

訪日外国人の道内周遊・滞在実態

2024年11月7日





とおやま ゆうき

遠山 祐基

じゃらんリサーチセンター 北海道エリアプロデューサー



略歴

北広島市出身▶北海道大学▶株式会社リクルート入社。

採用領域の法人営業・CRM構築業務などを経て、観光地域づくり業務に長年取り組む。

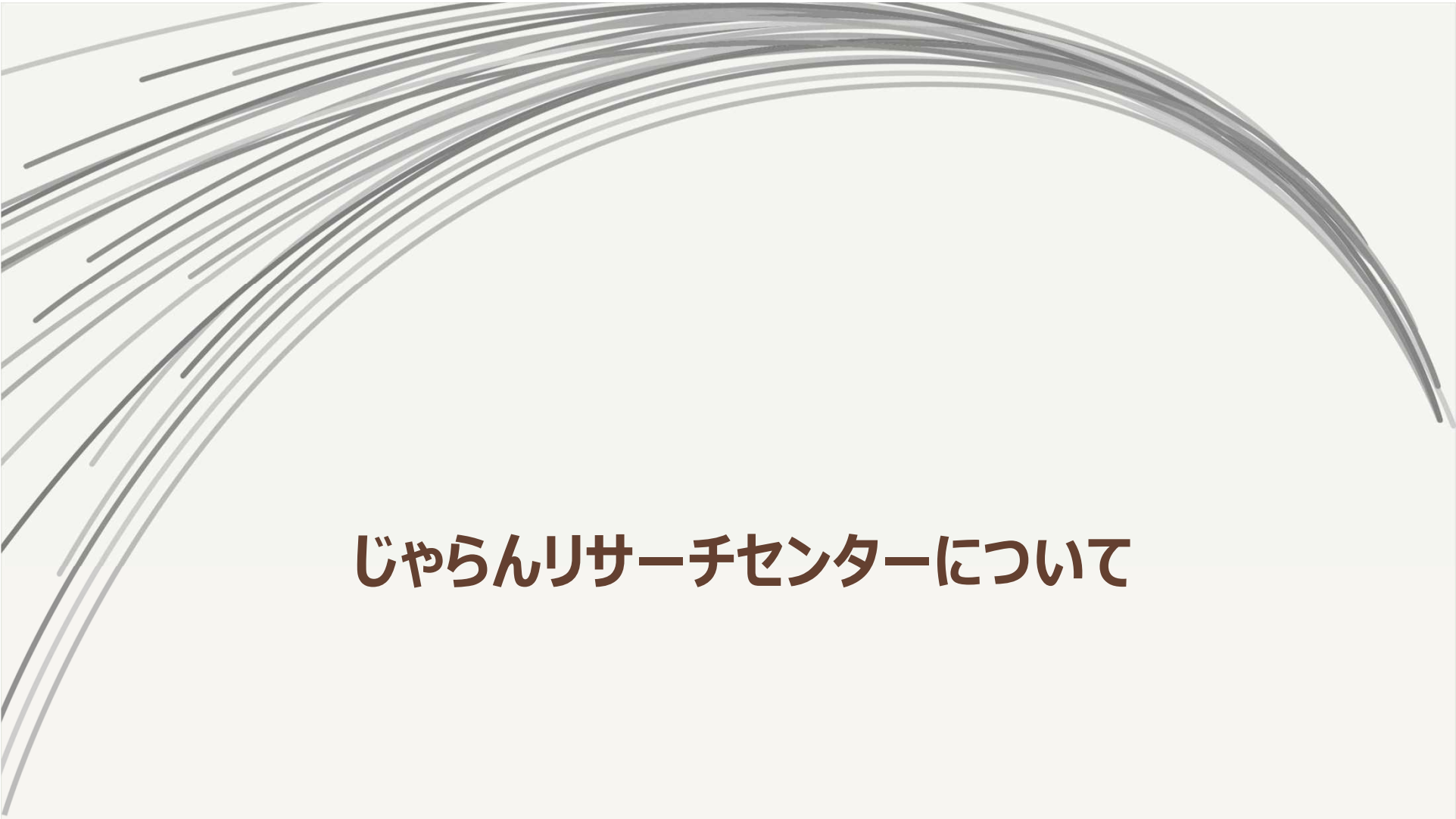
東日本エリアを中心に観光・農水・移住定住系のプロジェクトに多数従事。

観光コンテンツ・ご当地グルメの造成、グリーンツーリズム促進（農泊受入整備等）、
各種動態調査の設計・運用、自治体の上位計画策定や各種審議員業務等に携わる。

国内旅行業務取扱管理者資格保有。

趣味は、コンサドーレ札幌の全力応援（ホーム&アウェイ）、宿泊施設の存続に係る要因研究、鉄瓶を集めて白湯をつくること。

年150泊の出張族、道内各地を練り歩いています。



じゃらんリサーチセンターについて



“地域内消費額最大化”を命題とし、国内のみならず、
インバウンドのデータを取得・分析し打ち手に繋げる事業も多数展開



じゃらんグローバル集客サービス 約500社の海外OTA/旅行代理店を経由して国内宿が予約可能に

データ分析によるコンテンツ提案や、提供する事業者をサポートするための経営・業務支援サービスの提供

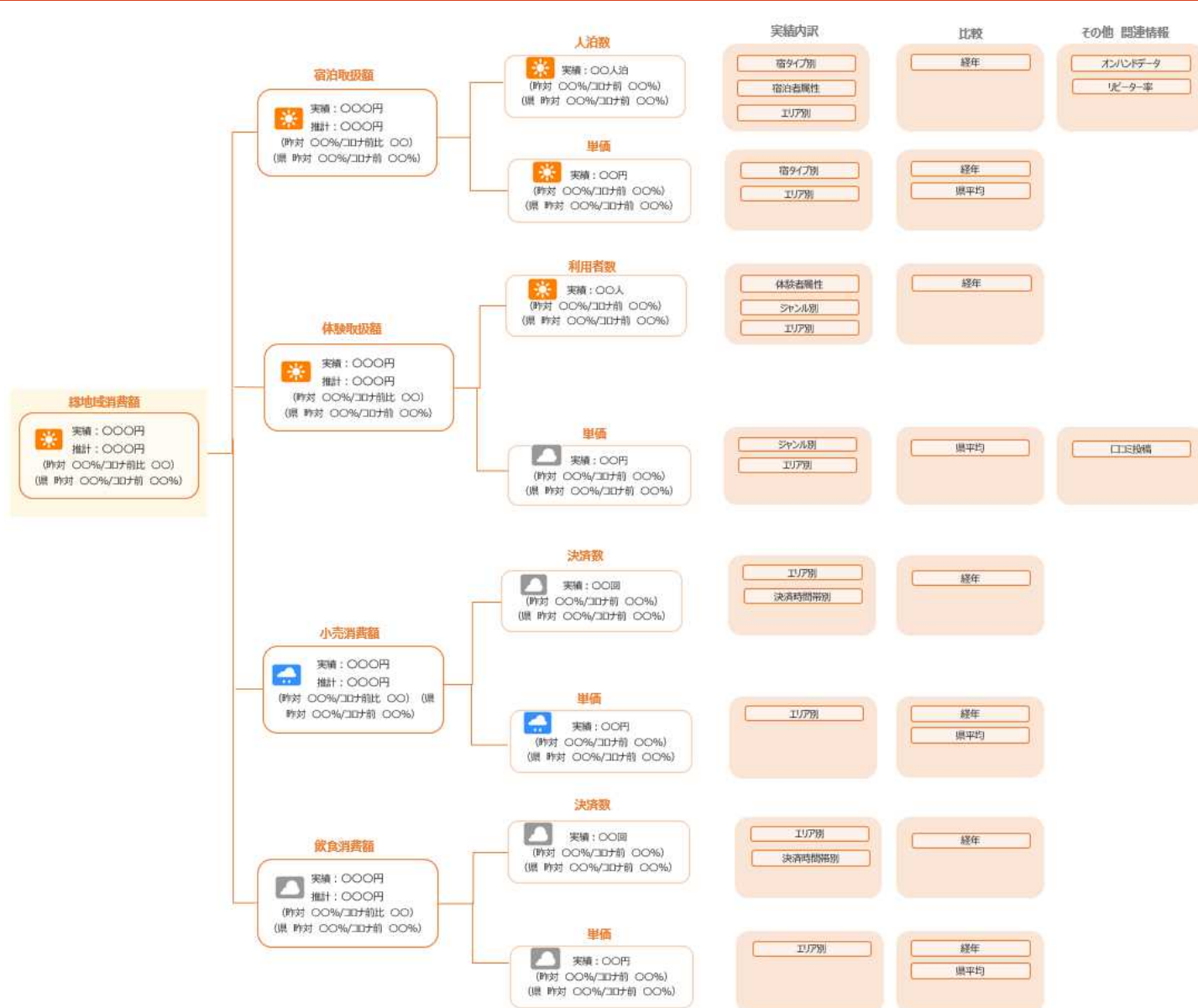


上記のサービスにより発生したデジタル消費データをまとめたデータプラットフォームを、自治体・DMOに提供

「じゃらんリサーチセンター」について(2) 地域消費額を因数分解し、打ち手に繋げる



上記のサービスにより発生したデジタル消費データをまとめたデータプラットフォームを、自治体・DMOに提供





● 宿泊エリアでの追加消費行動・金額、IN・OUT時間

<道外エリアの周遊を除く>

■ 主な宿泊エリアでの追加消費行動（複数回答）、平均金額（数値回答）、消費額（推計値）

■ 宿泊エリアに到着した時間・
出た時間、
宿泊数（1泊）
（それぞれ
単一回答）

※各県への旅行件数ベース

※各県への旅行件数ベース

※全体の1.0%トリム平均、
かつ、有効回答

※追加消費行動・・・主な宿泊エリアに着いてから出るまでの間に、宿泊費、バック料金に含まれていない活動を実施した割合。

※平均金額・・・「1回目に支払った大人1人分の金額」の平均。「買い物」と「移動」は、「旅行中に支払った総額の大人1人分の金額」の平均。0円は含まない。

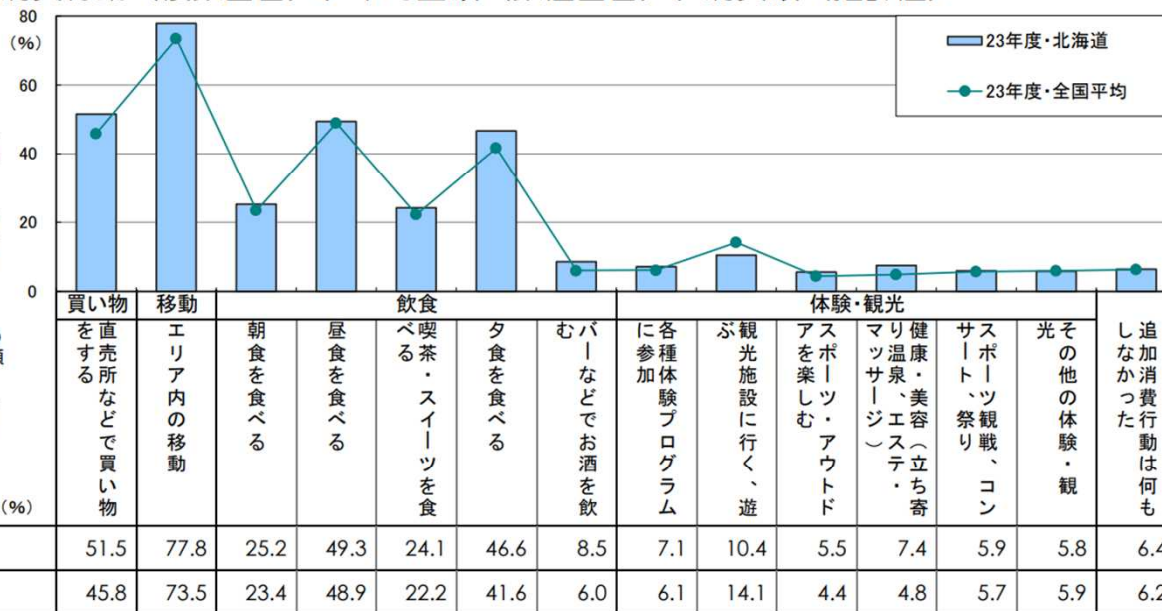
※追加消費額推計の算出方法・・・

①回答者それぞれについて、各追加消費行動の回数×1回目の単価で各追加消費行動の消費額を算出。

②追加消費行動の平均消費額をそれぞれ算出。

③追加消費行動の平均消費額に、各追加消費行動の実施者数を乗じて、宿泊エリアでの消費総額を推計。

単位(%)



