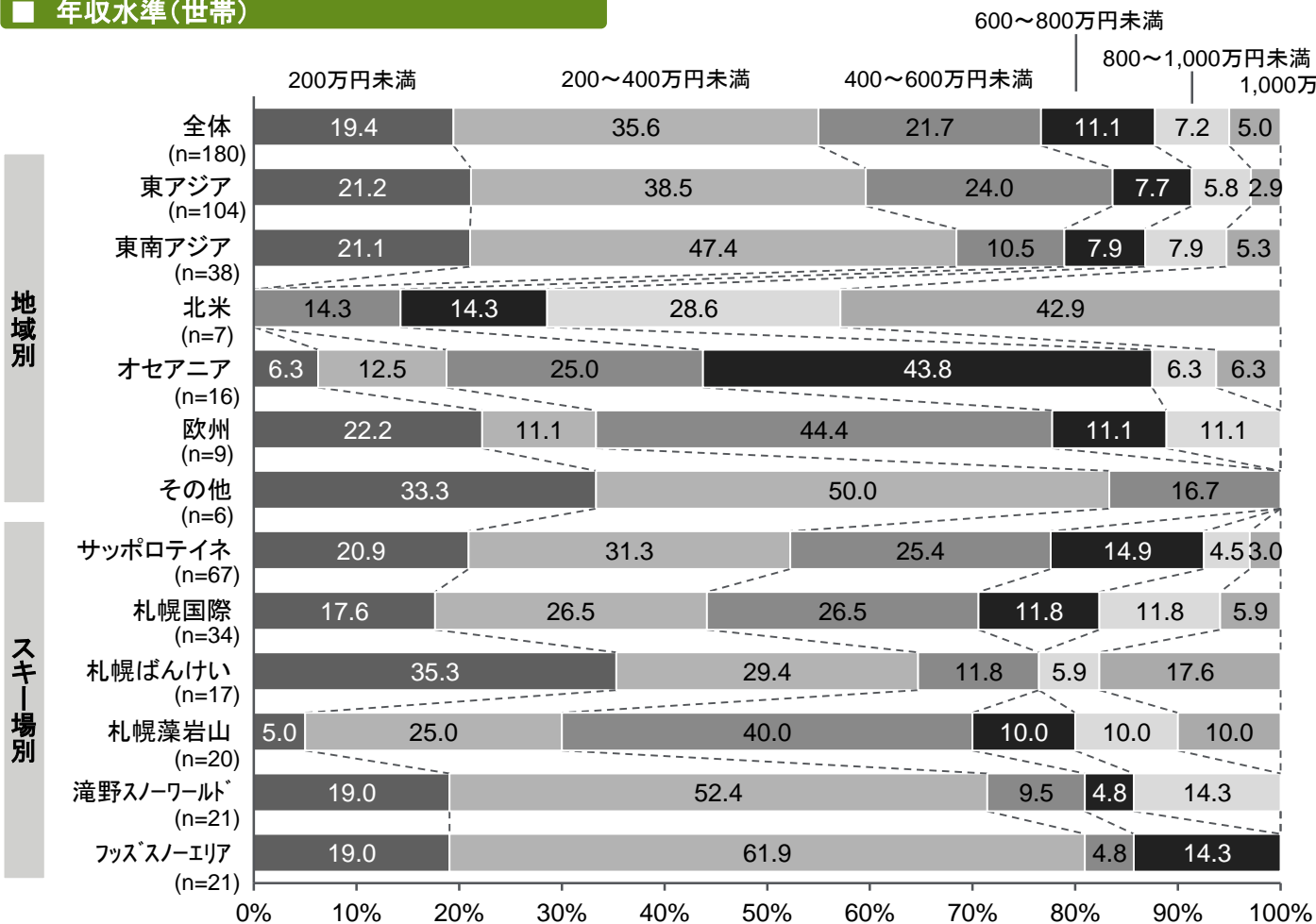
- 上級者は、サップロテイネや札幌国際、さっぽろばんけいに来場している。
- 札幌藻岩山は未経験者と初級者、中級者が同程度の割合で来場している。

(注記)無回答者は除外

### 1. 来場者属性(4/7)

来場者の年収水準は、幅広くなっている。地域別では、アジアは半数以上が400万円未満である一方、欧米豪は400万円以上が半数以上を占めており、アジアと欧米豪の年収水準は大きく異なる。スキー場別では、来場者の年収水準は大きな違いはないが、滝野スノーワールドやフッズスノーエリア、さっぽろばんけいは、年収水準のやや低い外国人スキー客が多い。

#### ■ 年収水準(世帯)



- 欧米豪はアジアより年収水準が高く、6割以上が400万円以上である。

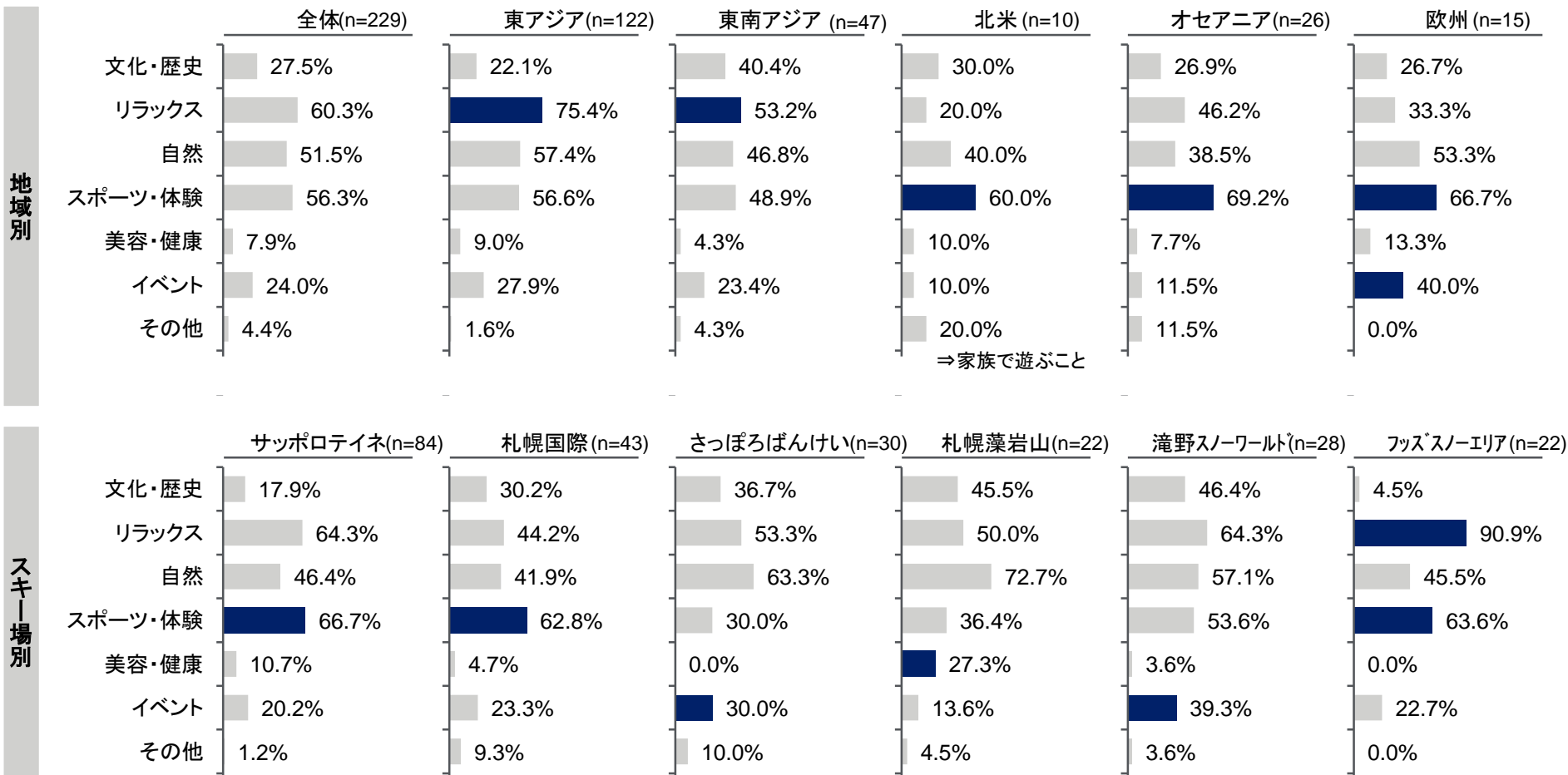
- 滝野スノーワールド、フッズスノーエリアは400万円未満が多い。
- さっぽろばんけい、200万円未満が多い。

(注記) 無回答者は除外

### 1. 来場者属性(5/7)

来場者の旅行先での重視ポイントは、リラックスや自然、スポーツ体験が多い。地域別では、アジアはリラックス、欧米豪はスポーツ体験を重視している。スキー場別では、サップロティネや札幌国際、フッズスノーエリアはスポーツ体験を最も重視する外国人スキー客が来場し、さっぽろばんけいや札幌藻岩山の札幌都心部に近いスキー場にはスポーツ以外を重視する外国人スキー客が来場している。

#### ■ 旅行で重視するポイント(複数回答)

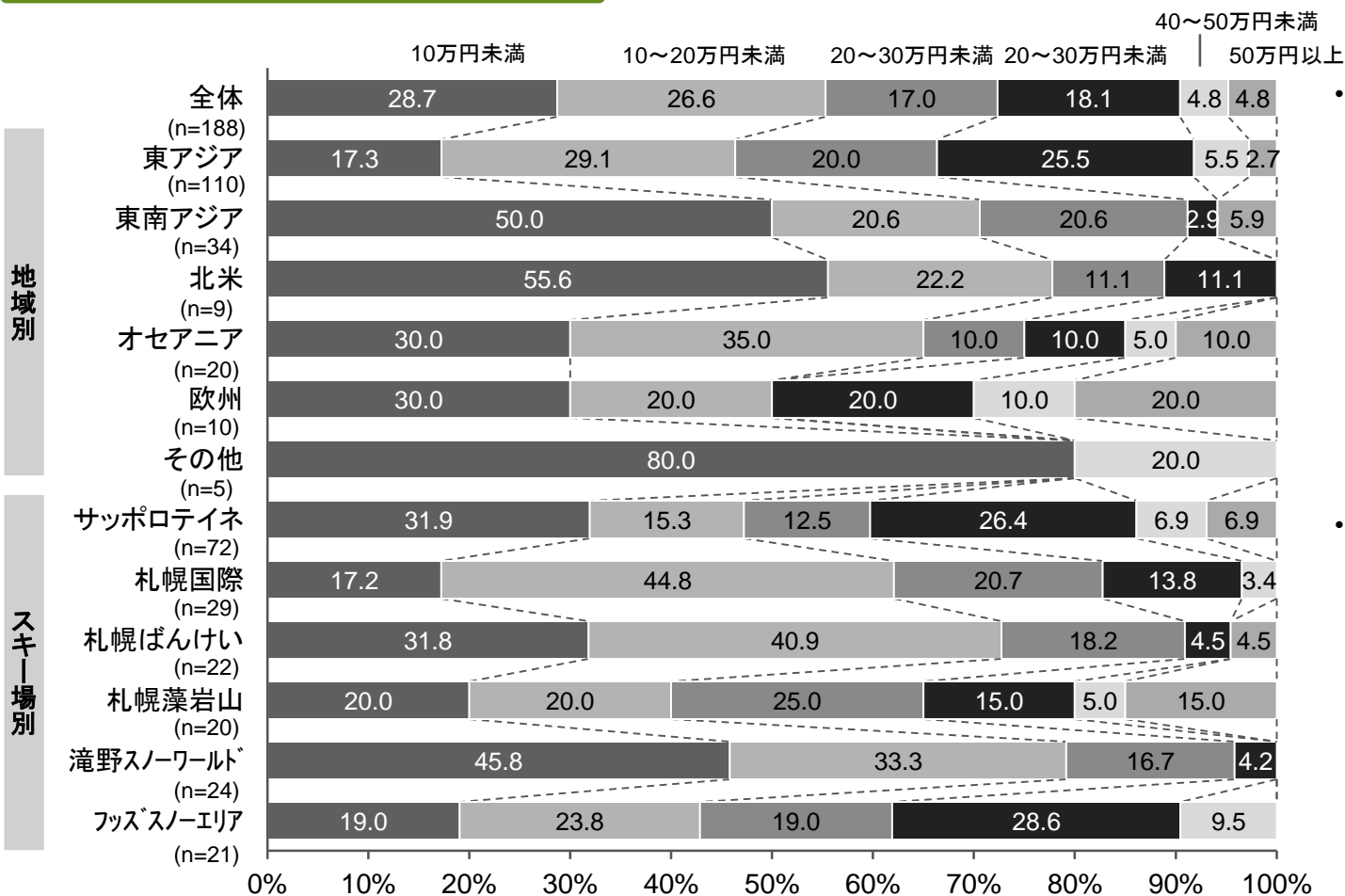


(注記) 全体は、地域「その他」を含めた割合

### 1. 来場者属性(6/7)

来場者の旅行予算は、幅広くなっている。地域別では、東アジアや欧州は旅行予算が高く、東南アジアや北米はやや低い。スキー場別では、札幌国際やさっぽろばんけい、滝野スノーワールドは、他のスキー場と比較すると、旅行予算が低い外国人スキー客が多い。

#### ■1回あたりの旅行予算



- 地域内で比較すると、東南アジアと北米は旅行予算が低く、欧州は旅行予算が高い。

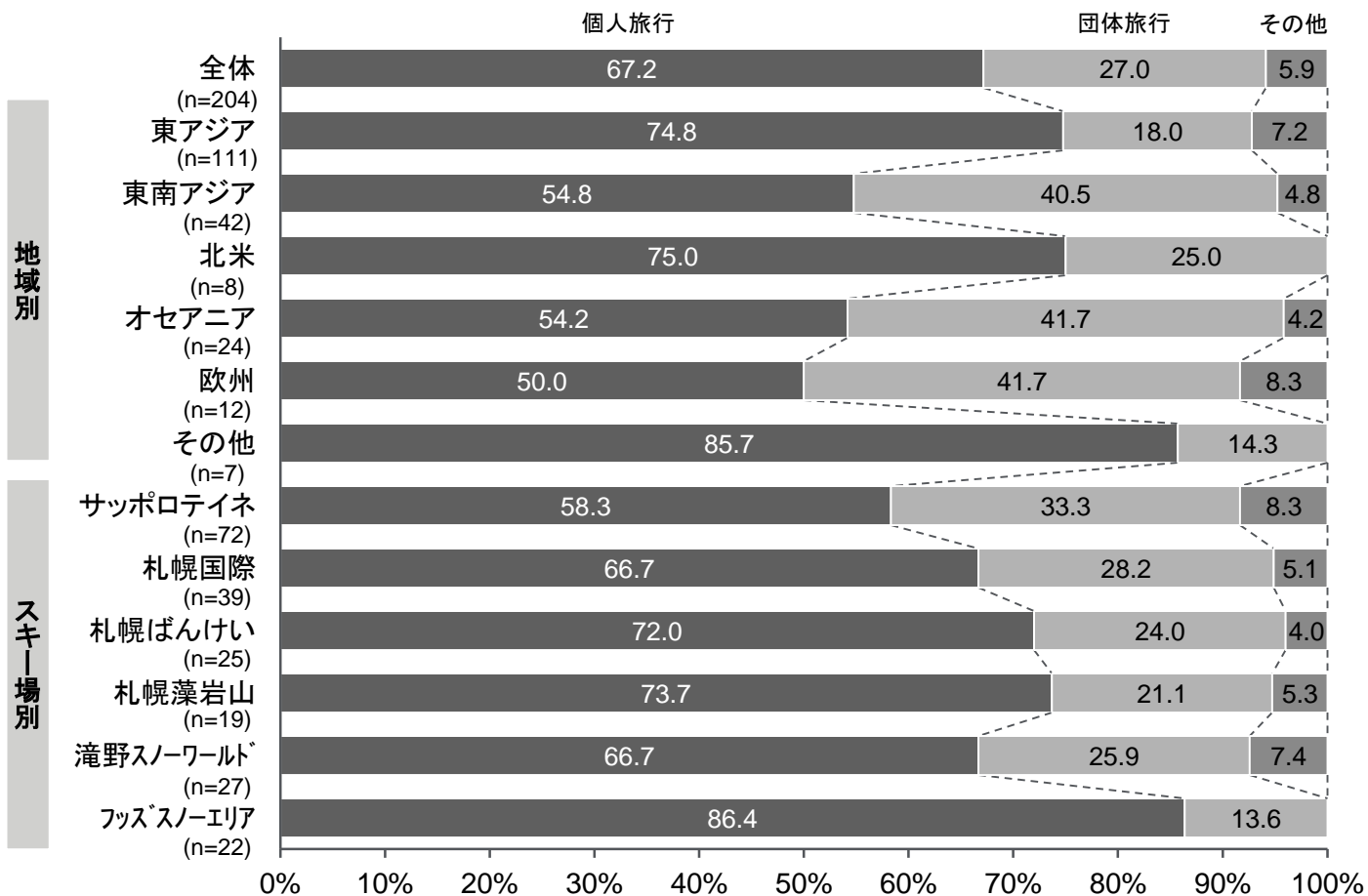
- 札幌国際やさっぽろばんけい、滝野スノーワールドは、他のスキー場と比較すると、旅行予算が低い割合が多い。