追加消費行動	23年度・北海道	51.5	77.8	25.2	49.3	24.1	46.6	8.5	7.1	10.4	5.5	7.4	5.9	5.8	6.4	
	23年度・全国平均	45.8	73.5	23.4	48.9	22.2	41.6	6.0	6.1	14.1	4.4	4.8	5.7	5.9	6.2	
平均金額(円)	23年度・北海道	8,960	9,750	1,530	2,380	1,630	4,680	5,600	4,990	4,190	9,810	2,790	6,450	2,870	※金額は、2023年度・北海道の調査結果を基に、2023年度・全国平均の調査結果を推定したものである。	
	23年度・全国平均	6,230	7,050	1,380	2,050	1,390	4,060	5,200	3,650	5,970	6,530	2,400	8,300	3,330		
追加消費額推計(億円)		23年度・北海道	425.8	700.0	74.5	253.5	71.7	423.6	63.1	38.2	63.9	62.5	26.7	38.9	22.5	→ 総額

※金額は十の位までの四捨五入で示している

例) 消費額目標：1兆円(2030年)

➤消費単価向上：

➤道内客：+5,051円

➤道外客：+6,266万

➤海外客：+34,394万

■ 地域で、どの因数を増加させるか？

夕食を食べる：4,680円 / バーでお酒を飲む：5,600円 @宿泊・飲食

体験プログラムに参加：4,990円 @体験施設

直売所などで買い物をする：8,960円 @小売店舗



象徴となる道内スポットを一体となって“担ぎ上げ”
その周辺施設にもドライブ周遊を促す ヒントをお持ち帰りいただく

STEP01 訪日外国人の道内周遊の実態を把握する



- マクロ観点：道内の広域周遊に関する実態を把握する
- ミクロ観点：道内の各エリアにおける人気スポット・象徴となるスポットを把握する

STEP02 データから見る、道内ドライブ周遊を促進する上で外せない“4つ”の制約



- ・制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている
- ・制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する
- ・制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を
- ・制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

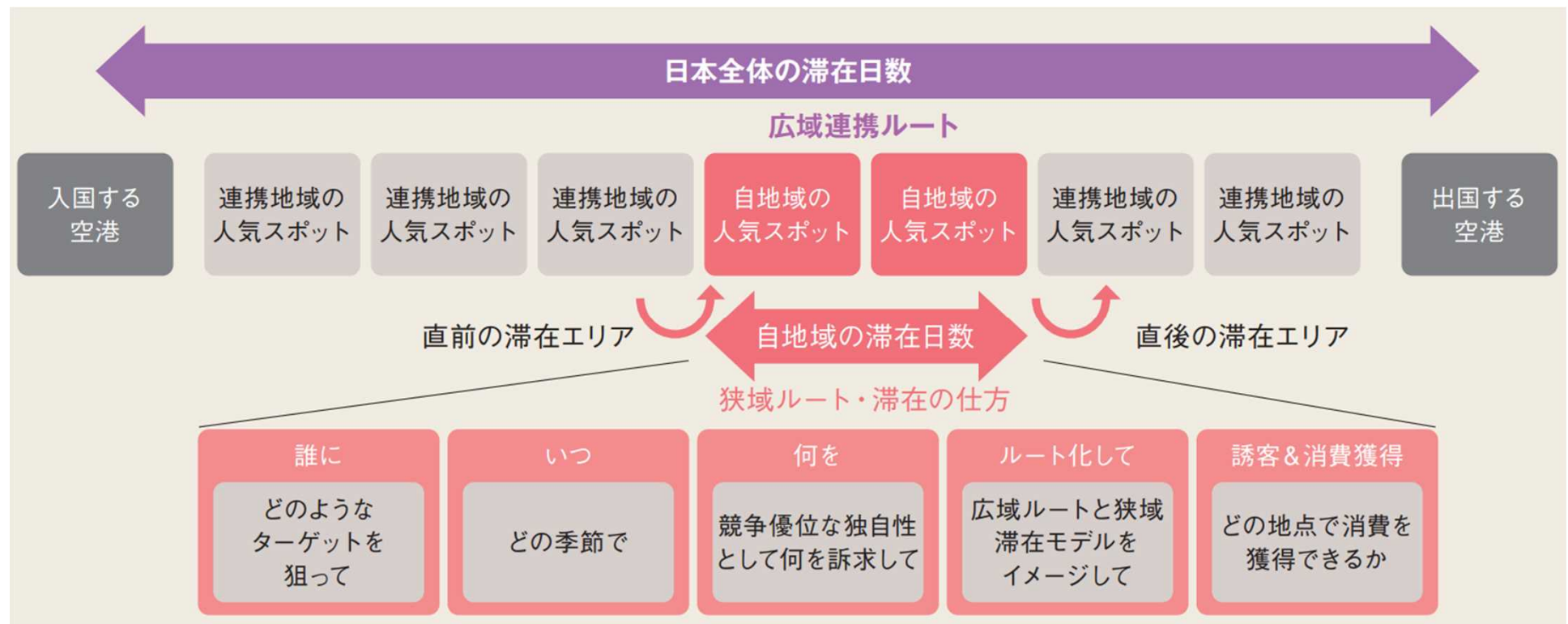
STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



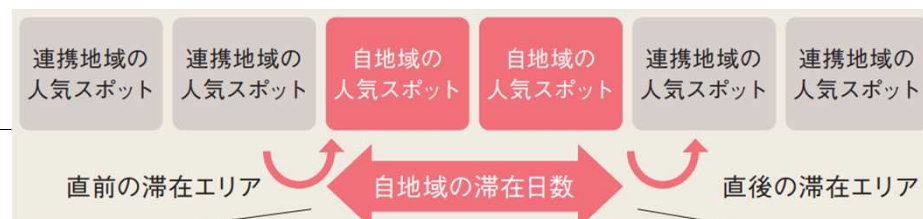
- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる



ターゲット国/圏域を定め、日本全体の滞在日数・北海道の滞在日数から逆算し、
どんな競争優位性を訴求し、自地域に何日滞在してもらうかを“現実的に”考える べきである

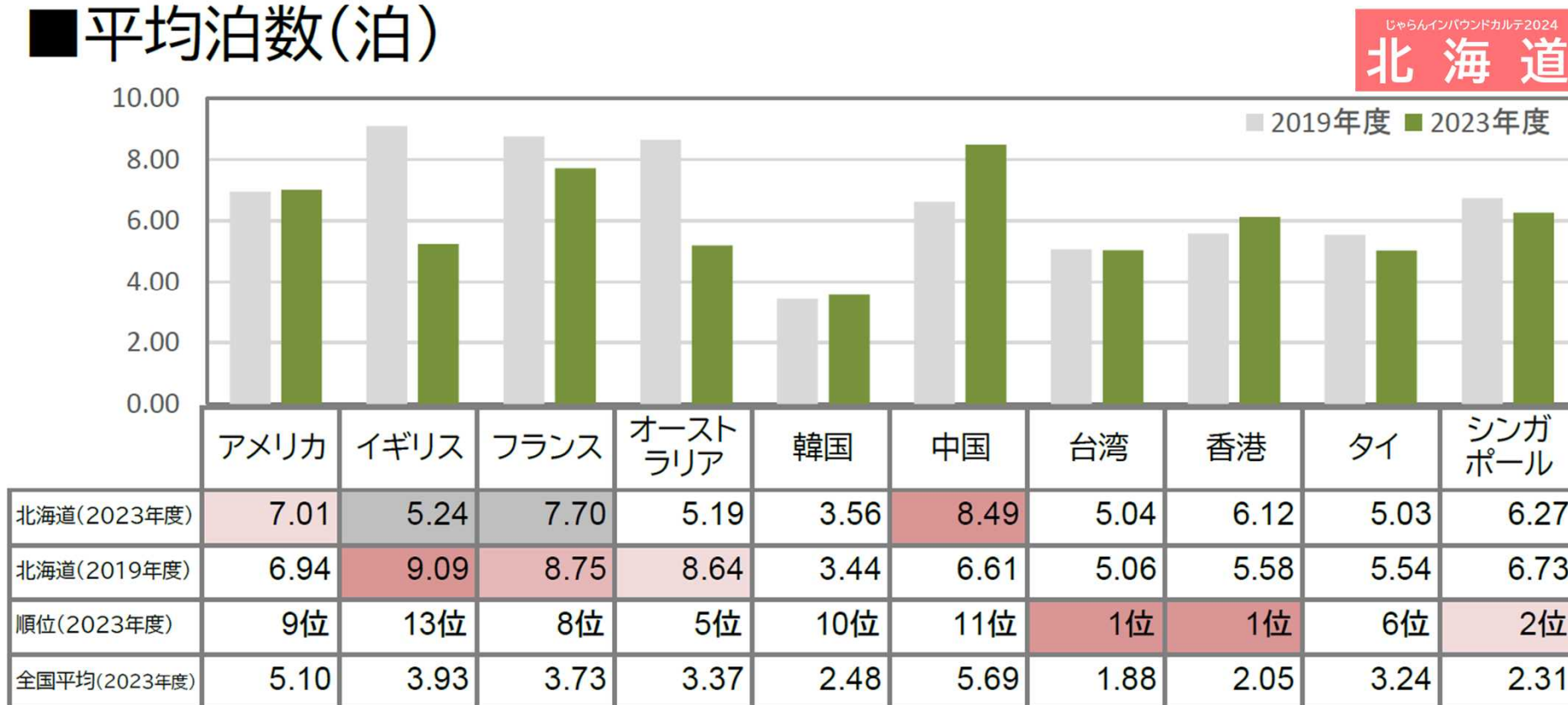


【滞在日数の“サイズ”を再認識する】
各国の旅行者は、北海道に何泊するのか？



2023年度実績で、韓国は3.56泊と短く、台湾は5.04泊、中国は8.49泊と長い。

平均泊数(泊)