(注記)無回答者は除外

## 1. 来場者属性(7/7)

来場者の旅行形態は、旅行会社主催のフリープランや航空会社・宿泊施設などへの個別手配による個人旅行が多い。地域別では東アジアや北米、スキー場別ではフッズスノーエリアにその傾向が強い。

## ■ 旅行形態



- 全体的に、個人旅行が多いが、東アジアや北米の来場者が多い。

- フッズスノーエリアは、個人旅行での来場者がやや多い。

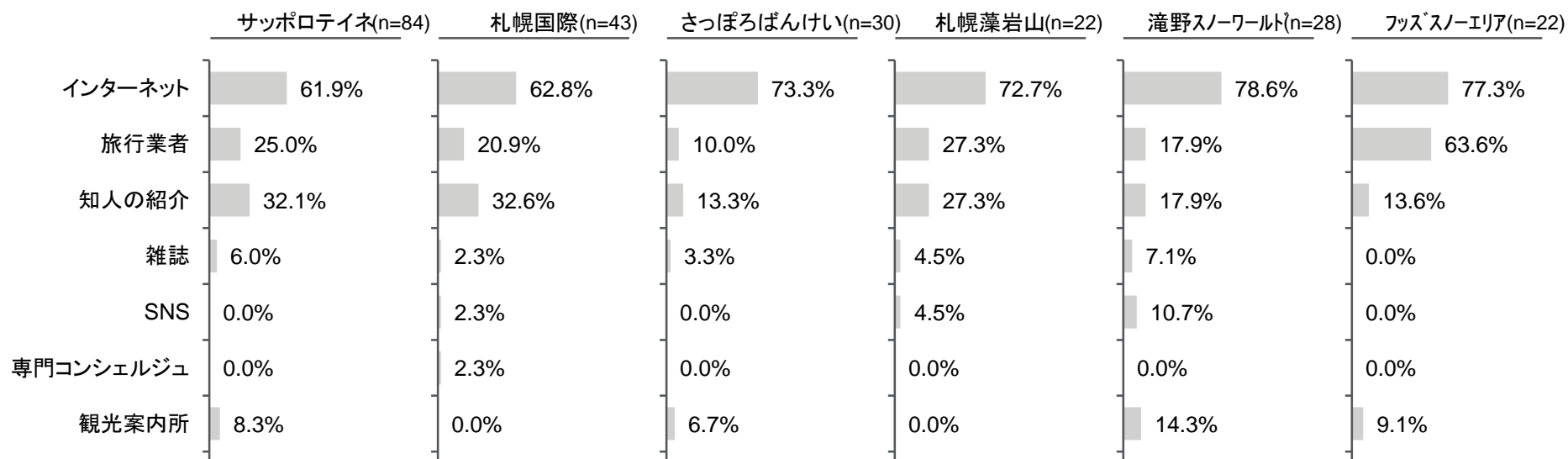
(注記) 札幌市内在住の外国人スキー客は除外

## 2. スキー場の利用状況と評価(1/6)

札幌市内スキー場を認知する方法は、インターネットが最も多い。しかし、フッズスノーエリアは、旅行者から紹介されて知っている割合も多く、旅行者が集客に一定の影響を与えている。また、札幌市内スキー場の認知タイミングは旅マエが多いが、サップロティネは旅ナカで知り来場している人も一定数おり、旅ナカでの情報発信に集客力があると考えられる。

## ■ スキー場を何で知ったか(複数回答)

- ・ インターネットにより知った外国人スキー客が、どのスキー場でも最も多い。
- ・ フッズスノーエリアの外国人スキー客は、旅行者からの紹介で知った方が多い。
- ・ インタビューでは、スキー場を知ったタイミングは旅マエという回答が多かったが、サップロティネの外国人スキー客の約1割は、札幌市内滞在中にスマホ等で知ったと回答している。



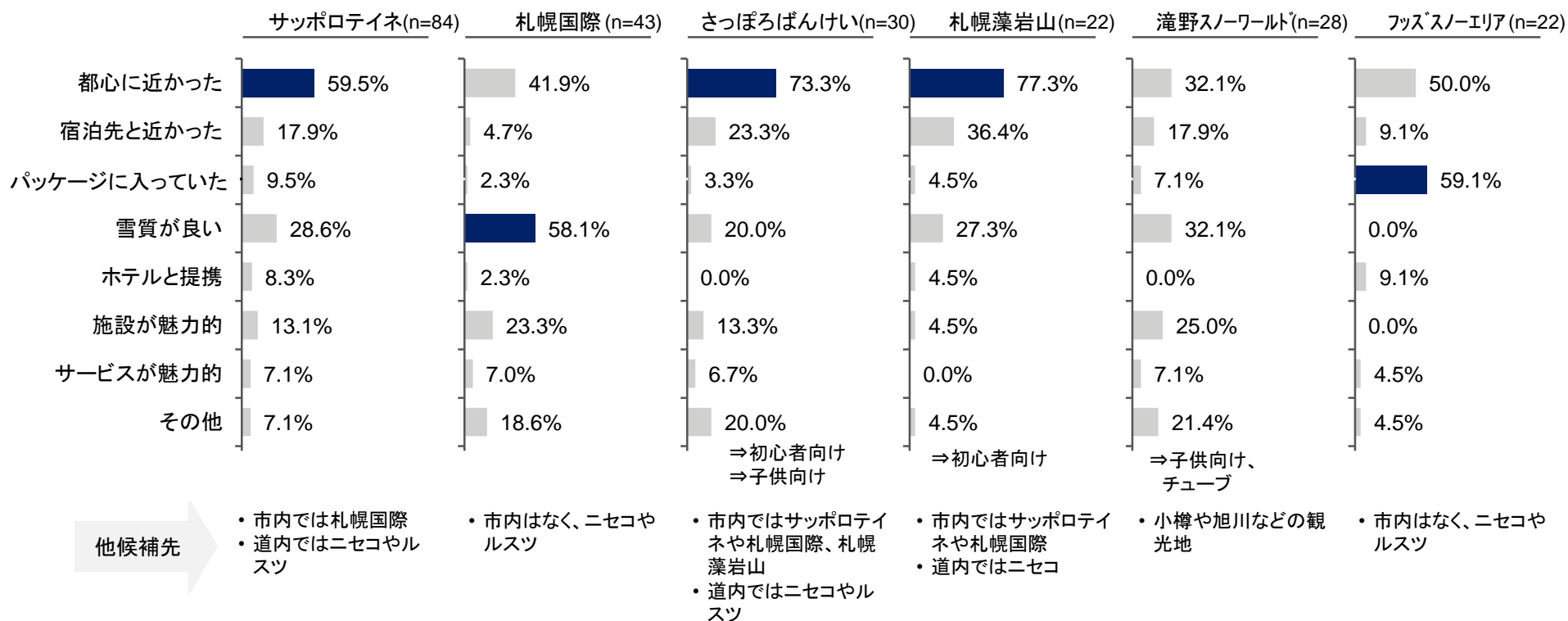


## 2. スキー場の利用状況と評価(2/6)

札幌市内スキー場の選択理由として、札幌藻岩山やサップロティネは都心部からの近さ、札幌国際は雪質の選択割合が高い。さっぽろばんけいは都心部からの近さに加え、初心者や子供向けの施設があることも選択理由に挙げられている。フッズスノーエリアは旅行業者からの紹介パッケージによる来場のため自ら選択している可能性は低い。滝野スノーワールドは、雪遊びができる観光地として選択されている。

## ■ スキー場を選択した理由と他候補先(複数回答)

- ・ さっぽろばんけいと札幌藻岩山、サップロティネは、都心に近いことを理由に選択されている割合が最も高い。
- ・ 札幌国際は、他のスキー場と比べ、雪質が良いことを理由に選択されている割合が最も高い。
- ・ フッズスノーエリアは、他のスキー場と比べ、旅行パッケージに組み込まれていることを理由に選択されている割合が最も高い。
- ・ インタビューでは、他候補先として、札幌市内スキー場だけではなく道内のスノーリゾートと比較される回答があった。ただし、滝野スノーワールドは、スキー場ではなく小樽や旭川などの観光地と比較されていた。

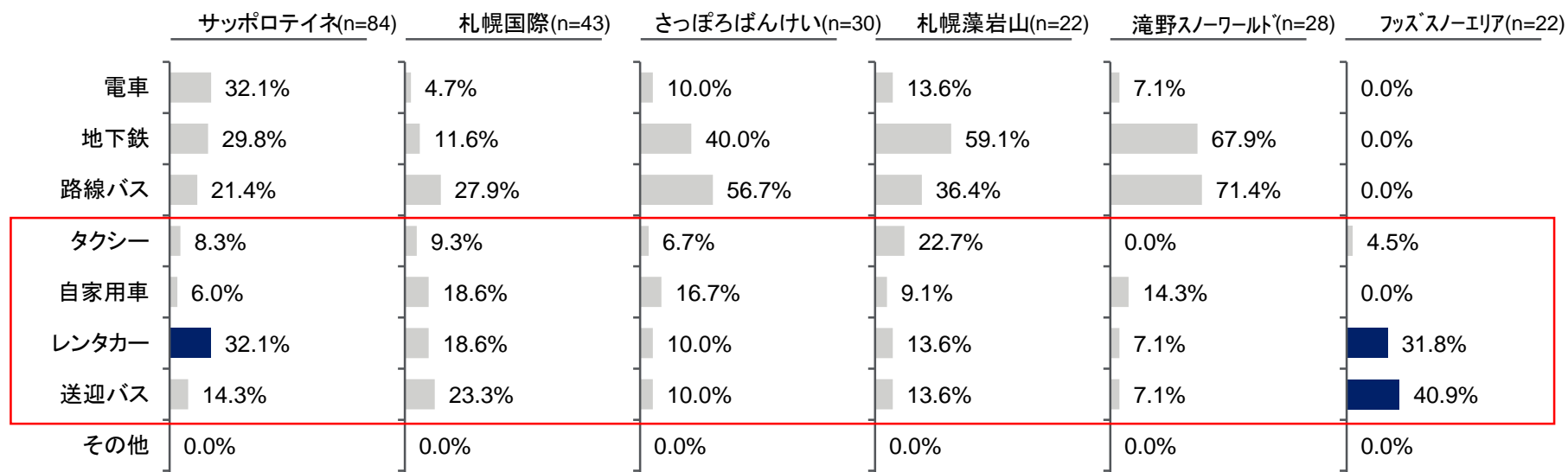


## 2. スキー場の利用状況と評価(3/6)

札幌市内スキー場への交通手段は、公共交通機関の利用が最も多く、利便性や経済性の面でも評価されている。一方で、車や送迎バスを利用している外国人スキー客も多く、スキー場への直接アクセス可能な交通手段の需要があると考えられる。

## ■ スキー場までの交通手段(複数回答)

- ・ フッズスノーエリアを除き、地下鉄や路線バス等の公共交通機関が交通手段として利用されている。
- ・ インタビューでは、公共交通に対して「便利」「安い」というポジティブな回答と、「乗り換えがわからない」「本数が少ない」というネガティブな回答があった。
- ・ レンタカーや送迎バス、自家用車(半数は市内在住者)も交通手段として選択されている。
- ・ レンタカーはサップロティネやフッズスノーエリアで高くなっている。
- ・ フッズスノーエリアは、送迎バスが半数近い。



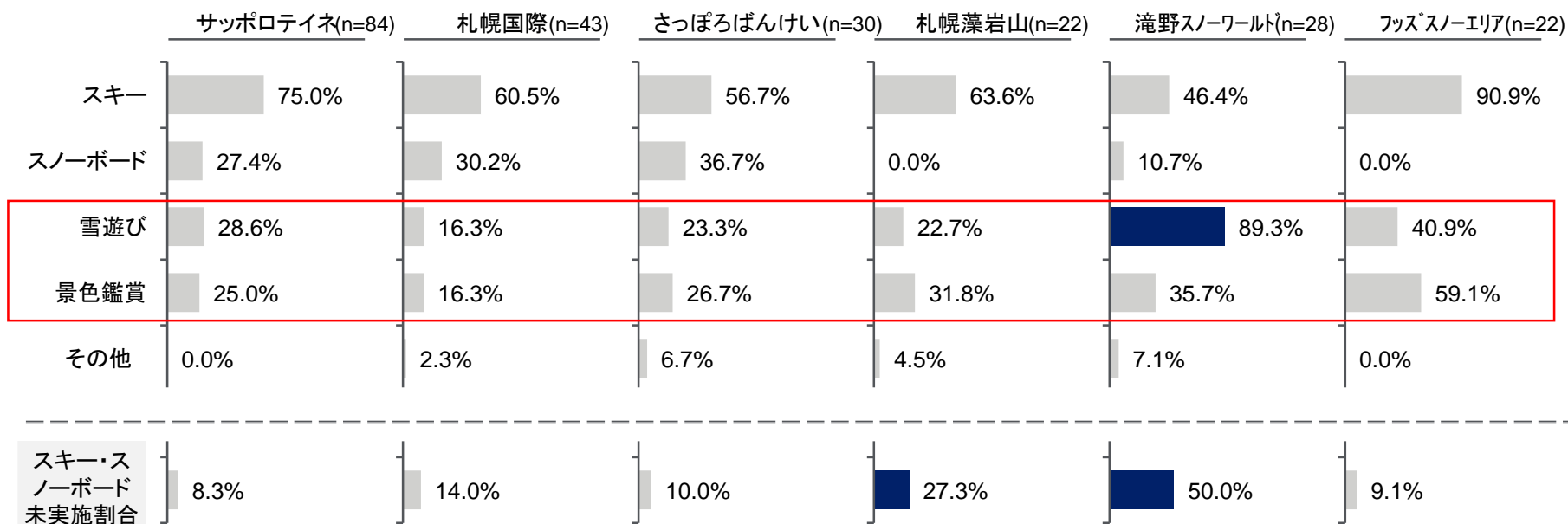
(注記) 自家用車を選択した半数は市内在住者や友人の車での来場者であるが、残りはレンタカーとの誤認識の可能性がある

## 2. スキー場の利用状況と評価(4/6)

札幌市内スキー場での実施内容は、スキーやスノーボードだけではなく、雪遊びや景色鑑賞も挙げられている。札幌市内スキー場には、スキー未経験者や初心者が多く来場していることが要因だと考えられる。スキーやスノーボードを実施しない外国人来場者は、どのスキー場でも約1割以上はおり、滝野スノーワールドや札幌藻岩山では約3割以上と高くなっている。