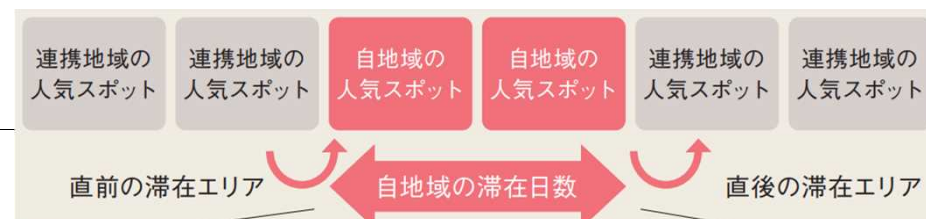


【各指標出典元】

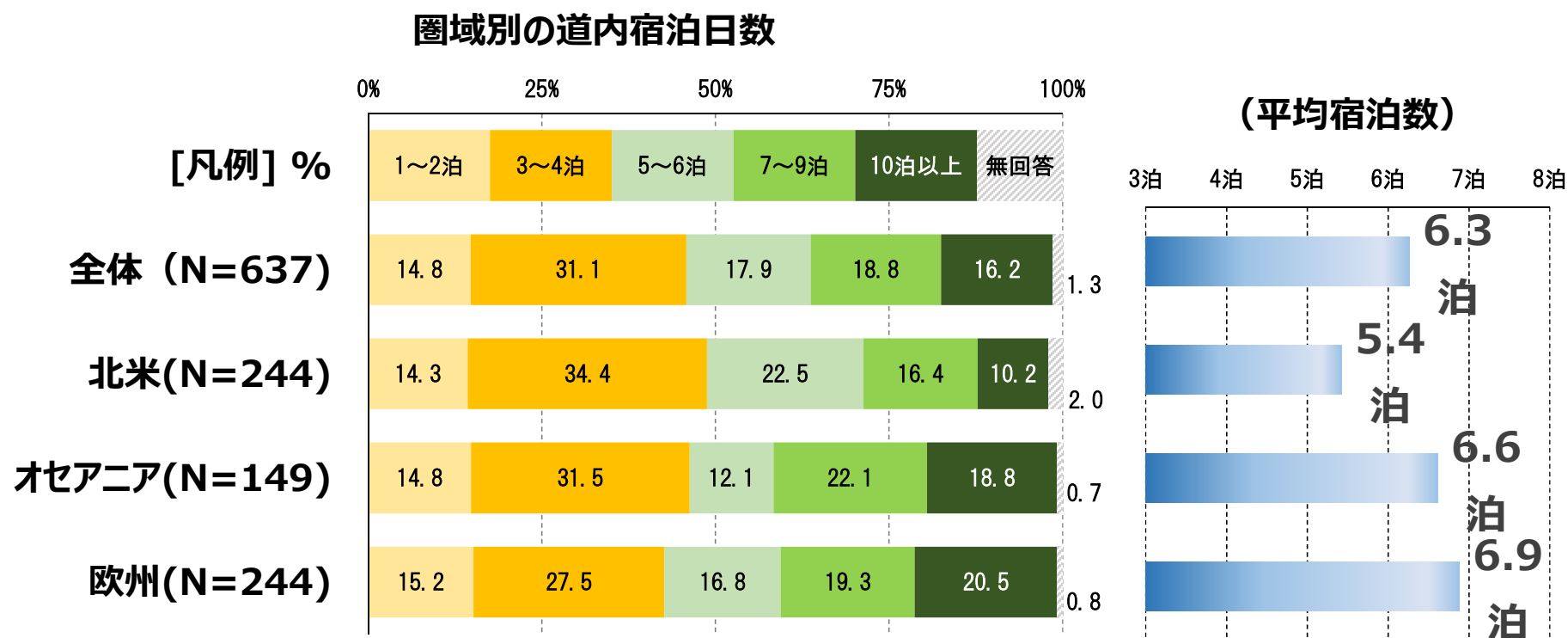
訪問率	2023年度 旅行・観光消費動向調査(観光庁調べ)
消費単価	2023年度 旅行・観光消費動向調査(観光庁調べ)
平均泊数	2023年度 旅行・観光消費動向調査(観光庁調べ)
延べ宿泊者数	2023年度 宿泊旅行統計調査(観光庁調べ)
空港利用人数	2023年度 出国管理統計表(出入国在留管理庁調べ)
新幹線駅数	2023年度 都道府県別新幹線停車駅数

※旅行・観光消費動向調査は、2023年1～3月は調査未実施のため、2023年4～12月を対象にしたデータで集計
※消費単価と平均泊数に関しては、元データの回答数が30に満たない場合は「グレー色」で網掛けとする

**（参考）【滞在日数の“サイズ”を再認識する】
各国の旅行者は、北海道に何泊するのか？**



**2024年度4-6月 道内7空港での実地調査（637サンプル）において、
欧米豪からの旅行者は 平均6.3泊 北海道に宿泊している結果となった。**



市場別の全国主要周遊ルート概要MAP (2023年1～12月分)

入国する
空港

連携地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

自地域の
人気スポット

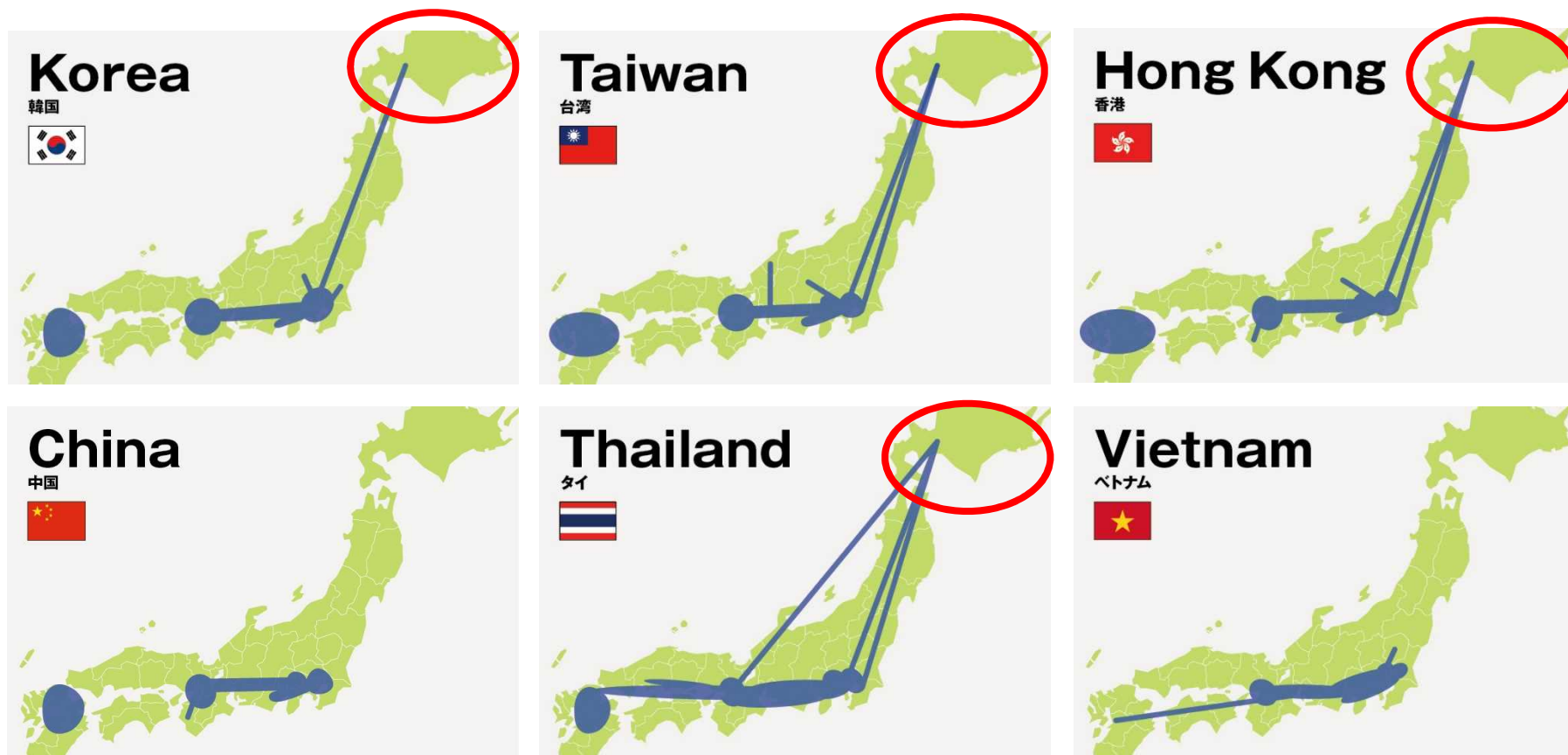
自地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

出国する
空港

2023年1～12月の宿泊実績（ログ）をベースに、
日本国内の周遊ルートの組み合わせをランキング化し、上位20までのルートを地図化



市場別の全国主要周遊ルート概要MAP (2023年1～12月分)

入国する
空港

連携地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

自地域の
人気スポット

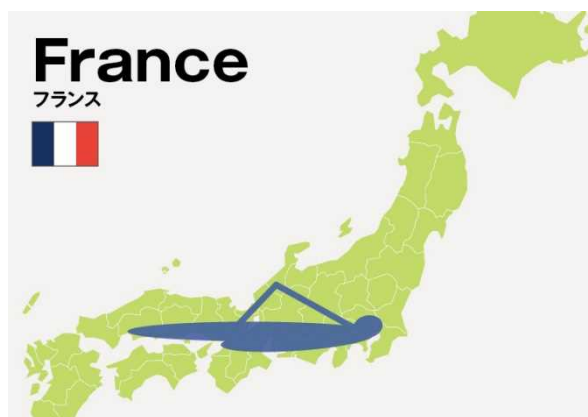
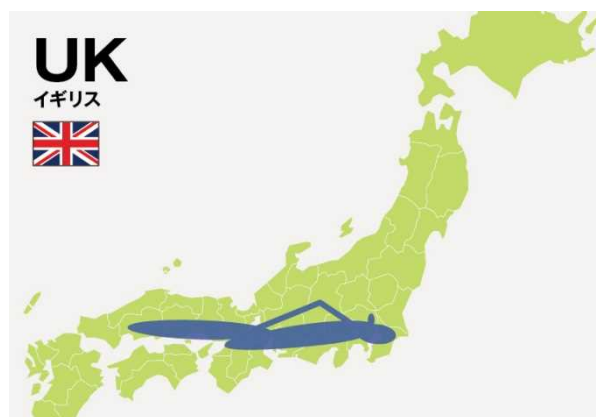
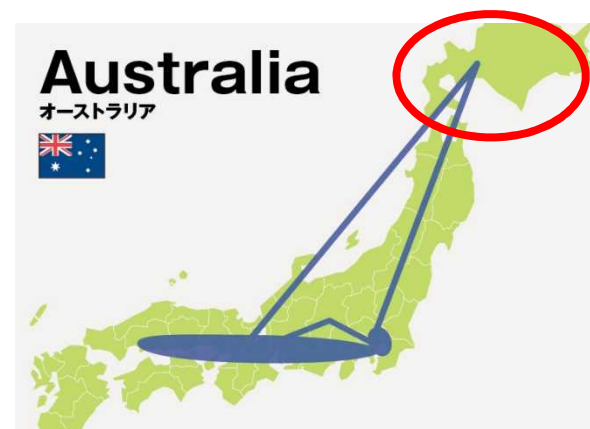
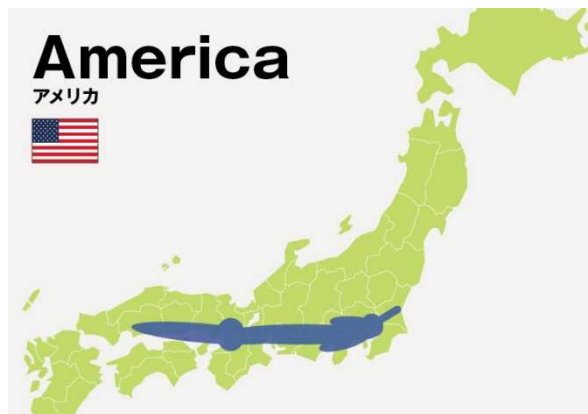
自地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

連携地域の
人気スポット

出国する
空港

2023年1～12月の宿泊実績（ログ）をベースに、
日本国内の周遊ルートの組み合わせをランキング化し、上位20までのルートを地図化

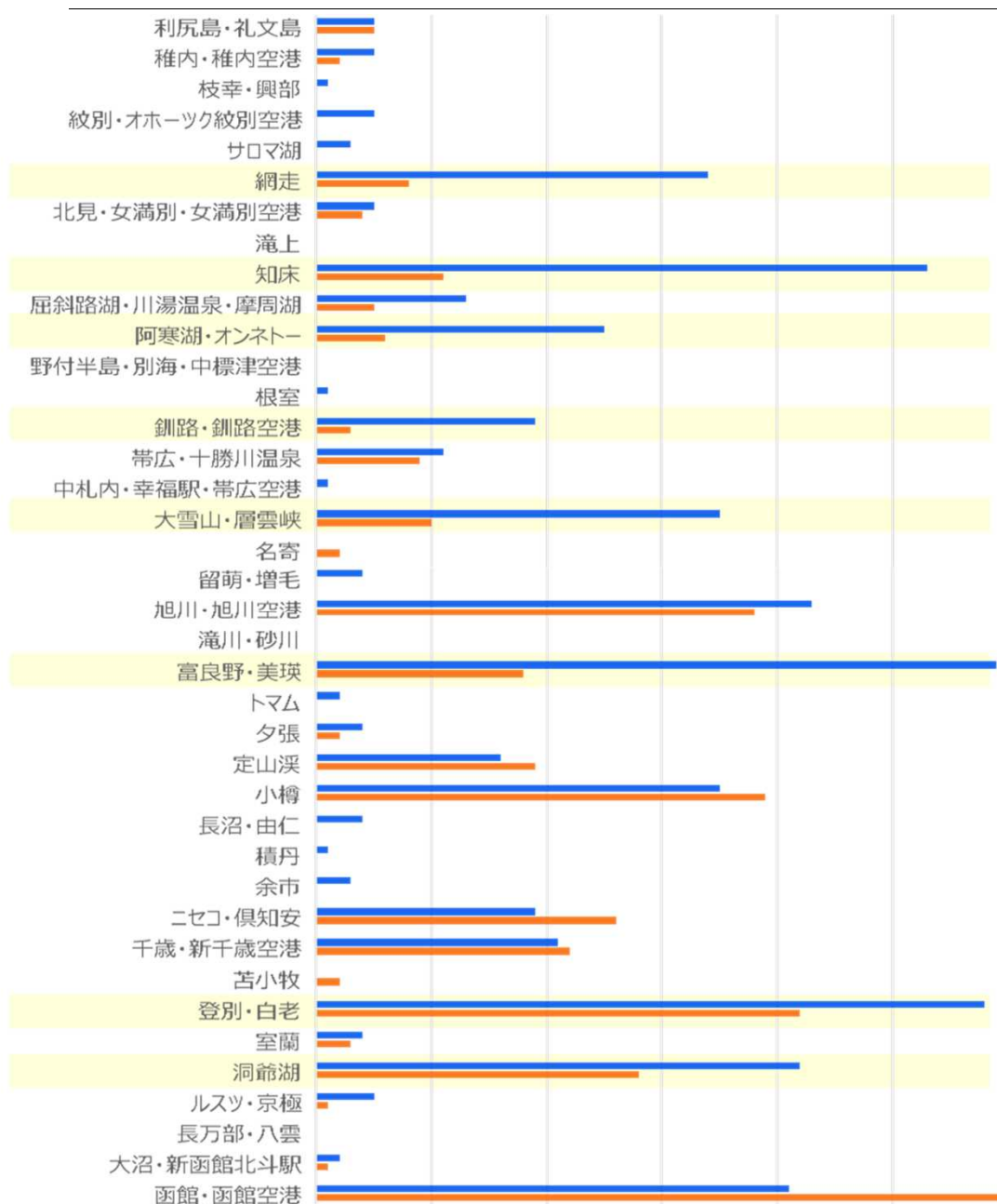




出典：2023年プログウォッチャー調査「デジタル観光統計（訪日版）」
2023年1～12月、1kmメッシュ、メッシュ別平均月間来訪者数70で台湾市場を抽出

*札幌エリアを除く

(参考) 道内で宿泊した地域における、レンタカー利用有無の差分 (2024年4-6月_欧米豪637名サンプル)



レンタカー非利用者よりも
レンタカー利用者の方が
多く宿泊しているエリア

- ・網走
- ・知床
- ・阿寒湖
- ・釧路
- ・大雪山/層雲峡
- ・富良野/美瑛
- ・洞爺湖
- ・登別/白老 (次項)

○ : レンタカー利用者

× : レンタカー非利用者

登別駅・登別温泉周辺への来訪者が存在し、多くはJRで登別駅に到着し、そのまま登別温泉街へ向かい滞在している傾向が見られる。

ウポイへの周遊は見られず、
主要観光スポット（＝登別温泉）のみを訪問する傾向が見られる。



オセアニア【登別・白老エリア】2024年4-6月来訪

誰に
どのような
ターゲットを
狙って

いつ
どの季節で

何を
競争優位な独自性
として何を訴求して

ルート化して
広域ルートと狭域
滞在モデルを
イメージして

誘客と消費獲得
どの地点で消費を
獲得できるか

登別温泉周辺への直接来訪者が多く（＝レンタカーで直接INしている可能性が示唆される）
登別駅周辺は少ないながらも存在、ウポポイへの訪問者も一定見られる。



出典：ナビタイムジャパン「インバウンドGPSデータ」

登別駅周辺の来訪者が多く（＝JR利用者が多い）、
温泉街やウポポイへの周辺周遊も多く行われている。

自力で**興味のある周辺スポットを“旅ナカ”で探り、**
訪問する傾向がある欧州市場旅行者の特徴が強く出ている。



A horizontal number line is shown with tick marks at 0, 25, 50, 75, and 100. The segment between 0 and 25 is shaded in light blue.

A horizontal number line is shown with tick marks at 0, 0.25, 0.5, 0.75, and 1. Point A is marked at 0.25, point B is marked at 0.5, and point C is marked at 0.75. The segment from 0 to 0.25 is shaded orange, and the segment from 0.25 to 0.5 is shaded yellow.

“北海道”に関連し、SNSで投稿されやすい内容は？

誰に どのような ターゲットを 狙って	いつ どの季節で	何を 競争優位な独自性 として何を訴求して	ルート化して 広域ルートと狭域 滞在モデルを イメージして	誘客と消費獲得 どの地点で消費を 獲得できるか
------------------------------	-------------	-----------------------------	--	-------------------------------

登別温泉、さっぽろ雪まつり、定山溪、大雪山、富良野の花、
スキーと貸し切り露天温泉、カニ料理、滞在期間の周遊のコツ・道内アクセス攻略法などが多く見られた。

■温泉・湯治



	話題量	話題量比率	スコア
アメリカ	5位	-	12位
イギリス	6位	20位	14位
フランス	15位	15位	17位
オーストラリア	3位	19位	6位
韓国	2位	-	5位
中国	2位	14位	3位
台湾	2位	-	3位
香港	2位	-	8位
タイ	6位	15位	6位
シンガポール	2位	14位	2位

■庭園・花



	話題量	話題量比率	スコア
アメリカ	6位	16位	8位
イギリス	5位	20位	11位
フランス	3位	2位	3位
オーストラリア	5位	-	17位
韓国	5位	-	20位
中国	4位	20位	8位
台湾	5位	-	12位
香港	4位	15位	5位
タイ	5位	12位	5位
シンガポール	3位	8位	5位

■伝統行事・祭体験・武道体験



	話題量	話題量比率	スコア
アメリカ	6位	14位	10位
イギリス	5位	13位	8位
フランス	3位	11位	7位
オーストラリア	2位	10位	4位
韓国	3位	-	4位
中国	4位	-	12位
台湾	5位	-	-
香港	4位	14位	9位
タイ	4位	8位	7位
シンガポール	3位	9位	5位

■高速列車・ローカル線

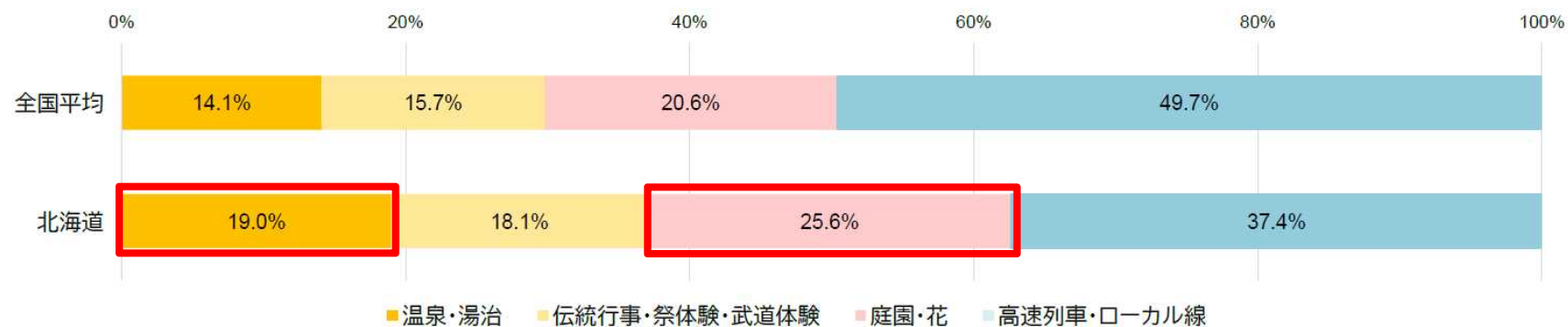


	話題量	話題量比率	スコア
アメリカ	7位	-	20位
イギリス	8位	-	-
フランス	4位	-	15位
オーストラリア	4位	-	20位
韓国	6位	-	-
中国	5位	-	12位
台湾	4位	-	20位
香港	4位	-	17位
タイ	6位	13位	6位
シンガポール	4位	-	20位



「温泉・湯治」「伝統行事・祭体験・武道体験」「庭園・花」が話題量として多い。

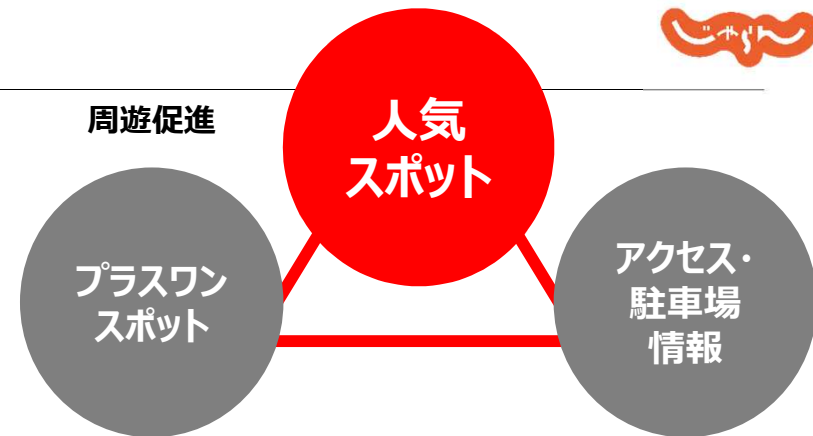
■話題量内訳(10市場総合)