## ■ スキー場での実施内容(複数回答)

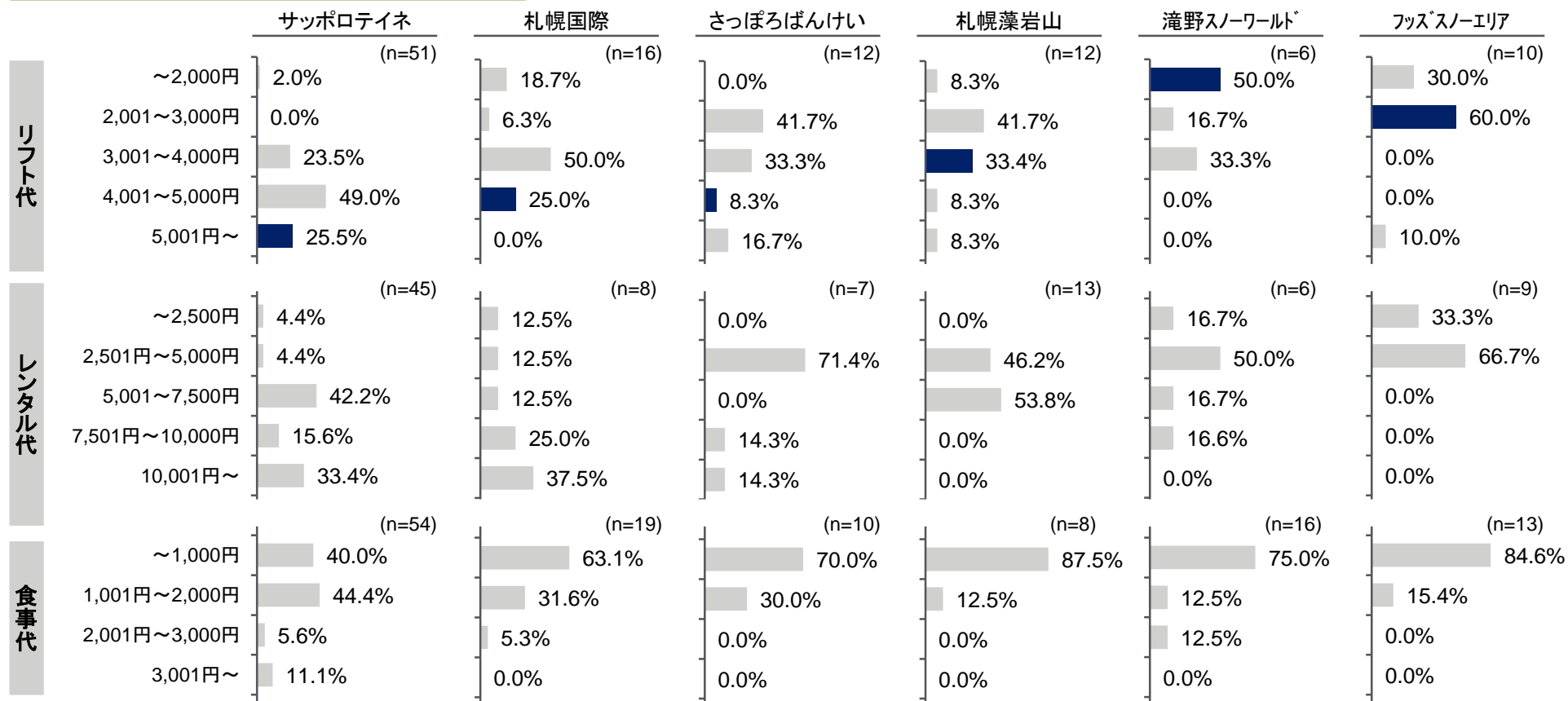
- ・ 滝野スノーワールドは、雪遊びがメインであり、スキー・スノーボードを実施しない外国人が半数程度いる。



## 2. スキー場の利用状況と評価(5/6)

札幌市内スキー場での消費金額は、サップロティネが全ての消費項目で高くなっている。また、滝野スノーワールドやフッズスノーエリアを除くスキー場では、リフト代として最も多い金額範囲が、大人1日券が含まれる金額範囲より少ない金額範囲となっており、短時間券や外国人スキー客でも使用可能な割引券を使用した購入だと考えられる。

## ■ スキー場内での一人当たりの消費金額

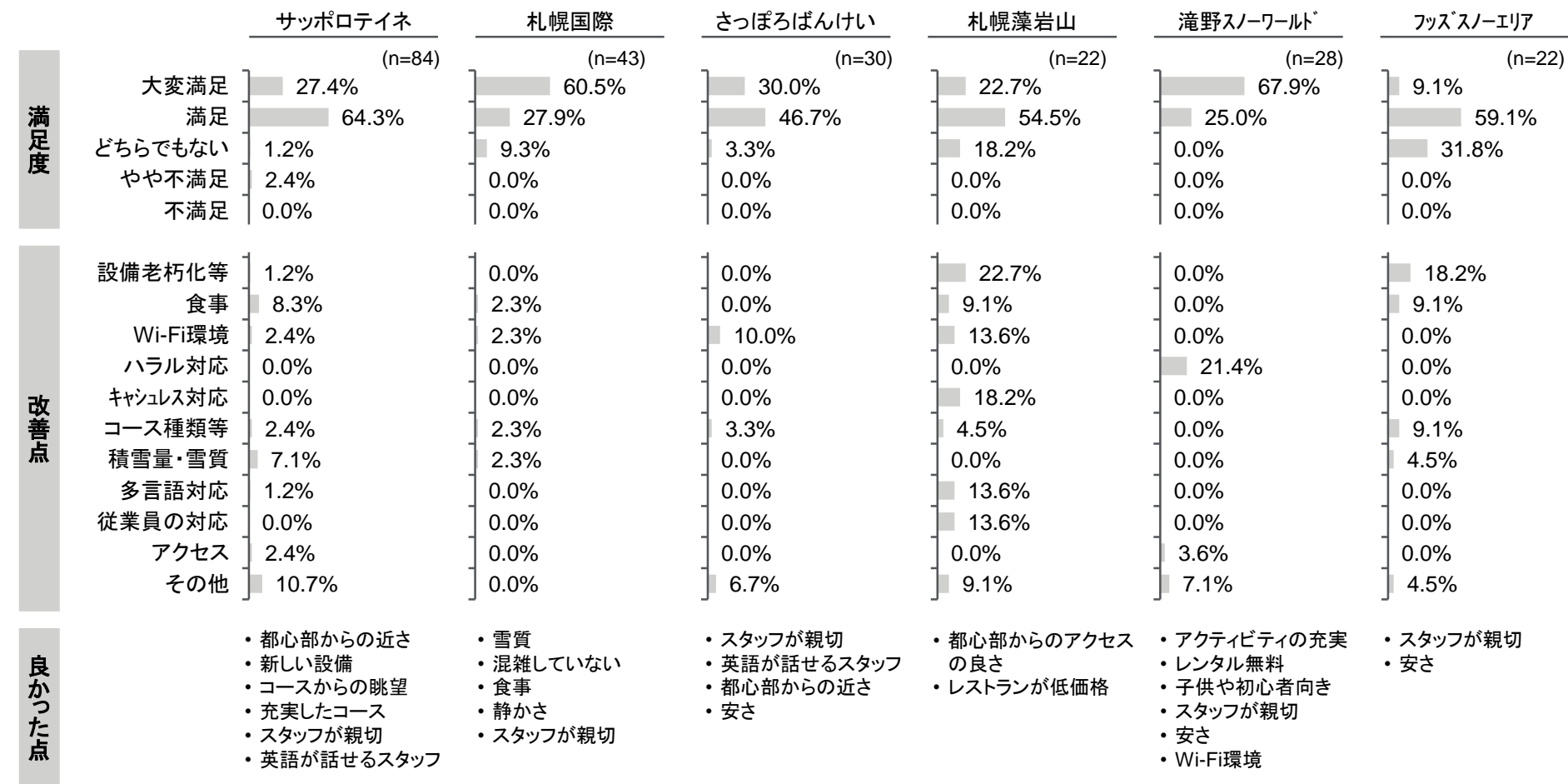


(注記)リフト代のうち大人1日券が含まれる金額範囲は■(青)で表示

## 2. スキー場の利用状況と評価(6/6)

札幌市内スキー場の評価は、不満を持っている外国人スキー客は少ないが、各スキー場で満足度を高める余地は残っている。サップロティネは食事の高さ、さっぽろばんけいはWi-Fiが遅いこと、滝野スノーワールドはハラル対応の食事等、フッズスノーエリアは設備老朽化や食事、ゲレンデ規模等である。札幌藻岩山はスキー場のハード・ソフト両面での改善点が他のスキー場よりも多い。

### ■ スキー場の評価(改善点は複数回答)

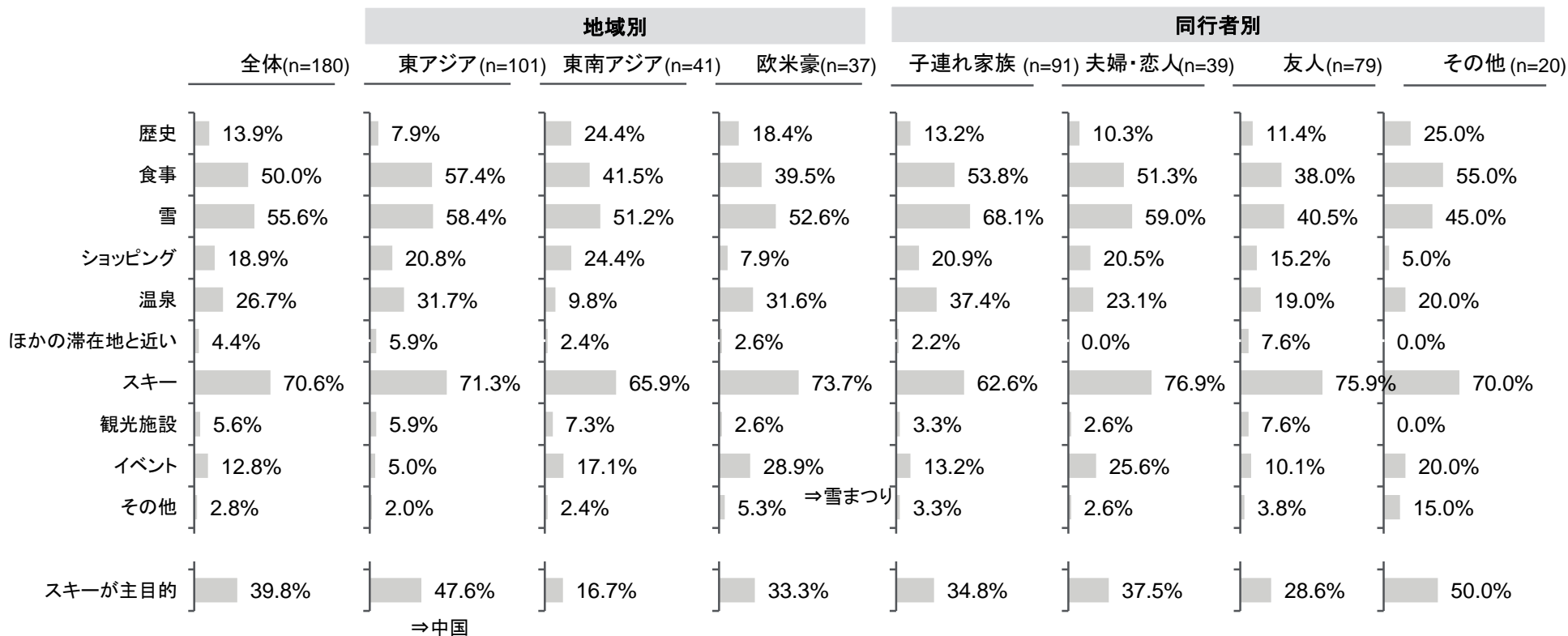


## 3. 来札動機と旅行内容(1/4)

来札動機は、子連れ家族を除いた属性でスキーが最も選択されている。スキー以外の主な動機は、東アジアでは温泉とショッピング、東南アジアでは歴史と雪まつり、欧州豪では温泉と雪まつり・歴史となっている。また、スキー場でインタビューしたにも関わらず、来札の主目的がスキーと回答した外国人スキー客の割合は、全体で約40%であった。

## ■ 札幌を旅先に選んだ動機(複数回答)

- ・ スキーを理由とする外国人スキー客は、子連れ家族を除き、どの属性でも最も選択されている。
- ・ スキー以外の理由として、アジアはショッピングや温泉、東南アジアは歴史や雪まつり、欧州豪は温泉、雪まつり、歴史が多い。
- ・ 同行者別では、大きな違いはないが、夫婦・恋人はイベント(雪まつり)が多いことが特徴である。
- ・ また、インタビューで、複数の来札動機の中でスキーが主目的か否かを確認できた外国人スキー客(88名)のうち、スキーが主目的と回答した割合は、39.8%(35名)であった。

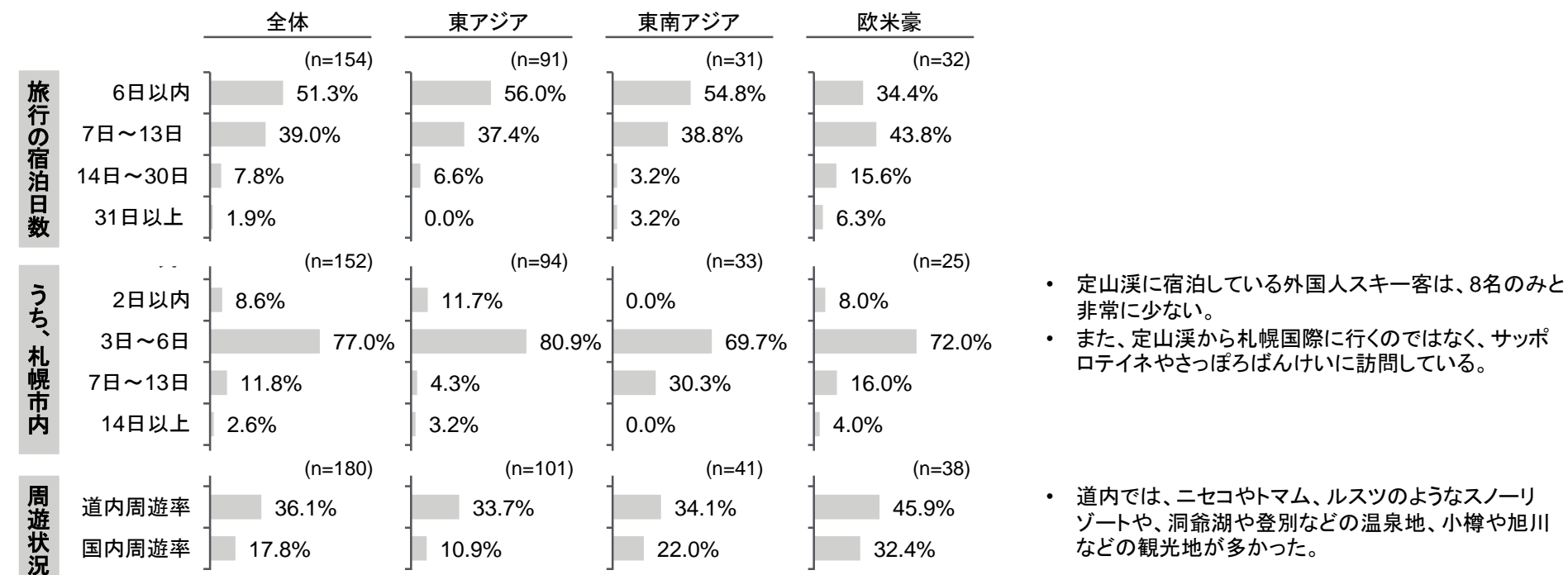


## 3. 来札動機と旅行内容(2/4)

旅行行程は、外国人スキー客の国内・道内を周遊する割合が高いこともあり、宿泊日数から推測すると、アジアは1週間の旅行、欧米豪は2週間の旅行が多いと考えられる。道内の周遊先としては、ニセコ等のスノーリゾートや洞爺湖や登別の温泉地、小樽や旭川などの観光地が挙げられている。札幌市内には1週間未満の滞在が多い。

## ■ 宿泊日数(全体、札幌)

- 外国人スキー客の旅行における宿泊日数が6日以内の割合が最も多いが、欧米豪の外国人スキー客は宿泊日数が7日～13日の割合が最も多い。
- 札幌市内においては、宿泊日数が3日～6日の割合が最も多い。
- 札幌市以外の地域を周遊する外国人スキー客が多く、道内のスノーリゾートや温泉地、観光地を訪問している。