訪日外国人における“道内人気訪問スポット”はどこか？

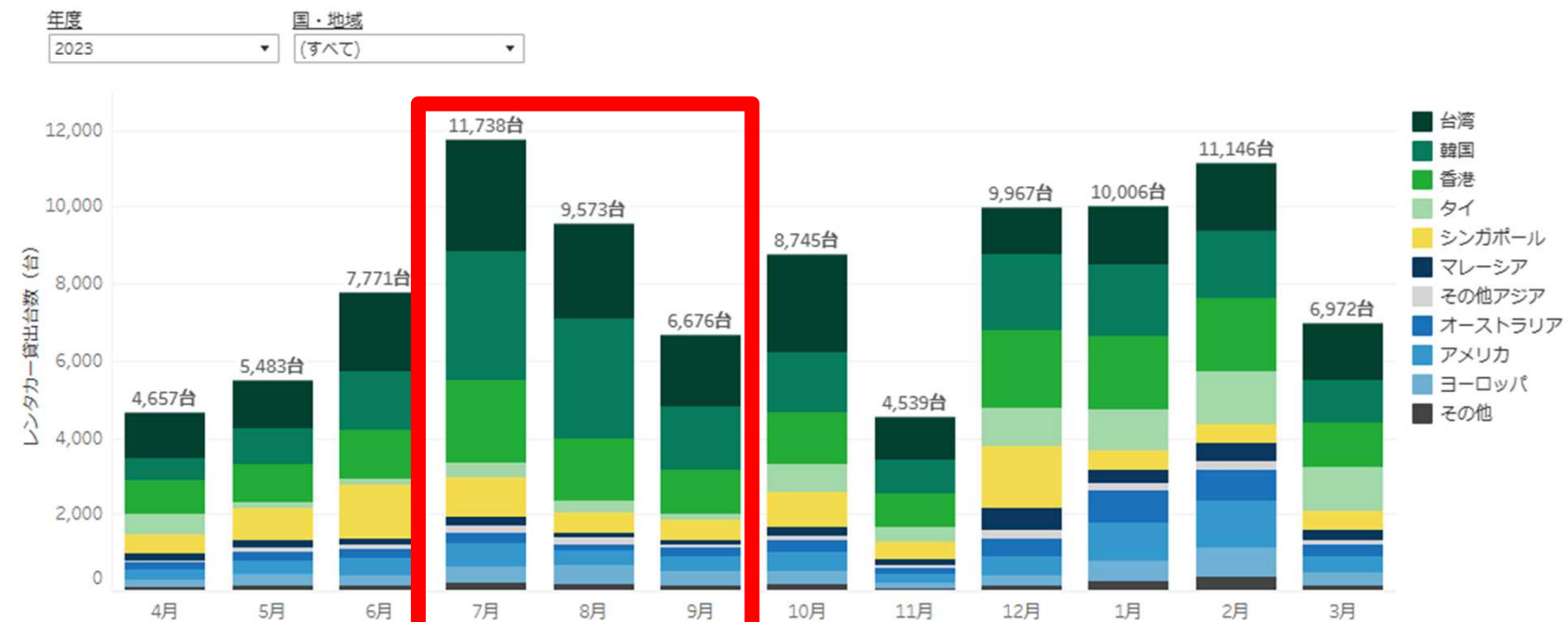


外国人レンタカー利用が高まる7-9月の 圏域別訪問スポットを見てみましょう (2024年_直近最新データ)



©北海道観光機構

外国人レンタカー利用実績 (2023年度)



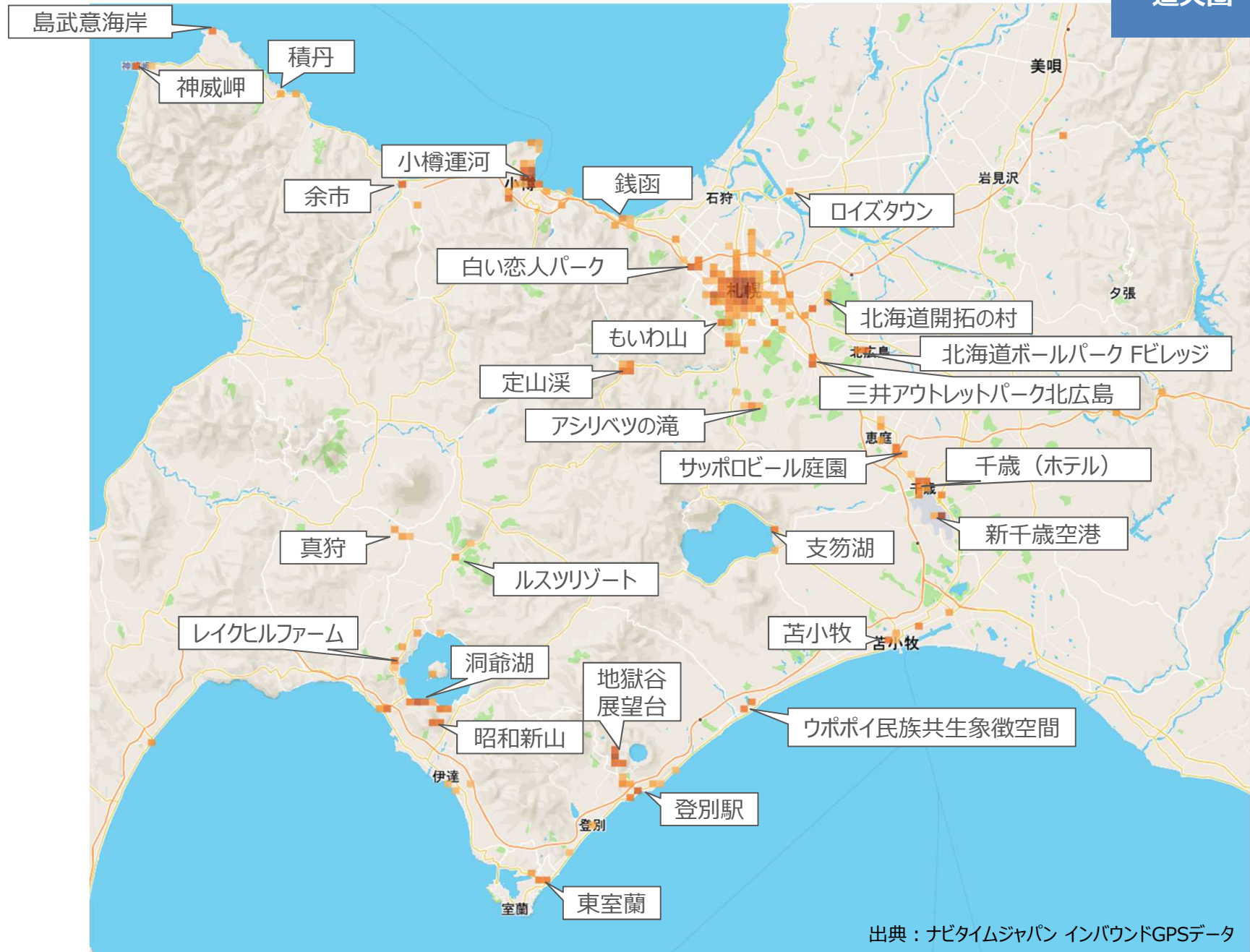
データ更新日: 2024/08/01

出典: 北海道地区レンタカー協会連合会 (ヒアリングデータ)

(2024年7月～2024年9月・全国籍)

圏域内での滞在場所

道央圏 全国籍



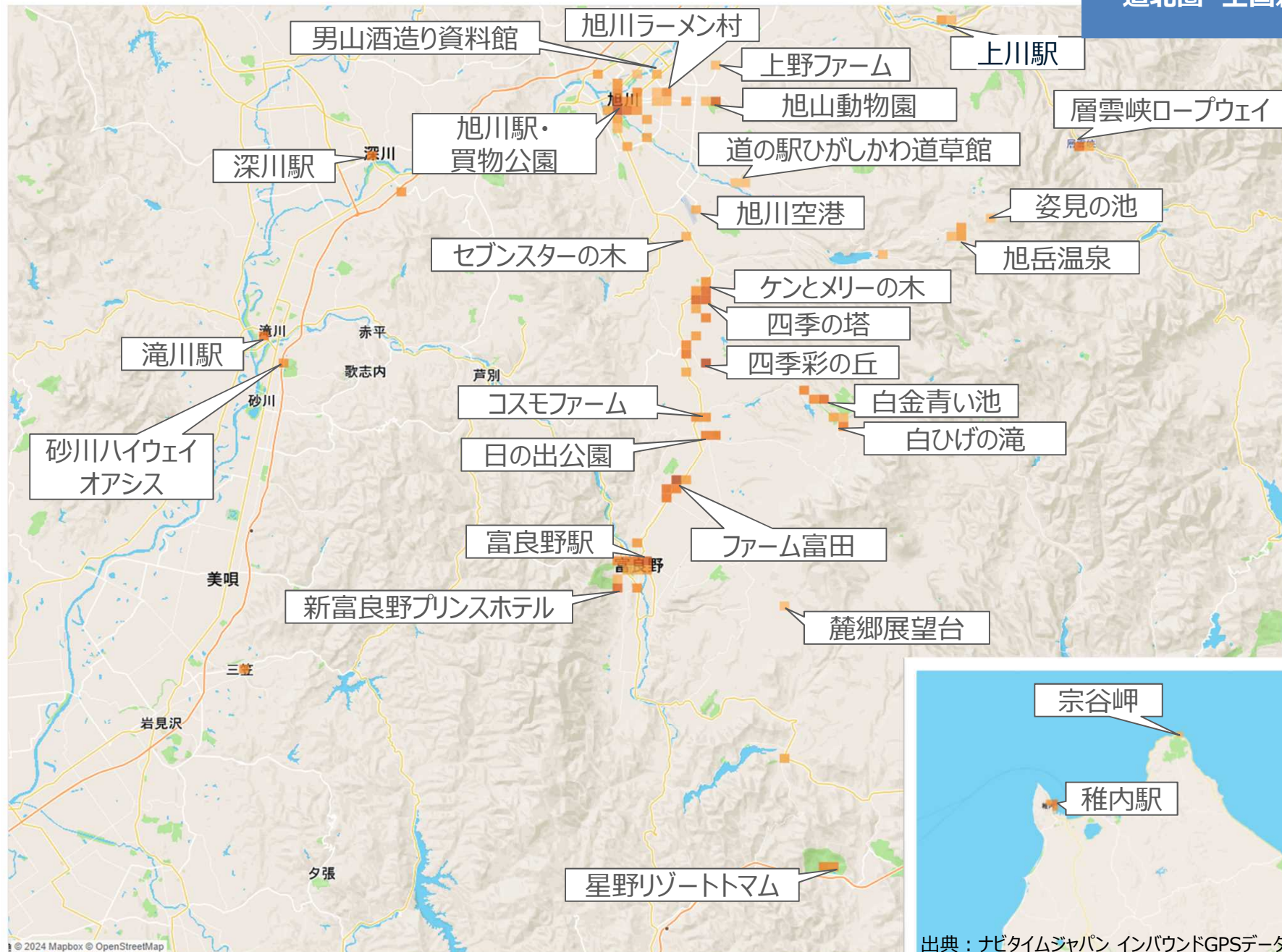
圏域内での滞在場所

道南圏 全国籍



圏域内での滞在場所

道北圏 全国籍







象徴となる道内スポットを一体となって“担ぎ上げ”
その周辺施設にもドライブ周遊を促す ヒントをお持ち帰りいただく

STEP01 訪日外国人の道内周遊の実態を把握する



- マクロ観点：道内の広域周遊に関する実態を把握する
- ミクロ観点：道内の各エリアにおける人気スポット・象徴となるスポットを把握する

STEP02 データから見る、道内ドライブ周遊を促進する上で外せない“4つ”の制約



- ・制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている
- ・制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する
- ・制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を
- ・制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる