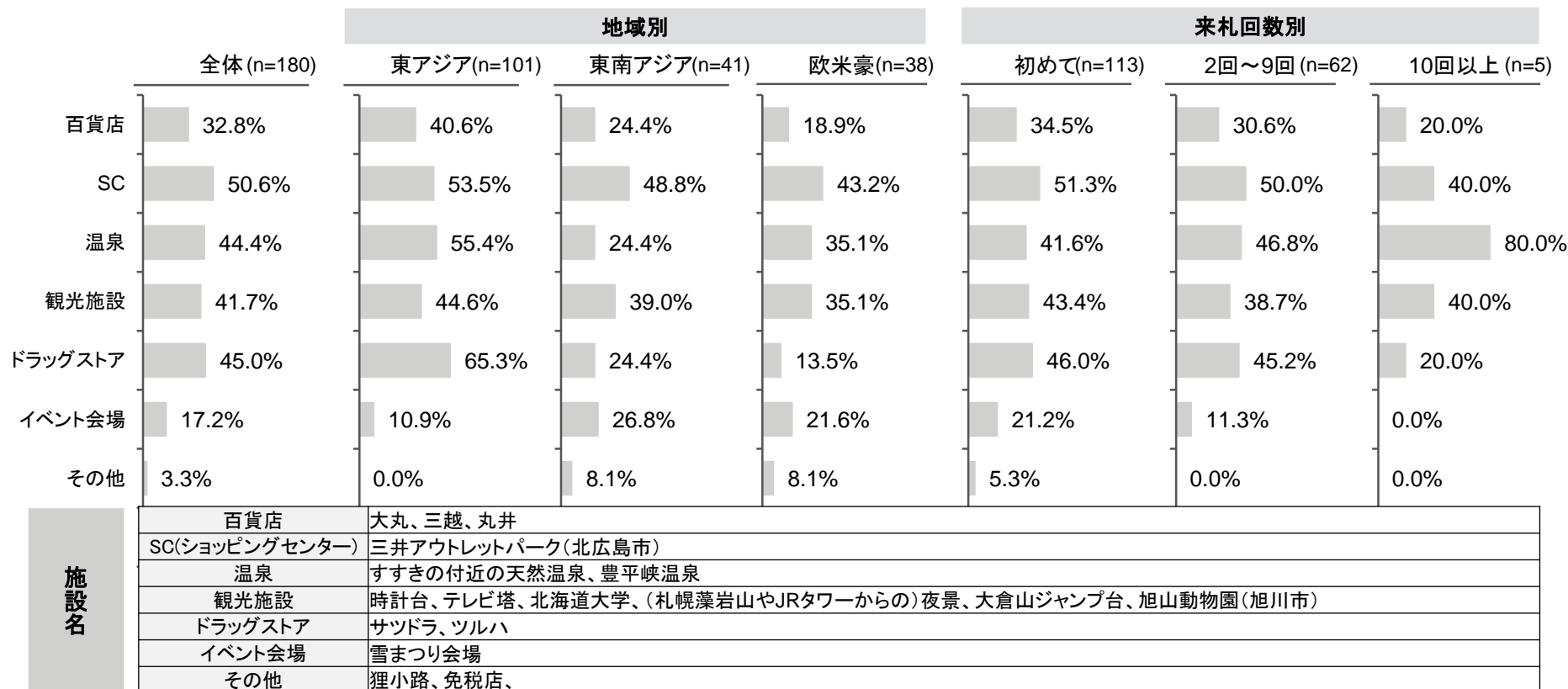
(注記) 国内在住の外国人、および無回答者は除外

## 3. 来札動機と旅行内容(3/4)

札幌市内の訪問地は、札幌都心部が多く市内を広域周遊する可能性は低い。また、観光施設は、施設利用料が不要な時計台やテレビ塔や夜景などが多い。

## ■ 訪問場所(または訪問予定場所)

- ・ ショッピング目的であるアジアの外国人スキー客は、百貨店や狸小路を訪問する割合が高い。
- ・ 札幌へのリピート率が高くなれば、温泉を訪問する割合が高い。



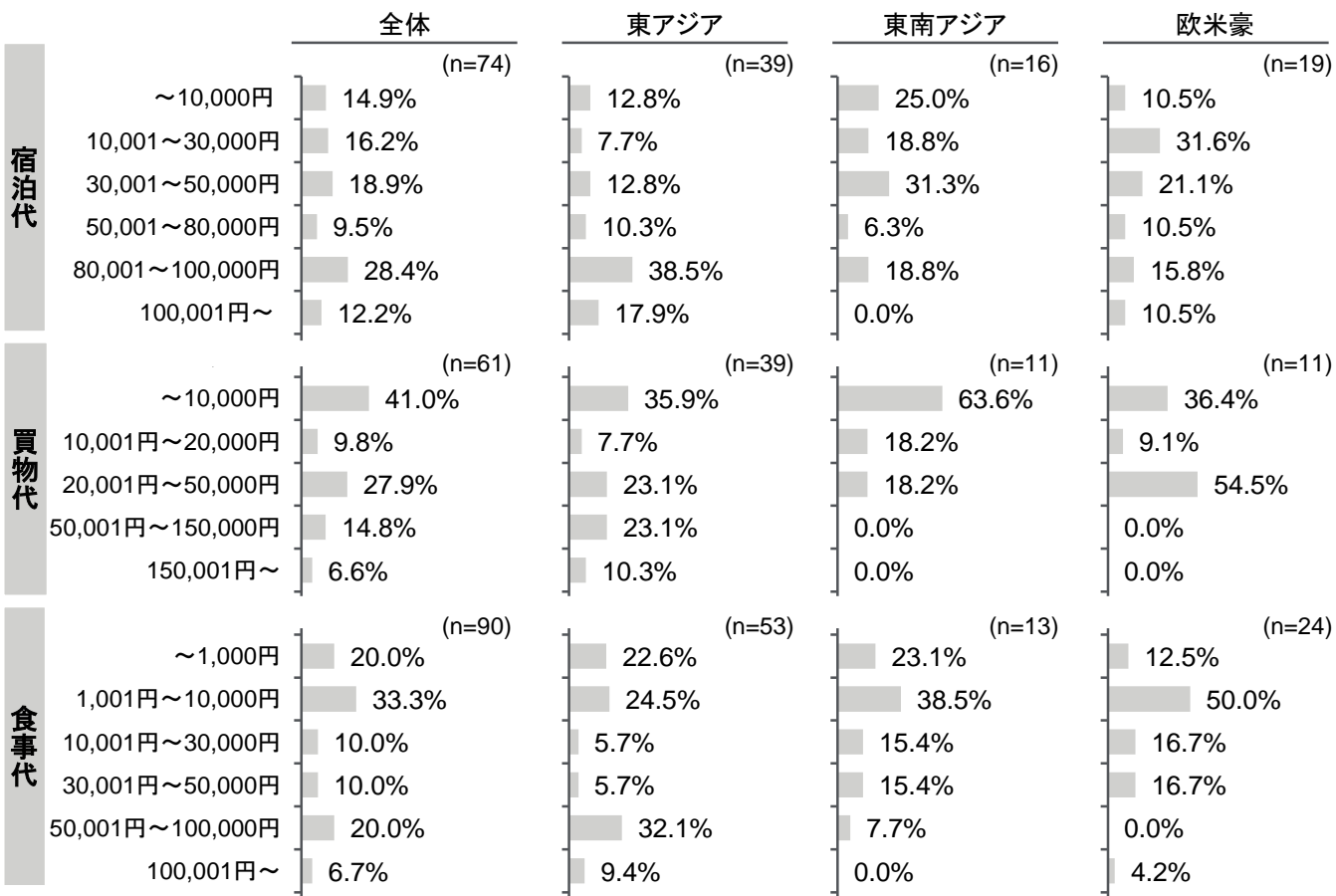
(注記) 国内在住の外国人は除外



### 3. 来札動機と旅行内容(4/4)

外国人スキー客の消費金額を札幌市の外国人個人観光客動態調査報告書(平成31年2月)と比較すると、宿泊代と買物代の平均値では本調査の方が高くなっている。これは札幌市内の滞在日数は、外国人スキー客の方が長いことが要因とも考えられるが、中央値が平均値よりもかなり低い(一部の高額消費者により平均値が上がっていることが原因)ため、これらは参考値とする。

#### ■ スキー場外での一人当たりの消費金額



(注記)

1. 各消費項目の平均消費金額

	全体	東アジア	東南アジア	欧米豪
宿泊代	81,365	89,487	44,000	96,158
買物代	53,352	72,859	13,818	23,727
食事代	40,457	53,624	20,888	21,979

2. 外国人個人観光客動態調査報告書(札幌市、平成31年2月)との比較

	本調査		報告書 (平均値)
	平均値	中央値	
宿泊代	81,365	55,000	64,100
買物代	53,352	20,000	23,903
食事代	40,457	10,000	40,034

(注記)無回答者は除外

## 4. 外国人スキー客のペルソナ像

クラスター分析により、外国人スキー客の属性から各スキー場に来場している典型的なスキー客のペルソナ像を抽出した。サッポロテイネは多様な属性の外国人スキー客が来場しており、ペルソナ像が複数抽出された。一方で、札幌藻岩山は、札幌国際やサッポロテイネと同様のペルソナ像のみで、札幌藻岩山にだけ来場している典型的な外国人スキー客のペルソナ像は抽出されなかった。

## ■ ペルソナ

## サッポロテイネ

- ・ 道内の温泉地を周遊中の東アジアの家族で、市内在住の30~40代
- ・ イベントに興味があり多様な目的で来札した、道内観光地を周遊中のヨーロッパの若い夫婦恋人
- ・ スポーツ旅行に興味がありスキーを目的に立ち寄った、道内スノーリゾートを周遊中のオーストラリアの30代以上中上級スキーヤー
- ・ 雪や温泉、スキーを目的に短期行程で来札した東アジアのスキー初心者
- ・ スキーを目的に短期行程で来札した東アジアの家族
- ・ 雪体験を目的に短期行程で来札したが、スキーにもチャレンジする東南アジアの若い友人グループ
- ・ スポーツ旅行に興味があり、食事とスキーを目的に短期行程で再来札したアジアの家族、友人グループ
- ・ 市内在住の東南アジアの30~40代
- ・ スポーツ旅行に興味があり、短期行程で来札した道内在住のヨーロッパの中高年上級スキーヤー
- ・ 食事やスキーを目的に来札した、道内周遊中の国内在住東アジアの30~40代

## 札幌藻岩山

- ・ 食事が目的でスキーはしない東アジアの中高年がいる家族
- ・ 多様な目的で来札した、スキー未経験の東アジアの家族、夫婦恋人
- ・ スキー目的で短期行程で再来札した東アジアの30~40代
- ・ スポーツ旅行に興味があり何度も来札している、オーストラリアの友人グループで、中上級スキーヤー
- ・ 市内在住の若い友人グループ
- ・ 道内在住で雪まつりを見に来た家族

## 札幌国際

- ・ 雪体験を目的に来札した、道内周遊中のスキーをしない東南アジアの若い家族
- ・ 歴史や文化に興味があり札幌に立ち寄った、道内観光地周遊中のスキーをしない東南アジアの30代友人グループ
- ・ 食事を目的に再来札した、道内温泉地周遊中の東アジアの30代家族
- ・ 食事やスキーを目的に来札した、東アジアのスキー初心者家族

## フッズスノーエリア

- ・ 食事やスキー目的で短期行程で再来札した、道内周遊中の東アジアの若いスキー初心者家族
- ・ 食事やスキーを目的に短期行程で再来札した東南アジアの若い友人グループ
- ・ 歴史や文化に興味があり食事やスキーを目的に来札した、国内周遊中の東南アジアの夫婦恋人

## さっぽろばんけい

## 滝野スノーワールド

(注記)対象とした属性は下記の通り

国籍、居住地、旅行形態、同行者、札幌市内での宿泊日数、宿泊地域、国内周遊有無、札幌を旅先に選んだ理由、札幌への訪問回数、年齢、年収水準、旅行で重視すること、スキー技術度

## 7. 市内スキー場と連携した実証事業

### 1. 事業設計(1/3)

本調査では、市内の複数のスキー場やスキー場と商業施設・観光施設等との周遊を促す手法について調査・検証すること、及び、実証事業からスノーリゾート推進にあたり参考となる基礎データを収集するため、FAMトリップツアーを企画および実施した。

#### ■ 事業設計の内容

##### 1. 調査項目:

参加者の思考や動態	1.訪問予定先と旅行行程 2.参加者の動態
事業効果	3.訪問先等の評価 4.消費額 5.参加者の意見

##### 2. 実証事業概要:

- 外国人スキー客が自作した旅行行程で、札幌市内のスキー観光を体験するFAMトリップツアー

##### 3. 実証事業実施方針:

###### ポイント① 参加者の「旅マエ」の思考を把握する

企画ツアー等では把握が難しいツアー参加者の「旅マエ」の思考に着目し、どのような情報源を使い、何故その訪問地を選択したのかを把握する。

###### ポイント② スキー場体験よりも観光周遊に重点を置く

観光に加えてスキーを楽しむ来札外国人が多い現状を踏まえ、体験や評価よりも、札幌市内の周遊促進可能性やその課題の把握に重点を置く。

##### 4. 実施日時:

- 2020年2月18日(火)～2020年2月21日(金)

※実施日時は、スキーリゾートとしての可能性を把握するため雪まつり期間は除外

1. 事業設計(2/3)

■ 事業設計の内容のつづき

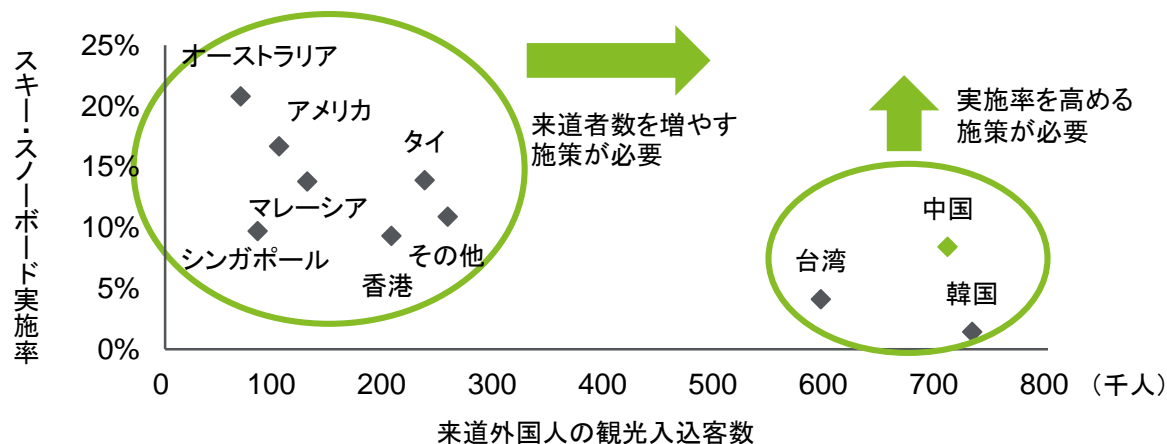
5. 参加者:

- 札幌市内在住の留学生と、海外在住している留学生の家族や友人など5組11名

グループNo	個人No	年齢	性別	スキー技術度	同行者
A	1	29	女性	中級	兄弟
	2	30代	男性	未経験	
B	3	39	女性	上級	親子
	4	11	男性	初心者	
C	5	25	女性	初心者	友人
	6	22	女性	初心者	
D	7	25	女性	初心者	友人
	8	27	女性	初心者	
E	9	36	女性	初心者	親子
	10	63	女性	初心者	
	11	5	男性	未経験	

- ツアー参加者は下記の方針で決定

- 異なる視点で市内周遊促進に向けた仮説を検証するため、参加者の「スキー技術度」と「同行者」の組み合わせを単一としない
- 来道者が最も多く、自国のスキー人口が増加すると見込まれている中国を対象とする。



(出所)

- 観光客動態・満足度調査(北海道庁、平成28年度) ([http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/H28doutai\\_home.htm](http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/H28doutai_home.htm))、北海道観光入込客数調査報告書(北海道庁、平成28年度) (<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/irikomi.htm>)をもとに作成

### 1. 事業設計(3/3)

#### ■ 事業設計の内容のつづき

#### 6. 実証ルール:

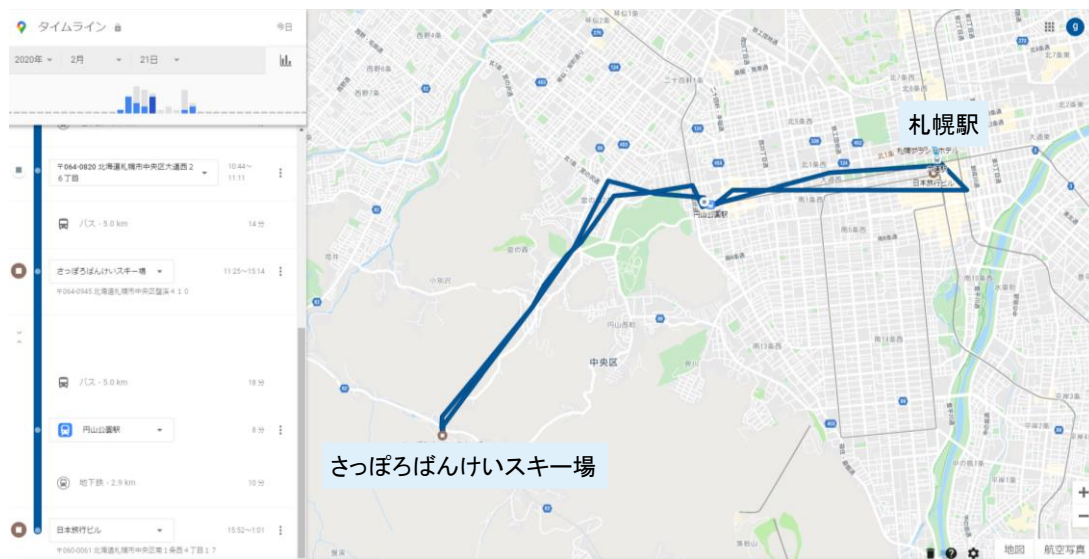
##### 「旅マエ」ルール

1. 海外居住者が事前に札幌市内の情報をどの程度調べられるかを把握するため、訪問希望先のリストアップは海外在住のツアー参加者が行う。
2. 札幌市内スキー場の周遊可能性を把握するため、1日1カ所のスキー場は必ず立ち寄ることとする。ただし、スキー場は参加者が決定する。
3. 周遊希望範囲は札幌市内に限定しない。
4. 初日は参加者のスキー技術度を確認するため、全員が札幌国際を利用する。
5. 宿泊施設は、参加者の安全を考慮し、全員同じ場所とする。(1日目:定山溪ビューホテル、2日目:スマイルホテルプレミアム、3日目:札幌グランドホテル)

##### 「旅ナカ」ルール

1. 参加者は、スキー場等の訪問先の評価や消費項目・金額をデイリーレポートとして毎日纏める。
2. 参加者の行動記録は、本事業専用の端末スマートフォンを支給し、googleマップのロケーション履歴を活用して記録管理する。  
※デイリーレポートとgoogleマップのロケーション履歴が一致しない場合はデイリーレポートを正とする。

<参考> googleマップのロケーション履歴画面におけるグループCの3日目の行動記録



## 1. 事業結果

実証事業によって、市内周遊促進のためには、ナイトタイムの観光コンテンツ創造や、市内周遊モデルコース策定、訪問希望先への移動負担を軽減するような交通手段の確立、旅ナカでの情報発信強化などが課題であることが、確認できた。

## ■ サマリ

訪問予定先と  
旅行行程

- 海外在住であってもインターネットを使用して、札幌市の観光施設や食などは事前に調べることは可能であることが確認できた。
- スキー場の選定においては、「有名か」「施設が良いか」「都心部から近いか」が選定の判断になっているが、札幌藻岩山や滝野スノーワールドのように、「初級者向きか」「スキー以外のアクティビティがあるか」を事前に調べて判断しているグループもいた。
- 観光施設の選定においては、体験型よりも「見る」施設が多かった。また、観光施設は、札幌駅や大通駅からアクセスしやすい都心部に集中していた。また、複数の候補先がある場合、札幌市内の観光施設よりも、小樽観光を優先する傾向が確認できた。
- 買物施設の選定においては、観光施設と同様、アクセスしやすい都心部に集中しており、複数の商品を購入可能な施設や場所が好まれる傾向があった。
- 食事施設の選定においては、場所ではなく、スープカレーといった札幌限定などの「フード」への関心が高い。
- 旅行行程としては、都市観光をする場合には都心部のスキー場を訪問先とするなど、移動の効率性を考慮したものになっていた。しかし、ナイトタイムは行程には組みまれていなかった。
- また、旅行行程は、参加者の子供有無に関わらず、どのグループも同じような旅行行程となっていた。また、悪天候時の想定をした旅行行程を作成するグループはいなかった。来札する外国人スキー客の趣味嗜好や属性に合わせた市内周遊モデルを策定しPRすることも必要だと考えられる。

## 参加者の動態

- ほとんどのグループで予定していた観光施設への訪問をキャンセルしており、スキー初級者以下で移動手段を公共交通機関に頼る中国人スキー客にとってスキー場を訪問した後に都市観光を行うことは体力的に難しいことであることが確認できた。
- 予定変更後の行動範囲はホテル付近で行動をとる傾向が強い。
- 観光ツアーや周遊バスなど訪問希望地への移動負担を軽減する取組や、予定変更が発生した場合の旅ナカでの情報発信の取組が必要だと考えられる。

訪問先等の  
評価

- スキー場の評価は、大きな不満はあがらなかったものの、キャッシュレス化やWi-Fi環境の向上、多言語対応の推進、初心者向けのサービス改善などの指摘があがった。
- スキー場以外の施設等の評価では、バスのインバウンド受入環境(キャッシュレス、多言語案内など)に対する指摘が多かった。

## 消費額

- スキー後の観光がほとんど発生せず、中国の友人にお土産を買ったグループE以外の消費額は、3泊4日で1人あたり約5万円程度と少額となった。

## 1. 訪問予定先と旅行行程(1/4)

海外在住の参加者は、自分たちのスキー技術度に合わせてではなく知名度や交通アクセスの良さでリストアップする傾向があるが、札幌藻岩山や滝野スノーワールドは「初心者」「スキー以外も楽しめる」ということを事前に認知していた。また、札幌国際は、初日に続けて楽しみたいグループが2つあったが、初心者も楽しむことが出来るスキー場としてフッズスノーエリアを紹介し、訪問地に取り入れられた。

## ■ スキー場

訪問予定地	希望理由	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
		希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画
サッポロテイネ	有名だから ゲレンデが大きいから 施設が完備されているから オリンピックが開催された場所だから	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
札幌国際	有名だから			✓						✓	
さっぽろばんけい	都心部から近いから 交通アクセスが便利だから	✓	✓			✓	✓	✓	✓		✓
札幌藻岩山	都心から近く交通アクセスも便利だから 多様なコースがあるから スキー以外も出来るから 初心者向けだから					✓	✓	✓	✓		
滝野スノーワールド	スキー以外も楽しめるから パウダースノーで遊びたいから	✓	✓								✓
フッズスノーエリア	旅行行程作成中に初級者でも楽しめるスキー場だと知ったから				✓						✓

(注記)

- ・ 希望欄: 海外居住者の希望先に挙げた施設に✓を記載
- ・ 計画欄: 旅マエで確定した旅行行程に含まれる施設に✓を記載



## 1. 訪問予定先と旅行行程(2/4)

札幌都心部にある札幌を代表する建物や公園などは、「札幌のシンボル」や「アクセスのしやすさ」により選択されている。札幌都心部から徒歩圏内ではないが、動物園やサップロビール博物館等は、見学要望が強く、行程として残っている。また、札幌都心部から移動時間がかかるものの小樽は、他の観光施設と異なり行程検討時に訪問先から外されていなく、市内観光施設よりも訪問ニーズが強いと思われる。

## ■ 観光施設

	訪問予定地	希望理由	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
			希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画
都心部	北海道大学	日本の大学に興味があるから 札幌駅に近いから	✓									
	時計台	写真を撮りたいから シンボルだから	✓						✓			✓
	赤レンガ						✓	✓	✓	✓		✓
	大通公園	近いから 市民の公園文化を味わえるから	✓				✓	✓			✓	✓
見学施設	円山動物園	かわいい動物を見たいから							✓	✓		
	サップロビール博物館	工場見学をしたいから							✓	✓		
	白い恋人パーク	チョコレートやクッキーが有名だから 製造過程を見たいから	✓	✓	✓	✓	✓					
	JRタワー展望台	札幌で最も高い高層ビルだから 市内を一望できるから	✓	✓	✓		✓	✓				
	藻岩山	夜景をみたいから				✓						
小樽	小樽運河	写真やポスターで良く見るから 冬の運河の様子が好きだから	✓	✓					✓	✓	✓	✓
	北一硝子館	芸術品を楽しめるから		✓								
	朝里	旅行サイトがおすすめしていたから	✓									

(注記)

- ・ 希望欄: 海外居住者の希望先に挙げた施設に✓を記載
- ・ 計画欄: 旅マエで確定した旅行行程に含まれる施設に✓を記載

## 1. 訪問予定先と旅行行程(3/4)

飲食施設においては、回転寿司やスープカレー、サッポロビールなど北海道や札幌のフードの希望がほとんどであり、食べる場所の希望はない。また、食べる場所が指定されていても、そのフードが食べられる飲食店が集積した施設を選択している。参加者は、専門店よりもフードコートのような、豊富な種類な選択可能な食事施設に興味があると思われる。

## ■ 食事施設

フード名	フード・訪問地	希望理由	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
			希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画
↑ ↓ 集積施設	「小樽の」寿司	本場を味わいたいから	✓	✓							✓	✓
	「小樽の」海鮮丼	小樽は海が近くて新鮮そうだから	✓	✓								
	回転寿司	北海道の寿司は新鮮だから			✓	✓						
	スープカレー	北海道の特別なカレーだから 札幌でしか食べられないから	✓	✓	✓		✓	✓	✓			
	ラーメン	高くないから					✓	✓				
	サッポロビール	札幌の名物だから	✓									
	日本酒	本場を味わいたいから	✓									
	ラーメン横丁	ラーメン文化を体験したいから	✓								✓	✓
	ラーメン共和国	札幌駅周辺でアクセスが良く、複数の ラーメン店が集積しているから		✓								
	中央卸売市場	新鮮な海鮮を味わいたいから									✓	✓
	すみれ	美味しいラーメンを食べたいから							✓	✓		

(注記)

- ・ 希望欄: 海外居住者の希望先に挙げた施設に✓を記載
- ・ 計画欄: 旅マエで確定した旅行行程に含まれる施設に✓を記載

## 1. 訪問予定先と旅行行程(4/4)

買物施設としては、都心部の百貨店や狸小路、札幌駅に隣接する施設が旅行行程に組み込まれた。アクセスが良く、色々な店舗が集積している施設が選択される傾向がある。また、狸小路は、中国語を使って買い物が可能であるということが選択理由の一つとなっている。

## ■ 買物施設

訪問予定地	希望理由	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
		希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画	希望	計画
三井アウトレット	ブランド品の種類が豊富だから	✓									
札幌狸小路	伝統的な商店街だから 色々なお店が入っているから 食事もあるから 中国語が話せるお店があるから	✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓
大丸	ホテルから近いから 自分のご褒美を買いたいから	✓	✓								
三越・丸井今井	(特になし)									✓	✓
ビックカメラ	アクセスが良いから(札幌駅構内にあるから) 色々なお店が入っているから				✓						
エスタ	アクセスが良いから(札幌駅構内にあるから)			✓	✓						

(注記)

- 希望欄: 海外居住者の希望先に挙げた施設に✓を記載
- 計画欄: 旅マエで確定した旅行行程に含まれる施設に✓を記載

## 1. 訪問予定先と旅行行程

2日目は定山溪からの移動となるため、真駒内駅を利用できる南区のスキー場が選択されている。また、観光地や見学施設に行く場合には、アクセスしやすい都心部にあるスキー場が選択されている。買物や食事のために移動する予定はなく、スキー場や観光地・見学施設への移動経路の中で用を足す計画となっている。なお、スキー場までの交通手段は、送迎バスまたは公共交通機関での移動のみとなっている。

## ■ 旅行行程とその特徴

	グループA (中級と未経験の兄弟)	グループB (上級と初級の親子)	グループC (初級の友人)	グループD (初級の友人)	グループE (未経験を含む親子3世代)
旅行行程概要	1. 旅行代理店→(送迎バス)→札幌国際→(送迎)→ホテル (全参加者共通) 2. 定山溪→(路線バス)→狸小路商店街→(地下鉄)→真駒内→(路線バス)→滝野スノーワールド→(路線バス)→ホテル→(徒歩)JRタワー・ラーメン→(徒歩)→ホテル 3. ホテル→(地下鉄)→白い恋人パーク→(地下鉄・路線バス)→さっぽろばんけい→(路線バス・地下鉄)→ホテル→(徒歩)→大丸→(徒歩)→ホテル 4. ホテル→(JR)→小樽運河・北一硝子→(JR・路線バス)→サッポロテイネ→(路線バス・JR)→日本旅行北海道	1. 旅行代理店→(送迎バス)→札幌国際→(送迎)→ホテル (全参加者共通) 2. 定山溪→(路線バス)→真駒内→(送迎バス)→フッズスノーエリア→(送迎バス)→真駒内→(地下鉄)→ホテル→(不明)→藻岩山→(不明)→ホテル 3. ホテル→(地下鉄)→真駒内→(路線バス)→札幌藻岩山→(路線バス)→ホテル→(地下鉄)→白い恋人パーク→(地下鉄)→札幌駅周辺→(徒歩)→ホテル 4. ホテル→(JR・路線バス)→サッポロテイネ→(JR・路線バス)→日本旅行北海道	1. 旅行代理店→(送迎バス)→札幌国際→(送迎)→ホテル (全参加者共通) 2. 定山溪→(路線バス)→真駒内→(路線バス)→札幌藻岩山→(路線バス)→真駒内→(地下鉄)→ホテル→(徒歩)→ラーメン・狸小路→(徒歩)→ホテル 3. ホテル→(JR・路線バス)→サッポロテイネ→(路線バス・JR)→ホテル→(路線バス)→ホテル→(徒歩)→JRタワー・大通公園・赤レンガ・スープカレー→(徒歩)→ホテル 4. ホテル→(地下鉄・路線バス)→さっぽろばんけい→(路線バス・地下鉄)→日本旅行北海道	1. 旅行代理店→(送迎バス)→札幌国際→(送迎)→ホテル (全参加者共通) 2. 定山溪→(路線バス)→真駒内→(路線バス)→札幌藻岩山→(路線バス・地下鉄)→ホテル→(路線バス)→サッポロビール園→(路線バス)→ホテル 3. ホテル→(JR)→小樽運河・博物館→(JR・路線バス)→サッポロテイネ→(JR)→ホテル→(徒歩)→赤レンガ・ラーメン→(徒歩)→ホテル 4. ホテル→(地下鉄・路線バス)→さっぽろばんけい→(路線バス)→円山公園→(徒歩)→円山動物園→(地下鉄)→日本旅行北海道	1. 旅行代理店→(送迎バス)→札幌国際→(送迎)→ホテル (全参加者共通) 2. 定山溪→(路線バス)→真駒内→(送迎バス)→フッズスノーエリア→(送迎バス)→真駒内→(地下鉄)→ホテル→(徒歩)→狸小路→(徒歩)→ホテル 3. ホテル→(JR)→小樽運河・北一硝子→(JR・地下鉄)→円山公園→(路線バス)→さっぽろばんけい→(路線バス・地下鉄)→ホテル→(徒歩)→大通公園・時計台・赤レンガ→(徒歩)→ホテル 4. ホテル→(JR・路線バス)→滝野スノーワールド→(路線バス・地下鉄)→中央卸売市場・三越・丸井→(JR・徒歩)→日本旅行北海道
特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>2日目の定山溪から移動の日は、滝野スノーワールドを選択</li> <li>白い恋人パークに行く日には、さっぽろばんけいを選択</li> <li>小樽に行く日には、サッポロテイネを選択</li> <li>公共交通機関や送迎バスの利用のみ</li> <li>移動経路の中で食事や買い物を済ませる予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2日目の定山溪から移動の日は、フッズスノーエリアを選択</li> <li>白い恋人パークに行く日には、札幌藻岩山を選択</li> <li>公共交通機関や送迎バスの利用のみ</li> <li>移動経路の中で食事や買い物を済ませる予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2日目の定山溪から移動の日は、札幌藻岩山を選択</li> <li>公共交通機関や送迎バスの利用のみ</li> <li>移動経路の中で食事や買い物を済ませる予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2日目の定山溪から移動の日で、サッポロビール博物館に行く日は、札幌藻岩山を選択</li> <li>小樽に行く日には、サッポロテイネを選択</li> <li>円山動物園に行く日には、さっぽろばんけいを選択</li> <li>公共交通機関や送迎バスの利用のみ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2日目の定山溪から移動の日は、フッズスノーエリアを選択</li> <li>小樽に行く日には、さっぽろばんけいを選択</li> <li>公共交通機関や送迎バスの利用のみ</li> <li>ただし、小樽→盤溪、滝野→桑園の移動がありハード</li> </ul>