制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

平均道内滞在日数

2024年7-9月実績*（全国籍）

札幌市 3.4日

函館市 2.0日

旭川市 2.2日

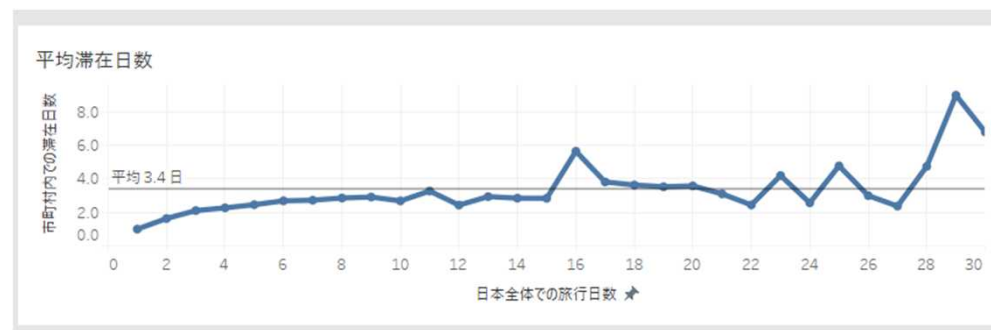
網走市 1.6日

帯広市 1.4日

釧路市 1.8日

*出典：ナビタイムジャパン インバウンドGPSデータ

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール
北海道(2023年度)	3.56	8.49	5.04	6.12	5.03	6.27
北海道(2019年度)	3.44	6.61	5.06	5.58	5.54	6.73
順位(2023年度)	10位	11位	1位	1位	6位	2位
全国平均(2023年度)	2.48	5.69	1.88	2.05	3.24	2.31



▲札幌市

千歳IN、千歳OUTが大半を占めると考えると、

例) 台湾 | (全体) 5.04日 - (札幌市) 3.4日 = 1.6日

例) 中国 | (全体) 8.49日 - (札幌市) 3.4日 = 5.1日

この残日数をどう奪い合うか？周遊テーマ/ストーリーにどう組み込めるか？が重要



実は海外版



もあります

GCS

(Global Customer Service・グローバルカスタマーサービス)

カスタマーが直接予約できる**BtoCサービス**。
多言語に翻訳されたじゃらんサイトを通して在庫を販売。



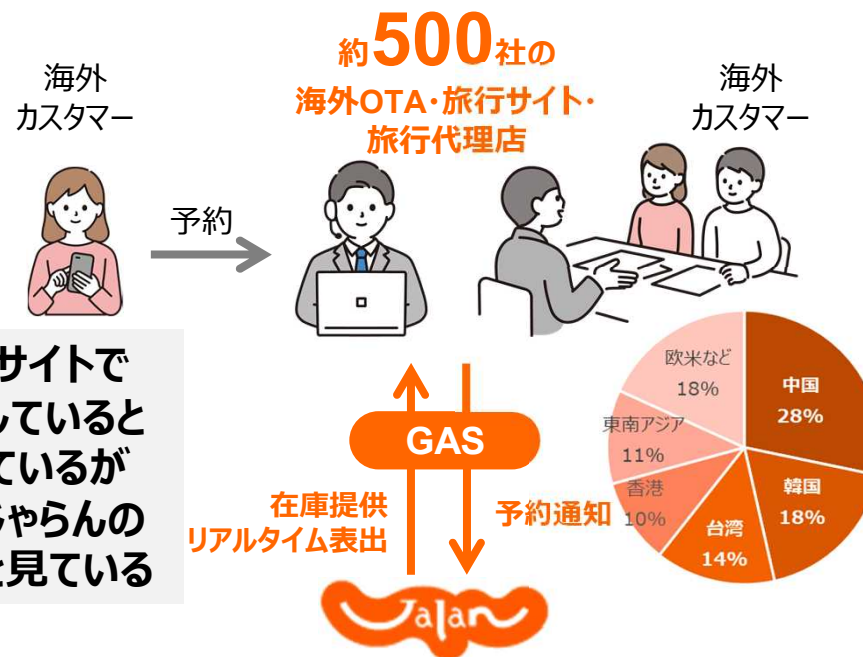
英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）、
タイ語、マレーシア語、インドネシア語に対応。
海外カスタマーが直接予約できる！

海外サイトで
予約しているが
実はじゃらんの
在庫を見ている

GAS

(Global Agent Service・グローバルエージェントサービス)

海外OTA^{*1}/旅行代理店を経由して予約できる**BtoBサービス**。
提携エージェントのサイトでじゃらんの在庫を
リアルタイムで自動表出し、じゃらんの在庫を販売可能。



*1 OTA（オー・ティー・エー）:Online Travel Agent（オンライン・トラベル・エージェント）

制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

■じゃらんグローバルサービスから見える道内宿泊実績 | 予約から宿泊までの日数（リードタイム）

23年リードタイム分布

リードタイム	分布
1週間	22%
2週間	12%
1カ月	19%
2カ月	22%
3カ月	11%
3カ月以上	14%

24年リードタイム分布

リードタイム	分布	23年比
1週間	25%	+3.1pt
2週間	13%	+1.2pt
1カ月	19%	+0.7pt
2カ月	21%	-1.8pt
3カ月	11%	-0.9pt
3カ月以上	11%	-2.4pt

直前での予約が増えてきている

= レンタカーは借りている + 目玉となる道内訪問地は決まっているが、
宿泊場所や帰着地はある程度柔軟に決められる状況 であるといえる。

制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

■じゃらんグローバルサービスから見える道内宿泊実績 | 予約から宿泊までの日数（リードタイム）

	2023	2024
北海道計	34.6	37.7
札幌	31.4	36.6
洞爺・登別・苫小牧	43.8	43.9
函館・大沼・松前	29.9	35.8
旭川・層雲峡	37.3	32.4
釧路・阿寒・根室・川湯・屈斜路	41.7	39.2
網走・北見・知床	27.2	36.3
小樽・キタロウ・積丹	37.6	44.9
富良野・美瑛・トマム	38.4	45.0
石狩・空知・千歳	49.3	35.5
帯広・十勝	35.2	34.7
定山溪	28.1	26.4
稚内・留萌	31.3	33.2
二セコ・ルスツ	33.2	21.5
日高・えりも	31.8	30.2
離島（利尻・礼文・天売・焼尻）	35.3	32.9

北海道の場合、2024年度においては、
およそ**38日前**に宿泊予約をしている

温泉地の中では、
登別・洞爺等と比べると、
定山溪の直前予約が多く見られる

富良野・美瑛は事前予約者が増加

制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

■（参考）じゃらんグローバルサービスから見える道内宿泊実績 | 各エリア平均宿泊日数

エリア	2023年度	2024年度
札幌	2.5	2.4
洞爺・登別・苫小牧	1.3	1.3
函館・大沼・松前	1.6	1.6
旭川・層雲峡	1.7	1.6
網走・北見・知床	1.4	1.5
釧路・阿寒・根室・川湯・屈斜路	1.5	1.5
小樽・キロロ・積丹	1.5	1.4
富良野・美瑛・トマム	1.7	1.5
石狩・空知・千歳	1.3	1.4
帯広・十勝	1.5	1.4
定山溪	1.3	1.5
日高・えりも	1.2	1.5
稚内・留萌	1.3	1.5
ニセコ・ルスツ	2.3	1.6
離島（利尻・礼文・天売・焼尻）	1.4	1.3
総計	1.9	1.8

制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

■（参考）じゃらんグローバルサービスから見える道内宿泊実績 | 各エリア平均宿泊人数（グループサイズ）

	2023	2024
北海道計	2.1	2.0
札幌	2.1	2.0
洞爺・登別・苫小牧	2.4	2.4
函館・大沼・松前	1.9	1.9
旭川・層雲峡	2.0	2.0
釧路・阿寒・根室・川湯・屈斜路	2.1	1.9
網走・北見・知床	1.9	1.9
小樽・キロロ・積丹	2.2	2.1
富良野・美瑛・トマム	2.3	2.2
石狩・空知・千歳	2.0	1.9
帯広・十勝	1.9	2.0
定山溪	2.1	2.3
稚内・留萌	1.6	1.7
二セコ・ルスツ	2.0	1.9
日高・えりも	1.9	1.9
離島（利尻・礼文・天売・焼尻）	1.8	1.8

平均 2.0人 で宿泊

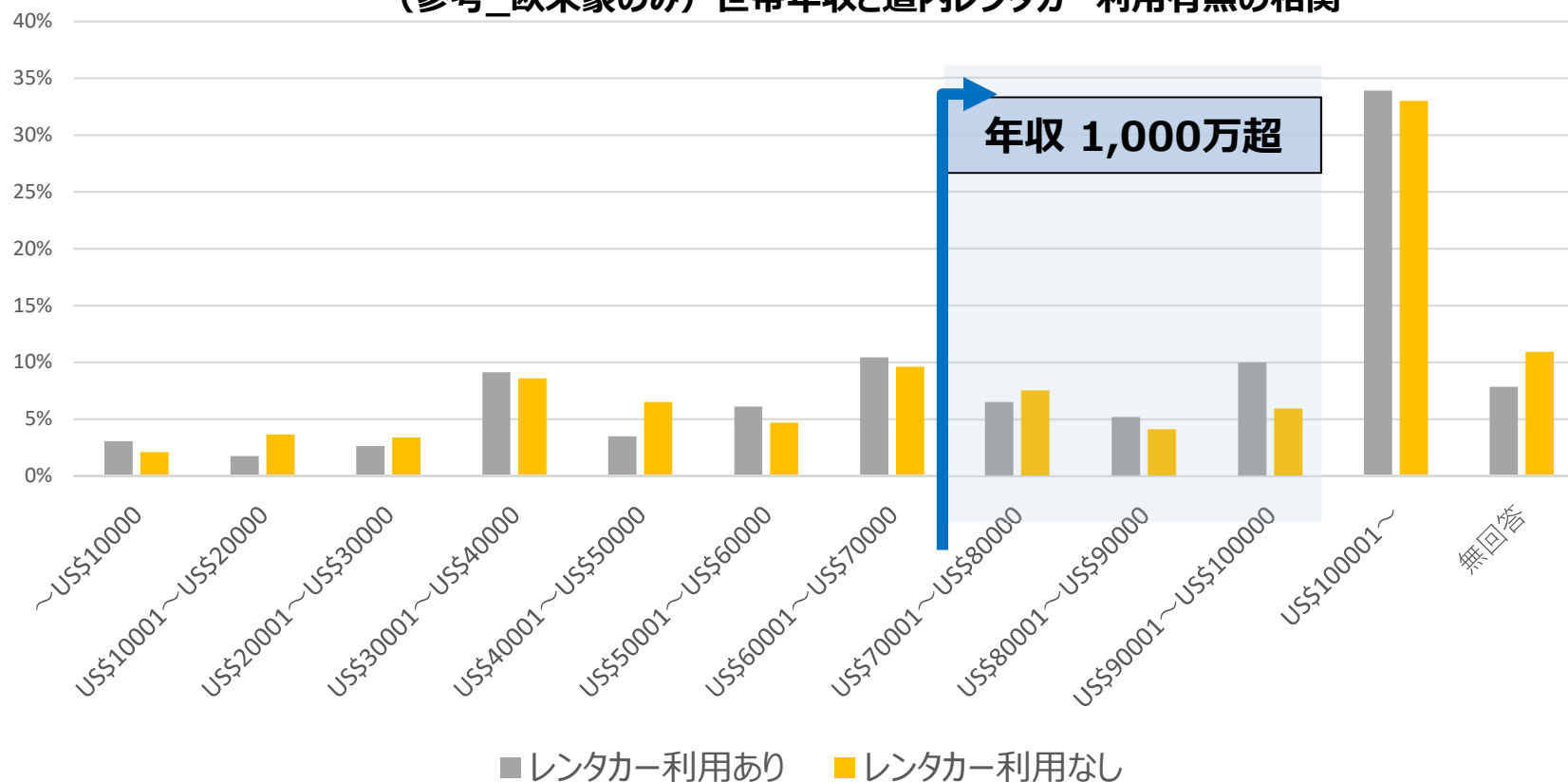
制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

(参考_欧米豪のみ) 世帯年収と道内レンタカー利用有無の相関



世帯年収とレンタカー利用有無は、4-6月度実地調査の欧米豪615サンプルにおいては、相関無し

データから見る、道内ドライブ周遊を促進する上で外せない“4つ”の制約



制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている

制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する

制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を

制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

■じゃらんグローバルサービスから見える道内宿泊実績 | 外国人の道内平均宿泊単価

24年度

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期	23年比	19年比
北海道全体	11,194	11,465	12,128	13,335	13,171	12,298	12,453	108%	123%
札幌	9,272	9,662	10,504	12,837	11,667	10,965	11,054	102%	124%
洞爺・登別・苫小牧	18,420	19,520	18,910	18,116	19,091	17,505	18,616	125%	144%
函館・大沼・松前	10,358	10,380	10,291	11,205	12,006	10,197	10,791	94%	114%
旭川・層雲峡	8,244	8,669	9,461	11,938	10,863	10,702	10,724	100%	127%
網走・北見・知床	8,493	8,387	9,234	11,373	11,783	10,336	10,464	109%	127%
釧路・阿寒・根室・川湯・屈斜路	9,235	8,848	10,102	10,927	11,293	11,574	10,694	95%	132%
小樽・キロロ・積丹	10,038	11,212	12,309	15,976	15,850	14,778	13,981	123%	145%
富良野・美瑛・トマム	12,267	17,361	14,895	17,264	17,616	16,507	16,268	111%	130%
石狩・空知・千歳	7,750	8,109	10,725	11,590	14,165	12,838	11,181	98%	133%
帯広・十勝	8,204	9,577	9,575	10,323	12,177	11,223	10,601	100%	132%
定山溪	20,041	21,384	19,155	21,771	22,877	22,572	21,502	118%	140%
日高・えりも	11,072	10,235	13,297	11,355	8,396	9,385	10,263	99%	129%
稚内・留萌	8,556	10,791	11,116	12,641	11,295	10,422	11,209	124%	133%
二セコ・ルスツ	10,946	9,991	9,971	10,058	9,470	10,869	10,334	93%	111%
離島（利尻・礼文・天売・焼尻）	7,900	12,913	20,753	16,294	16,236	17,735	17,278	106%	145%

“富裕層”・“高付加価値化”も重要だが、現実の実売価格を把握することも大切

出典：弊社じゃらんグローバルサービス実績データ

データから見る、道内ドライブ周遊を促進する上で外せない“4つ”の制約



- 制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている
- 制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する
- 制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を
- 制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG**

自地域内における、【平日】と【土日祝】の宿泊稼働率データを取得するのが望ましい。
インバウンド誘客において、その地域の

- * 総ベッド数
 - * 実稼働率（人材不足等で在庫出ししていない割合を考慮）
 - * 平日と土日祝の誘客キャパシティ
- を踏まえたうえで、誘客施策を立案すべき。

人泊数

	実績 (人)	比較年 (人)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	9,935	11,308	88%	87%
ホテル	2,978	3,296	90%	90%
旅館	6,957	8,000	87%	87%

平日

人泊数

	実績 (人)	比較年 (人)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	5,106	4,517	113%	112%
ホテル	1,568	1,379	114%	114%
旅館	3,538	3,138	113%	112%

休日

人泊数

	実績 (人)	比較年 (人)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	4,829	6,779	71%	71%
ホテル	1,410	1,917	74%	74%
旅館	3,419	4,862	70%	70%



象徴となる道内スポットを一体となって“担ぎ上げ”
その周辺施設にもドライブ周遊を促す ヒントをお持ち帰りいただく

STEP01 訪日外国人の道内周遊の実態を把握する



- マクロ観点：道内の広域周遊に関する実態を把握する
- ミクロ観点：道内の各エリアにおける人気スポット・象徴となるスポットを把握する

STEP02 データから見る、道内ドライブ周遊を促進する上で外せない“4つ”の制約



- ・制約1：各都市の相場滞在日数は決まっている
- ・制約2：宿泊予約までのリードタイムの相場は存在する
- ・制約3：富裕層とドライブはマッチするのか？地に足を付けた議論を
- ・制約4：平日と土日の自地域の宿の稼働率を無視した施策はNG

STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

着地型観光は、“時間の奪い合い”であり、ストーリーにどう仕立てるか？が肝



STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

＜フレームのワーク1＞ 対象市場【 】 お名前【 】

日本全体の滞在日数

広域ルート 泊数 次のページ

入国する 空港	連携地域の 人気 スポット	連携地域の 人気 スポット	自地域の 人気 スポット	自地域の 人気 スポット	連携地域 人気 スポット	連携地域 人気 スポット	出国する 空港

直前の滞在エリア 自地域の滞在日数 直後の滞在エリア

カルテP3 カルテP1 泊数 位 カルテP3

訪日外客数
(市場)

万人

福岡県訪日外客数 万人

× 訪問率

カルテP1 %

計算する

× 消費単価/人
(滞在日数×消費単価/日)