## 2. 参加者の動態(1/3)

旅マエでは人気があった白い恋人パークや小樽など観光施設を訪問したグループはいなかった。参加者からは、慣れないスキーをした後に観光施設を交通機関を使って訪問することは体力的に難しかったとの意見が多数であった。一方で、ツアーがあれば訪問する可能性があるとの意見もあった。

## ■ 観光施設

訪問地	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
	計画	結果	計画	結果	計画	結果	計画	結果	計画	結果
時計台									✓	×
赤レンガ					✓	×	✓	✓	✓	×
大通公園					✓	✓			✓	×
円山動物園							✓	×		
サッポロビール 博物館							✓	✓		
白い恋人パーク	✓	×	✓	×						✓
JRタワー展望台	✓	×			✓	×				
藻岩山			✓	×						
小樽運河	✓	×					✓	×	✓	×
北一硝子館	✓	×								
北海道大学										✓
円山公園								✓		

(注記)

- ・ 結果欄:実際に訪問した施設に✓を記載。予定していたのに訪問しなかった場合は×(赤)を記載
- ・ 計画に無かったが訪問した場合は、✓(赤)と記載

## 2. 参加者の動態(2/3)

食事についても予定変更が多い。しかし、札幌限定でスキー場のメニューにはないスープカレーは、宿泊地に近い食事施設を見つけ訪問している。また、グループDは、旅ナカで「シメパフェ」を知り、パフェを食べられる飲食店を訪問している。なお、コンビニで済ませているグループも多く、食への関心の低さが確認できた。

## ■ 食事施設

フード・訪問地	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
	計画	結果	計画	結果	計画	結果	計画	結果	計画	結果
「小樽の」寿司	✓	×							✓	×
「小樽の」海鮮丼	✓	×								
回転寿司	✓	×	✓	×						
スープカレー	✓	×		✓	✓	✓				
ラーメン					✓	✓				
ラーメン横丁									✓	×
ラーメン共和国	✓	(✓)								
中央卸売市場									✓	✓
すみれ							✓	×		
その他		✓						✓		

(注記)

- 結果欄:実際に訪問した施設に✓を記載。予定していたのに訪問なかった場合は×(赤)を記載
- 計画に無かったが訪問あるいは食した場合は、✓(赤)と記載
- 計画と違う施設でフードを食した場合は、(✓)と記載

## 2. 参加者の動態(3/3)

買物施設も、観光施設や食事施設と同様に、予定と異なることが多い。目的の施設や商品があるわけではなく、その日の判断で都心部で訪問先を変更している可能性がある。

## ■ 買物施設

フード・訪問地	グループA (中級と未経験の兄弟)		グループB (上級と初級の親子)		グループC (初級の友人)		グループD (初級の友人)		グループE (未経験を含む親子3世代)	
	計画	結果	計画	結果	計画	結果	計画	結果	計画	結果
三井アウトレット		✓								
札幌狸小路	✓	×			✓	✓			✓	×
大丸	✓	×		✓						
三越・丸井今井									✓	×
ビックカメラ			✓	×						✓
エスタ			✓	×						
東急百貨店								✓		
永山免税店										✓
サツドラ										✓

(注記)

- ・ 結果欄: 実際に訪問した施設に✓を記載。予定していたのに訪問しなかった場合は×(赤)を記載。
- ・ 計画に無かったが訪問した場合は、✓(赤)と記載

## 3. 訪問先等の評価(1/3)

サッポロティネはアクセスやゲレンデ規模、Wi-Fi環境等が評価され、値段の高さやレンタル、バスの本数等が改善点に挙げられている。札幌藻岩山は初心者への安全性や中国語対応等が評価され、施設の古さ等が改善点に挙げられている。さっぽろばんけいは、バスの本数を含めたアクセスや中国語対応、レンタル、Wi-Fi環境が評価され、ゲレンデ規模が小さいことや初心者家族向けコースの不足が改善点に挙げられている。

## ■ 札幌市内スキー場(都心部)

施設区分	良い点	改善点
サッポロティネ	<ul style="list-style-type: none"> <li>交通アクセスが良い</li> <li>コース種類が豊富</li> <li>施設やリフトが他の市内スキー場と比べて良い</li> <li>景観がよい</li> <li>リフトの乗り降りをスタッフが補助してくれる</li> <li>食事が美味しい</li> <li>Wi-Fiの通信速度が良い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食事は値段が高く、メニューが少ない</li> <li>レンタルウェアが古いあるいは破けている</li> <li>手稲駅からのバスの本数が少ない</li> <li>中国語の誤訳がある</li> <li>ロッカーの利用方法が分かりにくい</li> </ul>
札幌藻岩山	<ul style="list-style-type: none"> <li>コース数が多くて良い</li> <li>スノーボード禁止のため初心者や子連れ家族には安心</li> <li>雪質が良い</li> <li>値段が安い</li> <li>中国語表記や中国語を話せるスタッフもいて安心</li> <li>市内を一望できる景色がきれい</li> <li>自動販売機が多くて便利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設が古い</li> <li>(初級と上級コースはあるが)中級コースが足りない</li> <li>Wi-Fiの案内がわかりにくい</li> </ul>
さっぽろばんけい	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国語案内や中国語を話せるスタッフがいる</li> <li>レンタルが使いやすい</li> <li>交通アクセスが良い。バスの本数も多く良い</li> <li>QRコードのシステムが良い</li> <li>雪質が良い</li> <li>自動販売機が多く便利</li> <li>Wi-Fiの通信速度が良い</li> <li>ロッカーのサービスドアがとても使い勝手が良い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>初心者にはリフトを降りた後の勾配が急でこわい</li> <li>来場者数に比べてゲレンデや施設が狭い</li> <li>ファミリーコースが欲しい(スクール生が多くコースが狭い)</li> <li>コース途中にある案内板がわかりづらい</li> <li>中国語の誤訳がある</li> <li>食堂のメニューが少ない</li> <li>値段が高い</li> <li>売店が小さい</li> </ul>



## 3. 訪問先等の評価(2/3)

札幌都心部から離れた場所にあるスキー場では、ゲレンデや遊び場の規模や、食事などが評価されている。改善点には、Wi-Fi環境やキャッシュレス、中国語表記などのインバウンド受入環境面が挙げられている。

## ■ 札幌市内スキー場(郊外エリア)

施設区分	良い点	改善点
札幌国際	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景観がよい</li> <li>・ ゴンドラやリフトが良い</li> <li>・ 雪質が良い</li> <li>・ 中国語での対応が可能でスタッフも親切</li> <li>・ レストランの食事メニューが豊富</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ゲレンデの中間に休憩所が欲しい(初心者には少し長い)</li> <li>・ キャッシュレスではない</li> <li>・ Wi-Fiの利用範囲がわからない</li> </ul>
滝野 スノーワールド	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コースが広く、大人から子供まで楽しめて良い</li> <li>・ アクティビティが充実しており子供連れだと過ごしやすい</li> <li>・ リフト料金が安い</li> <li>・ 食事が美味しく、キッズメニューがあり子連れには良い</li> <li>・ シャワー室があり良い</li> <li>・ スタッフが親切</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リフトの乗り方やレンタルの説明などで初心者向けの説明不足</li> <li>・ 売店では、商品の種類が少なく、グッズもないので魅力的ではない</li> <li>・ 看板が小さく見えにくい</li> <li>・ 公園内の交通案内が分かりにくい</li> <li>・ Wi-Fiが繋がらない</li> </ul>
フッズ スノーエリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リフト代や食事が安いこと。特に、送迎バス付のインバウンド用のパッケージがお得感があり魅力的</li> <li>・ 人が少なく滑りやすい</li> <li>・ 雪質が良い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 初心者にはリフトのスピードが少し早い</li> <li>・ 中国語表記がない</li> </ul>

## 3. 訪問先等の評価(3/3)

スキー場以外の訪問先等の評価では、時間検索や多言語対応、キャッシュレス化が遅れている路線バスへの満足度が低かった。また、「観光客が楽しめる遊び場やイベントの不足」や「商業施設の閉店時間が早いこと」に対する不満もあった。

## ■ 札幌市内スキー場以外の訪問先等

施設区分	良い点	改善点
宿泊施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(定山溪ビューホテルの)プールは子連れ家族にとっては嬉しい</li> <li>・雪景色と露天風呂の組み合わせは中国人にとって魅力的</li> <li>・部屋食は、日本のおもてなしを感じられた</li> <li>・バイキング形式の食事は、日本食をたくさん味わえて良い</li> <li>・自販機が便利※中国には日本ほど自販機がない</li> <li>・ドラッグストアが近くにあることが良い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Wi-Fi速度が遅い</li> <li>・浴衣の着方や和食の食べ方(土瓶蒸しなど)の外国語での説明がない</li> </ul>
交通機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JRと地下鉄は時間通りで本数も多く便利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バスの時刻表がWEBで見つけづらい</li> <li>・バスは中国ではキャッシュレスで乗車できる。全路線でキャッシュレス乗車を可能にして欲しい</li> <li>・バスが時間通りに来ない</li> <li>・バスでの車内案内や乗降場所などの外国語での説明が不十分(テイネ往復のバスは中国語案内があり便利)</li> <li>・外国人観光客用の乗車割引券が欲しい</li> <li>・乗り換えは乗車券や乗り換え場所などがわかりにくかった</li> </ul>
観光施設		<ul style="list-style-type: none"> <li>・札幌市内に観光客の遊び場所が少ない(特に夜間)</li> <li>・雪まつりを過ぎると観光客向けのイベントがなく寂しい</li> </ul>
買物施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・札幌駅周辺に買い物場所が多くて便利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドン・キホーテ以外のショッピング店の閉店時間が早い(食後に行くなどが出来ない。中国では22時まで開店している)</li> </ul>
食事施設		<ul style="list-style-type: none"> <li>・中国は冷たい飲み物より暖かい飲み物(お酒も)を好む人が多く、メニューで考慮して欲しい(特に、高齢者向け)</li> <li>・中国に住んでいると、シメパフェなど最近の地元トレンド情報が入手できない</li> </ul>

## 4. 消費額

参加者の動態にて記載した通り、慣れないスキーでの疲労による訪問キャンセル等の影響もあり、実証事業期間における各グループの消費額は少額となった。特に、飲食代が低い。また、公共交通機関による移動が主であったため、交通費も低くなっている。グループEの60代女性は、中国の友人から化粧品等のお土産を頼まれていたこともあり、高額になっている。

## ■ 各グループの項の一人当たりの消費額

	グループA (中級と未経験の兄弟)	グループB (上級と初級の親子)	グループC (初級の友人)	グループD (初級の友人)	グループE (未経験を含む親子3世代)	平成31年2年外国人個人 観光客動態調査(札幌)
宿泊代	28,500円	28,500円	28,500円	28,500円	28,500円	69,725円
飲食代	4,650円	4,748円	4,500円	6,260円	5,580円	55,492円
お土産代	0円	0円	2,500円	0円	67,999円	29,837円
交通費	9,000円	3,870円	4,910円	6,050円	1,083円	35,063円
リフト代	14,280円	12,450円	17,000円	17,000円	9,190円	—
その他	0円	0円	0円	0円	0円	—
合計	56,430円	49,568円	57,410円	57,810円	112,352円	—

(注記)

- 一人当たりの消費額は、各グループが滞在中(3泊4日)で消費した総額から人数分で除すことで算出
- 消費額の項目名称は、外国人個人観光客動向調査(札幌市)と同等の区分とし、リフト代、その他を追加
- 本事業では、リフト料金、宿泊費、交通費(一部)を負担
- 交通費は、公共交通機関の利用料金その他、レンタカー代、タクシー代、駐車場代を含め算出
- リフト代は、初日の札幌国際では1日券の金額で、2日以降のスキー場(サッポロテイネ、さっぽろばんけい、滝野スノーワールド、札幌藻岩山、フッズスノーエリア)はグループの利用実態を踏まえた料金で試算

## 5. 参加者の満足度等

FAMトリップツアー終了時に、参加者に対してヒアリングを実施した。その際にあがった、参加者からの札幌スノーリゾートに対する意見を下記に纏める。

## ■ 意見

スノーリゾートの可能性	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国では、札幌のようなパウダースノーは経験できない。宣伝をしっかりとすればスキー目的で来札する中国人は増えると思う。</li> <li>ニセコにも興味があるが、中国人のスキーレベルだと札幌市内のスキー場で十分だ。また、ニセコは遠い。</li> <li>温泉も中国人にとっては魅力的である。</li> </ul>
都市観光とスキー	<ul style="list-style-type: none"> <li>スキー後に観光することは体力的に難しい。</li> <li>ナイターには興味がある。観光の後にナイターであれば、両方楽しめる可能性がある。</li> </ul>
スキー場	<ul style="list-style-type: none"> <li>初級者はどこを滑っていいかわからない。コース途中の案内も中国語ではなく不親切。</li> <li>スタッフももう少し、スキー場のコースなどを宣伝して欲しい。</li> </ul>
中国人の受入環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国では公共交通機関や自販機での支払いなどもキャッシュレスが進んでいるのに、札幌は現金しか使えないところもあり不便である。</li> <li>中国語での表記もあるが、誤訳が多い。</li> </ul>
スノーリゾートの認知度	<ul style="list-style-type: none"> <li>札幌は雪まつりなどの観光で有名だが、スキー場がこんなにたくさんあることは知らなかった。</li> <li>サッポロテイネはオリンピックが開催されたところでもあり、知っていた。</li> </ul>
情報収集	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅マエ、旅ナカであっても、インターネットでの情報収集がほとんどである。</li> <li>そのため、旅ナカでのWi-Fi環境は重要である。Wi-Fi環境があっても、どのように接続したら良いのかなどの説明が不足している。</li> </ul>
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> <li>バスは、乗り降りの場所がわかりにくく、車内アナウンスが中国語ではないので降りるときに苦労する。</li> <li>タクシーは高い。</li> </ul>

## 8. 経済波及効果等の推計

## 1. 推計方法

本調査では、札幌市スノーリゾート形成に向けて施策実施を行った初年度(以下、札幌スノーリゾート形成時)において、外国人スキー客によってもたらされる札幌市への経済効果を推計した。なお、経済効果は、2018年時点と札幌市スノーリゾート形成時点の経済効果の差分(経済の押し上げ効果)とし、経済波及効果や観光GDP、雇用者数等を算出する。

## ■ 推計方法の内容

## 1. 調査項目:

- ① 経済波及効果
- ② 観光GDP
- ③ 雇用者数
- ④ 税収
- ⑤ 産業別の経済波及効果

## 2. 調査手法:

『観光消費による経済波及効果の「見える化」分析ツール  
(北海道経済部観光局、以下分析ツール)』を使用した推計

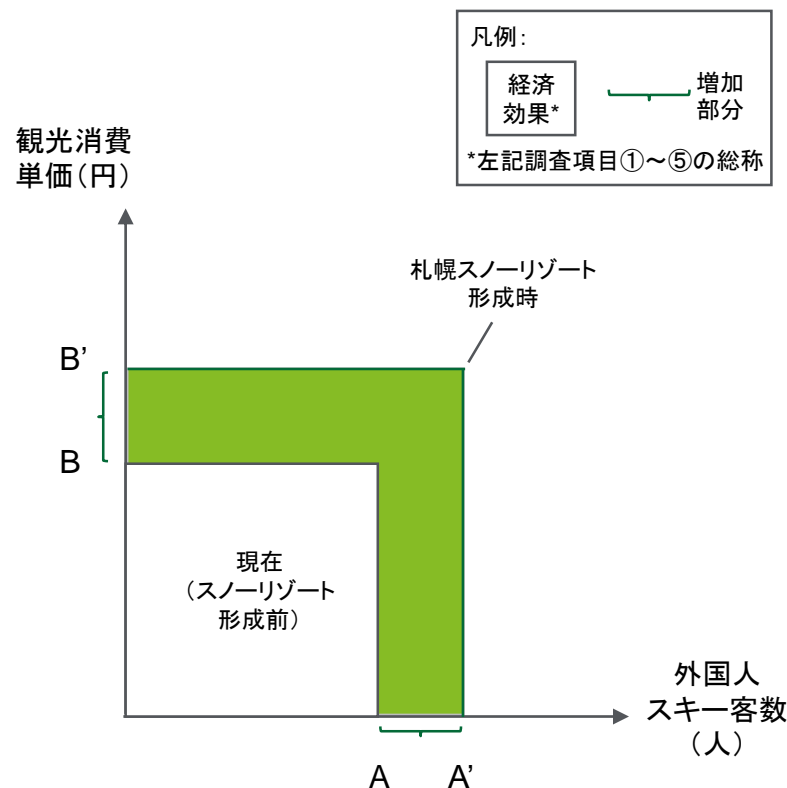
## 3. 推計準備:

推計には2018年時点と札幌スノーリゾート形成時にける下記2つの数値の予測  
(右図参照)

- 札幌市内スキー場の外国人スキー客数  
A 2018年シーズン  
A'スノーリゾート形成時
- 来札外国人の観光消費単価  
B 2018年シーズン  
B'スノーリゾート形成時

## 4. 注記:

- 分析ツールでは、各産業の域内調達率を推計時の変数として利用可能である。しかし、本調査では、域内調達率を推計するための事業者アンケート調査やヒアリングは業務対象外のため使用していない。
- 分析ツールで使用されている産業連関表は「北海道産業連関表」である。



## 2. 推計準備(1/2)

札幌市内スキー場の外国人スキー客数は、「1.国内外のスキー場等に関する基礎情報調査」の調査結果と、スノーリゾート先進地域であるHAKUBA VALLEYの外国人スキー客数の年平均増加率を使用した。

## ■ 札幌市内スキー場の外国人スキー客数

## A: 2018年シーズン時の札幌市内スキー場の外国人スキー客数・・・128,400人(予測値)

- 本報告書の「1.国内外のスキー場等に関する基礎情報調査」における札幌市内スキー場の2018シーズンの利用客数に外国人割合を乗じて算出

スキー場名	2018年シーズン 利用客数(人)	2018年シーズン 外国人割合	2018年シーズン 外国人スキー客数(人)
札幌国際	264,000	15%	39,600
さっぽろばんけい	193,000	5%	9,650
サッポロテイネ	396,000	15%	59,400
札幌藻岩山	173,000	5%	8,650
フッズスノーエリア	110,000	1%	1,100
滝野スノーワールド	200,000	5%	10,000
合計	1,336,000	-	128,400

## A': スノーリゾート形成時の札幌市内スキー場の外国人スキー客数・・・160,500人(予測値)

- 2018年シーズン時の札幌市内スキー場の外国人スキー客数に増加率を乗じて算出
- 増加率には、スノーリゾート先進地域であるHAKUBA VALLEYにおける2012年シーズンから2018年シーズンにかけての外国人スキー客数の年平均増加率(+25%)を利用

※ スノーリゾート形成に向けた施策は、HAKUBA VALLEYと同程度の増加を目標とすることを前提

## 8-1. 推計概要

### 2. 推計準備(2/2)

来札外国人の観光消費単価は、来札観光客満足度調査・外国人個人観光客動態調査とJMAR「訪日外国人消費動向調査の分析」を使用し予測した。

#### ■ 来札外国人の観光消費単価

**B: 2018年シーズン時の来札外国人の観光消費単価・・・157,058円**

- 札幌市「来札観光客満足度調査・外国人個人観光客動態調査(平成30年度調査)」掲載の、外国人個人観光客の市内での消費金額を利用

**B': スノーリゾート形成時の来札外国人の観光消費単価・・・170,968円**

- JMAR「訪日外国人消費動向調査の分析(中間報告)」掲載のエリア別のスノーリゾート訪問者の一人当たり旅行中支出を利用※支出項目情報無し
- ただし、分析ツールでは国別入力ができないため、エリア別の訪日外国人スノーリゾート訪問者数から1人当たりの観光消費単価を再計算

エリア名	エリア別の一人当たり 旅行中支出(円) ×	スノーリゾート 訪問者数(人) =	総額(千円)	一人当たり 旅行中支出(円)
中国	191,000	190,951	36,471,641	170,968
東アジア(中国以外)	123,000	283,580	34,880,340	
東南アジア・インド	151,000	165,357	24,968,907	
欧州	326,000	22,242	7,250,892	
米国	233,000	34,915	8,135,195	
豪州	250,000	94,450	23,612,500	
合計		791,495	135,319,475	

- また、産業別の経済波及効果を算出するため、Bの支出項目の構成比率で前述の一人当たり旅行中支出を按分

支出項目	Bの内訳(円)	Bの支出項目の 構成割合 ×	B'の総額 =	B'の内訳(円)*
交通費	29,021	18.5%	170,968	31,629
宿泊代	64,100	40.8%		69,755
飲食代	40,034	25.5%		43,597
お土産代	23,903	15.2%		25,987
合計	157,058	100%		170,968

(注記)端数は四捨五入



### 3. 推計結果(1/2)

分析ツールより、現状と札幌スノーリゾート形成時の経済波及効果を比較すると、経済波及効果が9,860百万円、観光GDPが3,952百万円、雇用者が787人／年、税収が101百万円増加すると算出された。

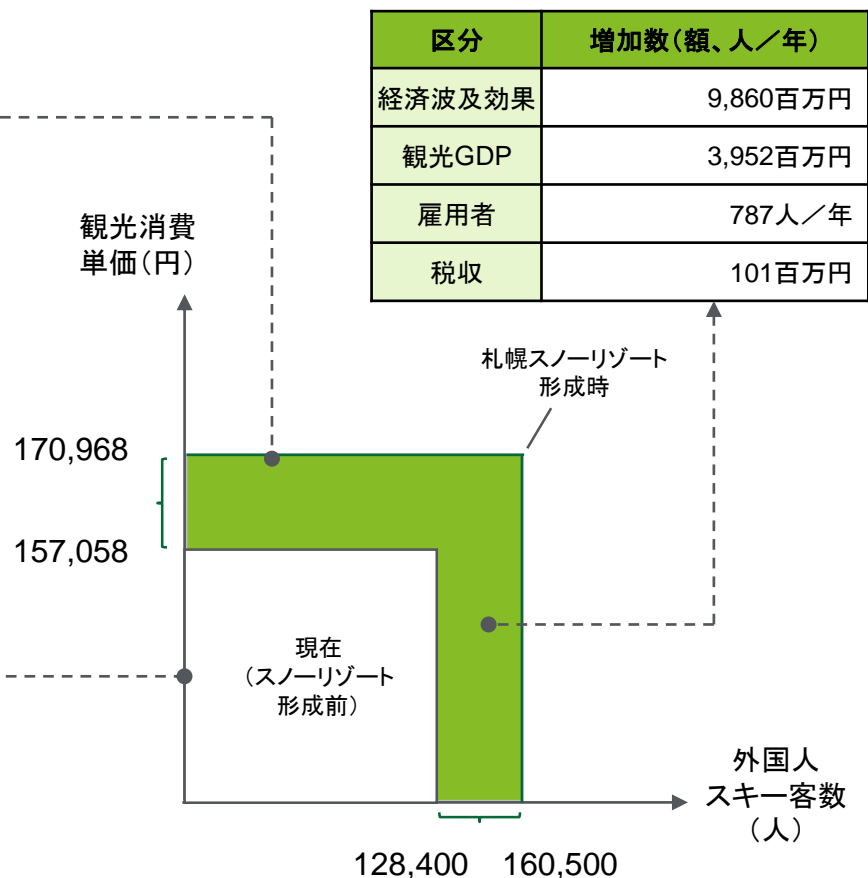
#### ■ 経済波及効果等

##### 札幌スノーリゾート形成時

経済波及効果	37,180百万円発生				
観光GDP	14,901百万円押し上げ				
雇用者	2,968人／年の新規雇用者を誘発				
税収	381百万円の税収効果				
	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値 (百万円)	所得誘発額 (百万円)	雇用誘発数 (人)	税収効果 (百万円)
直接効果	24,536	14,901	9,762	2,272	266
1次波及効果	6,268	3,464	1,780	372	58
2次波及効果	6,376	3,981	1,729	325	58
合計	37,180	22,345	13,270	2,968	381

##### 現在(2018年シーズン)

経済波及効果	27,320百万円発生				
観光GDP	10,949百万円押し上げ				
雇用者	2,181人／年の新規雇用者を誘発				
税収	280百万円の税収効果				
	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値 (百万円)	所得誘発額 (百万円)	雇用誘発数 (人)	税収効果 (百万円)
直接効果	18,029	10,949	7,173	1,669	195
1次波及効果	4,605	2,545	1,308	273	42
2次波及効果	4,685	2,925	1,270	239	42
合計	27,320	16,419	9,751	2,181	280



## 3. 推計結果(2/2)

産業別にスノーリゾート形成事業実施の経済波及効果をみると、市内スキー場やホテル・旅館、飲食店が含まれるサービス業だけではなく、地下鉄やバス・タクシー等の運輸業、狸小路や白い恋人パーク等の商業・観光施設、お菓子メーカー等の食品加工業等製造業に波及効果があると推測できる。

## ■ 産業別の経済波及効果

産業別の経済波及効果を生産誘発額でみると、サービス業、運輸・情報通信、商業、製造業で経済波及効果が大きくなっている。これはパラメータとして増加させた観光消費単価が関連する産業に影響を与え、生産が誘発されたためである。

(補足)観光消費単価の内訳と影響を与える産業

区分	影響を与える産業	小分類
交通費	運輸・情報通信	地下鉄、バス、タクシー
宿泊代	サービス業	ホテル、旅館
飲食代	サービス業	飲食サービス
お土産代	製造業、商業	食品加工、百貨店、土産店

なお、サービス業、運輸・情報通信、商業は最終需要額が直接効果と一致しているのは、分析ツール上で宿泊、飲食などのサービス、交通等は、観光客の消費は全て地域内で行われるため、増加した需要額と同額の域内直接効果が発生するものと仮定されているためである。

一方で製造業は最終需要額に対して直接効果が小さくなっているが、これは分析ツール上で域内調達率が9.2%と設定されており、最終需要額のうち約9割が域外に流出しているためである。(域内調達率は変化させずに推計しているため、アンケート調査やヒアリングを行い域内調達率を変化させて推計した場合には異なる結果となることが想定される)

(注記)推計過程での端数処理の結果、合計が一致しない場合もある

部門分類	与件データ	生産誘発額				粗付加価値誘発額	雇用者所得誘発額
	最終需要額	直接効果	1次生産誘発効果	2次生産誘発効果	合計		
農業	0	0	116	83	199	86	17
林業	0	0	9	6	16	10	4
漁業	0	0	42	29	70	38	14
鉱業	0	0	182	116	298	154	57
製造業	3,199	295	1,136	777	2,208	647	257
建設業	0	0	113	0	113	52	40
電気・ガス・水道	0	0	456	216	672	321	123
商業	1,017	1,017	721	1,236	2,974	2,069	1,226
金融・保険・不動産	0	0	546	1,804	2,351	1,820	290
運輸・情報通信	5,031	5,031	954	518	6,503	3,744	1,971
公務	0	0	0	24	24	17	9
サービス業	18,193	18,193	1,898	1,550	21,641	13,335	9,258
分類不明	0	0	94	17	112	54	4
合計	27,440	24,536	6,268	6,376	37,180	22,345	13,270

## 3. 推計結果&lt;補足&gt;

## ■ 分析ツールで使用している用語の説明

## ・ 観光GDP

- ・ UNWTO(世界観光機関)が定める国際基準『TSA(Tourism Satellite Account)』において、観光消費のうち観光客に対して直接提供する財貨・サービスの付加価値とされており、観光庁でも導入されている。
- ・ 今回活用した下記分析ツールでは、観光消費の全てを対象とした直接効果の粗付加価値誘発額として算出している。

## ・ 最終需要額

- ・ 民間部門(家計等)や公的部門(自治体等)による消費や投資により生み出される需要の合計額のことを言う。

## ・ 生産誘発額

## ・ 直接効果

ある産業の最終需要(観光客の消費)が発生した場合、それを満たすために関連する産業の生産が増加する。生産額が増加することによって、粗付加価値(観光客の消費を満たすための生産による雇用者所得(雇用者に支払われる賃金・俸給など)や企業の利潤等)や所得・雇用者の誘発(観光客の消費の増加によって見込まれる新たな需要に対応するための生産による所得・雇用者の増加)、税収の増加が見込まれる。これを直接効果と言う。

## ・ 一次波及効果

原材料やサービスの購入、雇用者所得の増加がもたらす新たな消費の増加によって他の産業の生産も誘発され、それによってさらに粗付加価値や所得・雇用者、税収が増加することが見込まれる。直接効果による生産のために必要な原材料やサービスの購入による各産業の生産の増加を、一次波及効果と言う。

## ・ 二次波及効果

直接効果と一次波及効果によって誘発された雇用者所得が新たな需要を発生させ、それにより各産業において新たな生産、所得・雇用者が誘発されることを、二次波及効果と言う。

## ・ 粗付加価値誘発額

- ・ 生産誘発額に粗付加価値率を乗じることにより算出され、生産活動によって新たに付加される価値を言う。

## ・ 雇用者所得誘発額

- ・ 生産誘発額に雇用者所得率を乗じることにより算出され、観光消費によって生み出される雇用者所得を言う。

## ・ 税収効果

- ・ 個人直接税、法人直接税の誘発額を合計したものを税収効果と言う。
- ・ 市町村税収入額のうち個人直接税収入額(個人市町村民税の個人均等割と所得割の合計)と雇用者所得から個人税収係数を算出し、雇用者所得誘発額と乗じることにより個人直接税の誘発額を推計する。
- ・ また、法人直接税収入額(法人市町村民税の法人均等割と法人税割の合計)と域内生産額から法人税収係数を算出し、生産誘発額と乗じることにより法人直接税の誘発額を推計する。

## ・ 雇用誘発人数






- ・ 生産誘発額に雇用誘発係数を乗じることにより算出され、観光消費によって生み出される雇用者数を言う。

## 9. まとめ

### 1. 目指すべきスノーリゾートの在り方

3.関連団体等へのヒアリング調査や5.スノーリゾートを目的としたインバウンド動向調査、6.市内スキー場を訪れたスキー客へのインタビュー調査等の結果から、目指すべき札幌スノーリゾートの在り方として、下記5つの可能性があると考えられる。

#### ■ 札幌スノーリゾートの目指す将来像(案)

-  都市観光から癒しまで提供できるスノーリゾート
  - 毎年約1,500万人の観光客が訪れる札幌市には、6つのスキー場だけではなく、約200万人の市民が生活するための商業施設や飲食店が多数集積し、さらに交通インフラも整備されている。また、定山渓には、旅館や温泉などの日本文化を感じられる都心部とは異なるエリアもある。
  - これらの強みを活かすことで、スキーだけではなく、食やショッピングなどの都市観光や癒しなどの複数の観光ニーズに応えられる世界唯一のスノーリゾートを目指す。
-  ウィンタースポーツの未経験者から本格的スキーヤーまで魅了するスノーリゾート
  - 札幌市内には、手軽に雪体験が出来るスキー場から、初心者向けのコース幅が広いスキー場、オリンピックやW杯が開催されたスキー場まであり、幅広いウィンタースポーツ需要に応えられるポテンシャルがある。
  - 各スキー場が来場者のニーズに対応する形で魅力を高めることで、スキー未経験者から本格的スキーヤーまで、あるいは家族連れや夫婦・恋人・友人までが、各々楽しみ方を見つけられるスノーリゾートを目指す。
-  ウィンタースポーツのファンやリピーターを創出するスノーリゾート
  - 札幌市には、雪体験を目的に来札しているインバウンドや、札幌で初めてウィンタースポーツを体験するインバウンドも多い。
  - そのようなインバウンドに、気軽かつ安心してウィンタースポーツにチャレンジできる環境を提供することで、新たなウィンタースポーツファンを作るだけではなく、再度札幌でウィンタースポーツを楽しみたいと思わせるスノーリゾートを目指す。
-  スキー客の道内周遊を促進するスノーリゾート
  - ニセコなど道内主要スノーリゾートには、国内周遊をする傾向が強い欧米豪のスキー客が来場している。
  - 道内スノーリゾートと連携することで、双方にはない魅力をスキー客に提供するとともに、札幌が拠点となって他スノーリゾート地への周遊を促進することができるスノーリゾートを目指す。
-  誰もがストレスフリーに過ごせるスノーリゾート
  - 観光目的で来札したインバウンドが、支払方法やインターネット環境や情報収集、公共交通機関の利用や移動に対するストレスを感じることなく、札幌観光を満喫してもらえるような観光地としての受入環境が整っているスノーリゾートを目指す。

## 2. 市内スキー場の棲み分け

先述のような札幌スノーリゾートの目指す将来像(案)を実現するためには、札幌市内スキー場がそれぞれの強みを活かした役割を担う必要があると思われる。

## ■ 札幌市内スキー場が担う役割(案)

スキー場	役割(案)
サッポロ テイネ	<ul style="list-style-type: none"> <li>サッポロテイネは、札幌と小樽の中間地点にある立地や、最新の設備やバックカントリーの整備などスキー客ニーズへの対応、札幌市内スキー場の中では比較的大きいゲレンデ規模、オリンピック開催や道内スノーリゾートとの連携などによる認知度等が強みだと考えられる。</li> <li>そのため、サッポロテイネには、札幌や小樽での都市観光を予定しているスキー客からパウダースノーを求めて国内を周遊しているような本格的なスキー客まで、どのようなスキー客であっても満足感が得られるような総合力の高いスキー場としての役割が期待される。</li> </ul>
札幌国際	<ul style="list-style-type: none"> <li>定山溪エリア付近に立地している札幌国際は、春先までパウダースノーを体験できることや、子連れ家族や初級者が安心できるコース幅の広さ、初級者から上級者まで楽しめるコースレベル等が強みだと考えられる。</li> <li>そのため、札幌国際は、(1)スキー未経験あるいは初級者のスキー客が安心してスキーにチャレンジできるスキー場、(2)定山溪エリアと連携し東アジアや欧米豪のインバウンドが高い関心を持つパウダースノーニーズと温泉ニーズも満たせるスキー場、の2つの役割が期待される。</li> </ul>
さっぽろ ばんけい	<ul style="list-style-type: none"> <li>さっぽろばんけいは、札幌都心部から30分以内という近さや早朝からナイターまでの札幌都心部とスキー場間のバス本数の多さ、欧州豪のスキー客も来場しW杯も開催されるほどのコースレベル、サロモンステーションやHTBのイベント開催など積極的な事業者との連携等が強みだと考えられる。</li> <li>そのため、さっぽろばんけいには、(1)円山動物園への訪問等の都心観光と組み合わせ可能なスキー場、(2)早朝やナイターを利用した特別プランを提供できるスキー場、(3)事業者との連携による札幌スノーリゾートのアンテナショップ的なスキー場、の3つの役割が期待される。</li> </ul>
札幌藻岩山	<ul style="list-style-type: none"> <li>札幌藻岩山は、札幌中心部から30分以内という近さや、子連れ家族や初級者が安心できるスキー専用のゲレンデとコース幅の広さ、日本新三大夜景に認定されている夜景による集客力等が強みだと考えられる。</li> <li>そのため、札幌藻岩山は、(1)ショッピング等の都心観光と組み合わせ可能なスキー場、(2)子連れ家族や初級者が安心してスキーを楽しめるスキー場、(3)藻岩山ロープウェイや山頂レストラン等の飲食店と連携した夜景スキーツアーを提供できるスキー場、の3つの役割が期待される。</li> </ul>
滝野 スノーワールド	<ul style="list-style-type: none"> <li>滝野スノーワールドは、国営公園で様々なスノーアクティビティを安価で体験出来ること、初級者でも気軽にリフト体験ができるリフト設備や補助体制等が強みだと考えられる。</li> <li>そのため、雪が初体験のインバウンドに雪遊びの楽しさや魅力を伝えることで、冬の札幌ファンやスキーにチャレンジしたい人を創出するスキー場としての役割が期待される。また、付近の札幌芸術の森美術館と連携することで、欧米豪に関心の高い芸術や文化を体験してもらうキッカケ作りができる可能性がある。</li> </ul>
フッズ スノーエリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>フッズスノーエリアは、札幌市内スキー場の中ではリフト代が安いこと、定山溪に最も近い立地であること等が強みだと考えられる。</li> <li>そのため、フッズスノーエリアは、(1)旅行予算が低めの若年層向け用のスキー場、(2)定山溪宿泊者が気軽にスキーを楽しめるスキー場、の2つの役割が期待される。</li> <li>また、フッズスノーエリアは、周辺住民や市民に愛好されており、市民利用に特化することも考えられる。</li> </ul>

## 3. 想定ターゲット

札幌スノーリゾートが想定するターゲットは、札幌市内スキー場実際に来場しているスキー客のペルソナ像と照らし合わせながら、下記のように設定できると考えられる。

## ■ 地域ごとのターゲット(案)

地域	ターゲット像と根拠	(参考)対応するペルソナ像
東アジア	<p><b>天然雪でのスキー体験に加え、ショッピングや温泉を求めている中国スキー客</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>中国からは既に多くの観光客が札幌を訪れている。</li> <li>中国国内ではスキー人口が増加しており、今後のスキー実施率は高まる可能性がある。</li> <li>また、中国国内は人工雪のスキー場が多く、札幌市内スキー場の魅力は高い可能性がある。</li> <li>中国人は、スキーだけではなく、ショッピングや温泉を求めていることが実証事業でも確認できたが、その両方を札幌市は提供することが出来る。</li> </ul>	多様な目的で来札した、スキー未経験の東アジアの家族、夫婦恋人(札幌国際に来場)
東南アジア	<p><b>雪体験を求めて来札するウインタースポーツ初体験の東南アジアのスキー客</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>来札数は東アジアに比べると多くないものの、成長性は著しく、スキー実施へのニーズも強い。</li> <li>また、次回訪日時のスキー実施希望率は4割を超え、潜在的・将来的需要が見込まれる。</li> <li>来札している東南アジアのスキー客は、東アジアよりも札幌市内に長期滞在する傾向があり、札幌でウインタースポーツファンになればリピーターとなる可能性が考えられる。</li> </ul>	雪体験を目的に来札した、道内周遊中のスキーをしない東南アジアの若い家族(滝野スノーワールドに来場)
オセアニア	<p><b>パウダースノーを求めて道内スノーリゾートを周遊しているオーストラリアの本格的スキーヤー</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>オーストラリア人の国内でのスキー実施率は冬期間に限ると6割以上と群を抜いている。</li> <li>また、オーストラリアのスキー客は道内主要スノーリゾートだけではなく、長野などの道外のスノーリゾートを周遊している可能性が高く、日本に長期滞在する傾向がある。</li> <li>札幌市内スキー場の旅行商品が既に存在しており、インタビューでも来場が確認されている。</li> </ul>	スポーツ旅行に興味がありスキーを目的に立ち寄った、道内スノーリゾートを周遊中のオーストラリアの30代以上中上級スキーヤー(サッポロテイネに来場)
欧米	<p><b>アルプスをスキー旅行先にしている欧米(特に、英国)のスキー客</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>英国は、スキー客のアウトバウンド国である可能性が高く、日本国内でのスキー実施率も上位にある。また、次回訪問時にスキー実施希望率も平均以上となっている。</li> <li>英国から道内へのアクセスは、フィンランド航空による定期便就航に伴い利便性が高まっており、アルプスへのスキー旅行の代替として、北海道が選択される可能性がある。</li> </ul>	(今回のインタビューでは該当する属性のスキー客はいなかった)

## 1. 取組の方向性(1/2)

目指すべきスノーリゾートの在り方を実現するためには、スキー場の魅力向上やリゾート一体となった周遊促進、推進体制・連携体制の強化および受入環境整備の3つの基本方針が必要になると考えられる。

### ■ 行政施策を見据えた実施事業(案)

基本方針1	基本方針2	基本方針3
<p>ウインタースポーツ未経験者から本格的スキーヤーまで満足できるスキー場の魅力向上</p>	<p>新たな冬の観光コンテンツ創出やエリア内事業連携による、リゾート一体となった周遊促進</p>	<p>持続的・発展的なスノーリゾートを形成するための推進体制・連携体制の強化と受入環境整備</p>
<p><b>1. インバウンドニーズに対応した設備・サービス開発</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>初級者向けコースの拡大、リフト設置</li> <li>未経験のインバウンドファミリー向けのレッスン</li> <li>スキー以外でもスキー場内で楽しめるスノーアクティビティや飲食店の充実</li> </ul> <p><b>2. 未経験者でも気軽に楽しめるキッカケ作り</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>都心部やホテルからスキー場までのシャトルバス等の直行可能な交通アクセス手段の確立</li> <li>ウインタースポーツ魅力発信拠点の設置</li> <li>スキー場内でのフードフェスなどスキー以外での集客作り</li> </ul> <p><b>3. スキー場の稼働率の向上</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>グリーンシーズンのコンテンツ造成</li> <li>ナイター時間の有効活用</li> <li>雪不足による営業リスクを低減するための人工降雪機の導入</li> </ul>	<p><b>1. 周遊促進に向けた観光コンテンツの創出</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スキーと温泉と観光資源を組み合わせた市内周遊モデルコース策定とツアー化</li> <li>冬のみ体験出来るナイトタイムエコノミーの充実</li> </ul> <p><b>2. 周遊促進に向けたインフラ整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スキー場と観光・商業施設を周遊する観光バス等の交通アクセス手段の確立</li> <li>周遊対象施設で共通で使用可能なICや地域通貨など決済手段の構築</li> <li>観光施設の割引情報やイベント情報発信など観光客向けの旅ナカ情報発信ツール作成</li> </ul> <p><b>3. リゾートエリア単位での一体プロモーション強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>雪まつり後のウインタースポーツイベントの開催</li> <li>定山溪エリアでの一体感のあるプロモーション</li> </ul>	<p><b>1. スノーリゾート専門組織による継続的な推進活動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドスキー客ニーズ調査等のマーケティング活動の一体的な取組</li> <li>スキー場における用途地域等の規制緩和や、宿泊税導入に向けた検討</li> </ul> <p><b>2. インバウンドがストレスを感じない環境整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スキー場内を含むスノーリゾート内のキャッシュレス化の促進</li> <li>公共交通機関の乗り換えやフリーWi-Fi情報等の札幌滞在中に必要な情報提供の強化</li> </ul> <p><b>3. 道内主要スノーリゾートとの連携強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>他スノーリゾートとのシャトルバス運行による高通アクセス手段の確立</li> <li>北海道スノーリゾートのブランド化を狙った共同プロモーション</li> <li>共通チケット等による相互送客の仕掛け作り</li> </ul>



## 1. 取組の方向性(2/2)

来年度は、本調査結果を踏まえたスノーリゾート推進計画の策定フェーズであると理解している。スムーズに実行フェーズに移るためには、SAPPORO SKI AREA CONSORTIUMを中核とした推進協議会を設立し、関係者間で合意形成を図りながら進める必要があると考えられる。また、実行フェーズに向けては、スノーリゾート推進に特化した観光地経営組織(DMO)の必要性を検討する必要があると考えられる。

### ■ 事業推進ステップと運営組織体

#### Step 1 (短期)

##### 推進組織の立ち上げと スノーリゾート推進計画の策定

- 札幌市がスノーリゾートを推進していくため、推進協議会を設立し、関係者間での課題、要望等を整理し、推進計画を策定
- 推進上で課題となるテーマは事業者と連携し解決の方向性を議論
- また、DMO化の必要性や設立に向けた要件の検討

#### Step 2 (中期)

##### 推進計画の実行によるスノーリゾート ディスティネーションとしての知名度向上

- 協議会(またはDMO)が推進計画の管理(マネジメント)主体となって、スノーリゾート形成に向けた関係者間の調整をして、下記の事業を推進
  - ✓ 事業者連携の推進
  - ✓ 冬季観光客の受入体制構築(エリアマネジメント)の取組み
  - ✓ 札幌市内の冬季観光海外プロモーションやインバウンドの動向情報収集(マーケティング)

#### Step 3 (長期)

##### 機能統合によるオールシーズンの 観光地経営の着手

- スノーリゾート推進と、他の観光施策を一体となって進めていくため、関連組織の重複機能を集約・整理し、札幌の観光戦略を推進  
※下記は組織体案
  - ✓ 市内の各観光関連団体(国際プラザ、さっぽろグローバルコミッション等)の包括組織として札幌DMO(仮称)を設置
  - ✓ スノーリゾートDMO(仮称)はその傘下に加わり、札幌の冬季シーズンのマネジメント/マーケティング主体として機能

(短期:1~2年、中期:3~9年、長期:10年~)

## 2. 推進組織体(1/2)

協議会の設立目的や運営期間、組織体系の素案を下記の通り整理した。

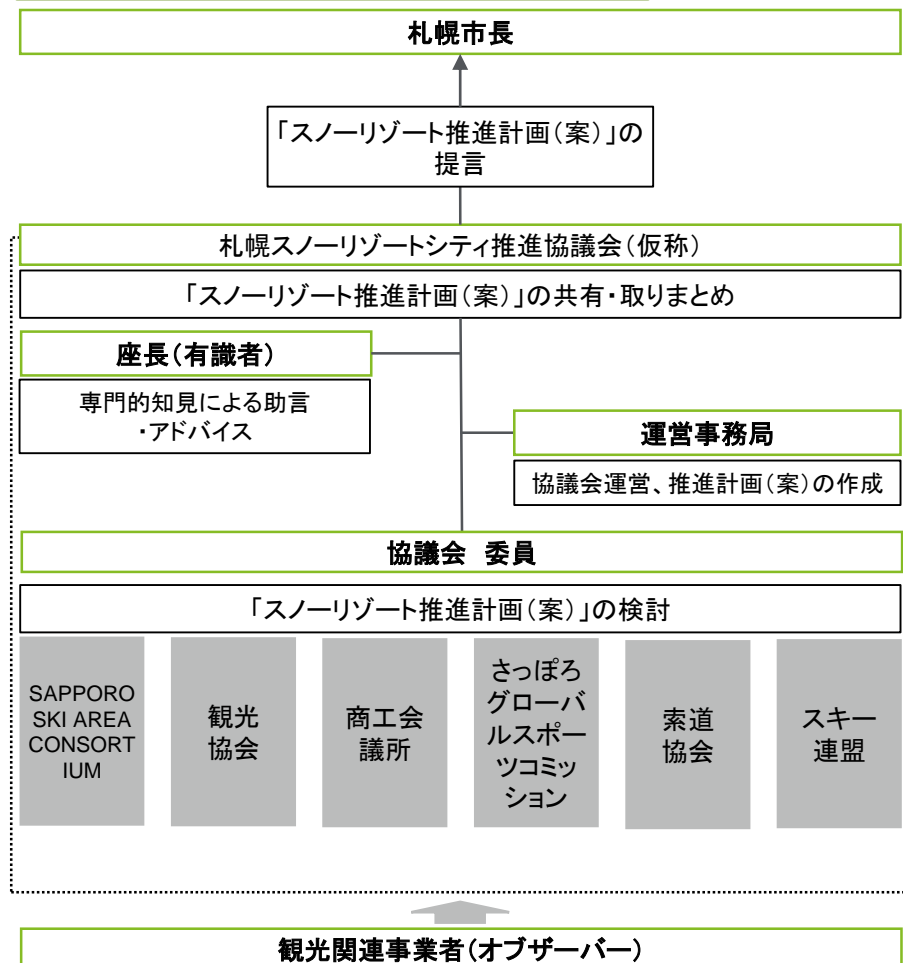
### ■ 協議会の設立目的(案)

- 札幌市の長年の課題である通年型観光を実現するためには、「世界に誇れる雪の街」としての魅力と「国際観光都市」としての魅力が融合した、街全体で冬を楽しむ、札幌市ならではの都市型スノーリゾートを形成し、世界で唯一の「スノーリゾートシティ」としてのブランド化を図ることが重要である。
- 今後、札幌市がスノーリゾート・ディスティネーションとしての知名度を高めていくためにも、冬季観光に特化した観光地経営組織(DMO)の立ち上げ、戦略的にマーケティング・マネジメントを行っていくことを視野に検討を行っているところである。
- 札幌スノーリゾートシティ推進協議会(仮称)では、札幌市全体でスノーリゾートを推進していくため、関係者が一丸となって実行していくための「スノーリゾート推進計画(案)」を取りまとめる事を目的とする。

### ■ 運営期間(案)

- 令和2(2020)年4月～令和4(2022)年3月(2年間)  
※スノーリゾート推進計画を実行する主体(スノーリゾートDMO)が設立次第、協議会を解散することを想定。なお、同協議会メンバーは観光地経営組織(DMO)に合流し、計画に向けた実行者としての役割を担う。

### ■ 組織体系/関係者の役割(案)



## 2. 推進組織体(2/2)

推進計画の実現性・実効性を高めるためには、官民が参加する部会を設けて検討テーマごとに議論する必要があると考えられる。また、議論の内容を深め、事業者の意見を引き出し合意形成を図るためには、各テーマの基礎調査や論点整理、会議のファシリテートを行う役割も必要になると思われる。

### 協議会の運営方法