カルテP1 万円/人

= 消費総額

カルテP1 億円

68

変わる地域の、力になります。

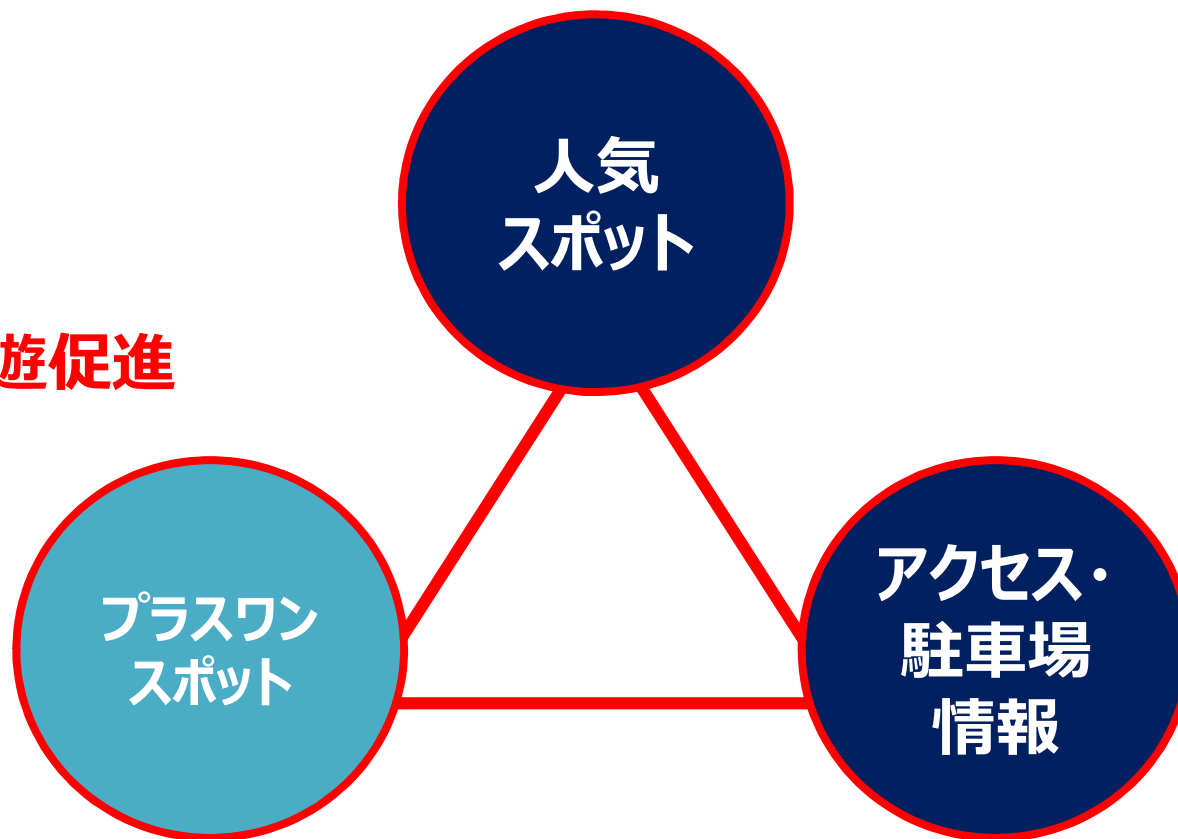


STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

周遊促進



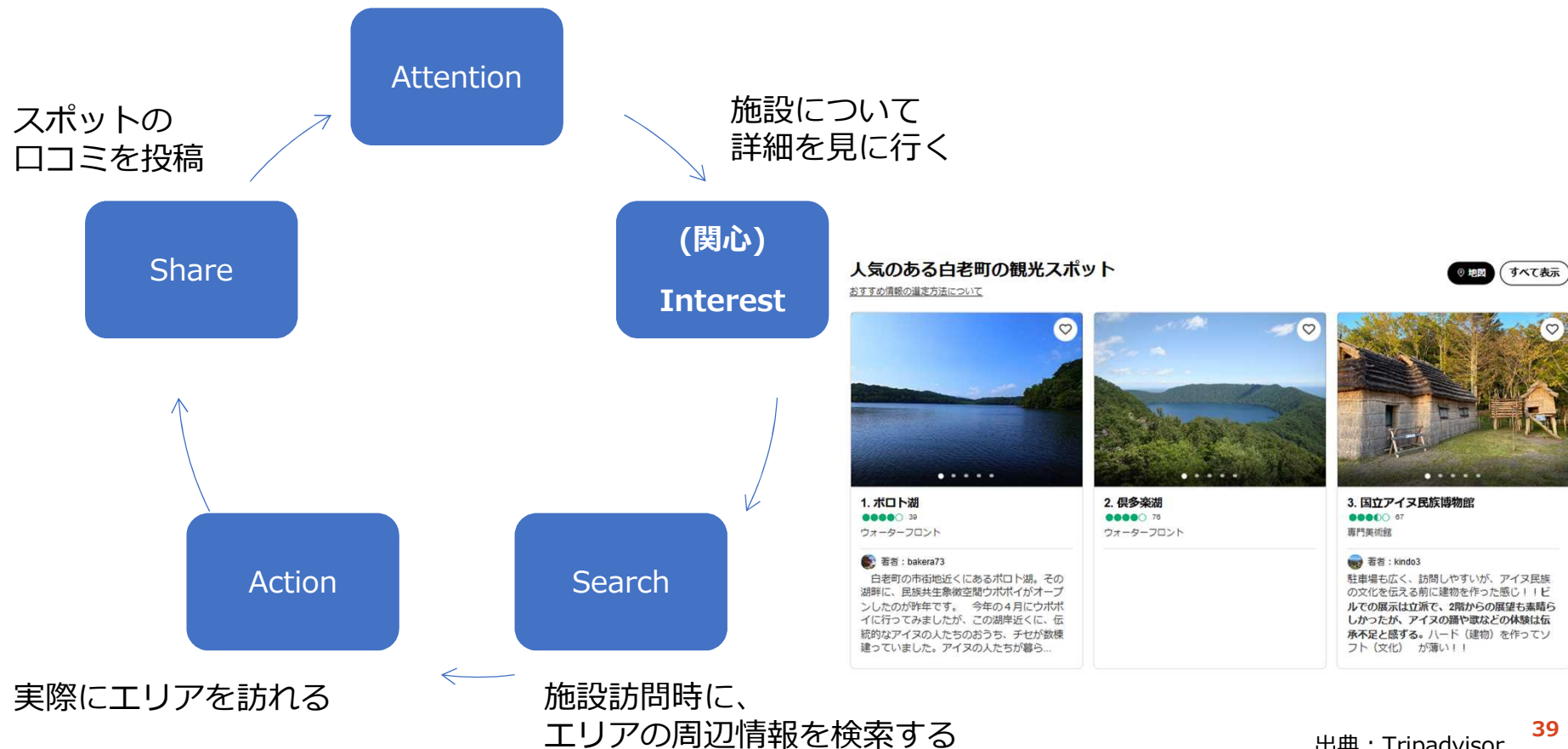


STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

北海道・白老町など
大カテゴリにスポットが表示されて興味を持つ



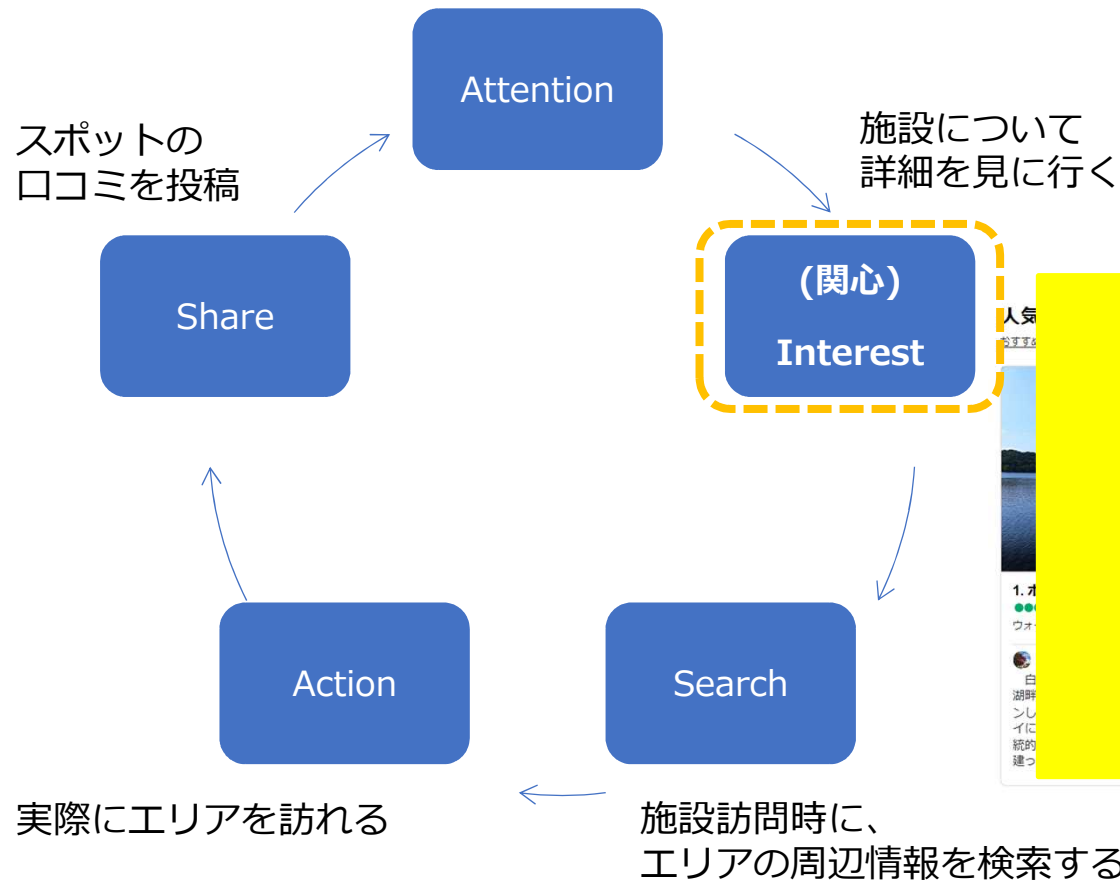


STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

北海道・白老町など
大カテゴリにスポットが表示されて興味を持つ



❖1スポットあたりの
投稿件数増
↓
関心へと繋がる
↓
該当エリアへの流入UP



STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

国立アイヌ民族博物館

●●●○○ 67件の口コミ **白老町の観光 19件中：3位** 専門美術館・国立公園・歴史博物館

営業時間外・9:00～18:00 [口コミを書く](#)

国立アイヌ民族博物館



●●●○○ 67件の口コミ・白老町の観光 19件中：3位・専門美術館・国立公園・歴史博物館

営業時間外・9:00～18:00 [口コミを書く](#)

白老町の観光スポット 3位

旅行者の感想

“スタッフが積極的に話しかけてくれます”

●●●○○ 2024年10月

スタッフが積極的に建物の歴史や体験に誘ってくれるので、プログラム表はあまり使いませんでした。博物館の展示は今いちですが、歌や踊り(お迫力)があっ...

“この展示では心に何も伝わってこない”

●○○○○ 2023年7月

白老駅から徒歩10分ほど。「国立アイヌ民族博物館」は「民族共生体験空間」(ウポポイ)の一施設。ウポポイの入場料は1,200円(博物館入館料を含む)...

[編集を提案して表示内容を改善](#)

[掲載内容を改善](#)



229





STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

エリア

〒059-0902 北海道 白老郡白老町 若草町2丁目3

お問い合わせ先

[ウェブサイトを表示](#) [電話](#)

周辺のおすすめ

レストラン

5 km圏内に43件



焼火ダイニング・カフェ ハルラ...

★★★★○ 7

0.1 km ・ ¥ ¥ ~ ¥ ¥ ¥ ・ バーベキュー・グ...



ヒナヒナキッチン 炎 ウボポ...

★★★★○ 2

0.1 km



コープさっぽろ パセオしらおい店

★★★★○ 1

0.2 km ・ ¥ ・ デザート・菓子・カフェ・喫...

[すべて見る](#)

観光スポット

10 km圏内に15件



ボロト湖

★★★★○ 39

0.2 km ・ ウォーターフロント



D51 333 蒸気機関車

★★★★○ 1

0.5 km ・ 神社/寺院/教会など



満岡照子歌碑

★★★★○ 2

0.7 km ・ 記念碑&像

[すべて見る](#)





STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる

**二次的に、連鎖的に
象徴スポットの周辺の施設へ消費波及を促す。**

**→地域全体で、象徴となる施設への口コミ数を
増やし、検索発見性を上げる取り組みは効果的！**

- 自分が、まず地域の口コミを書いてみる
- 観光案内所や駅にショップカードやPOPなどを張っておく

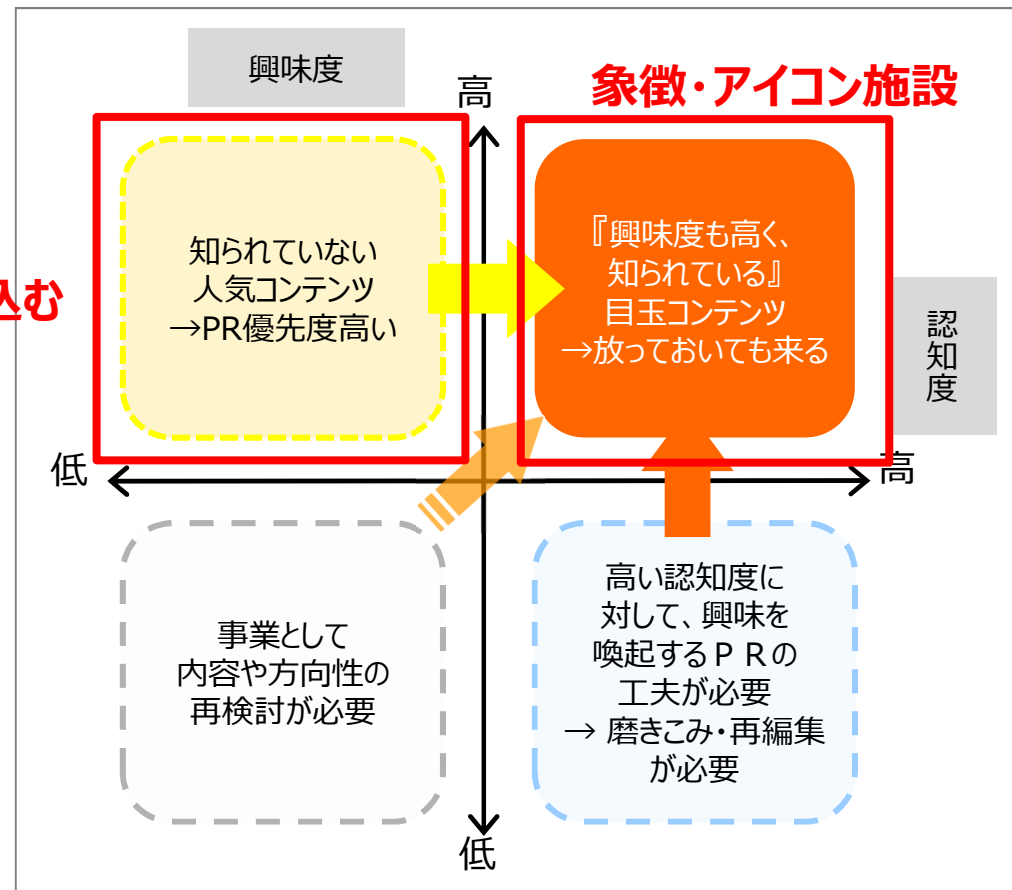
象徴・アイコンとなるスポットを決定/合意形成するまでが地域のお悩みポイント



通称“GAP調査”で観光資源のコンディションを把握する。全国385以上で納品実績あり（2023年3月時点）

旅行に求めること	旅行に求めること・旅行ニーズタイプを区分するための質問を行う	選択式
道内スポットの認知度	以下は、「北海道」にある様々な観光地や施設などです。あなたは、それぞれについて知っていますか？	各回答
道内スポットの興味度	以下の「北海道」にある様々な観光地や施設などに対しては、あなたはどの程度興味を感じますか？	各回答

ここを注力し、
周遊ルートに組み込む



STEP03 ドライブ周遊促進施策へどう昇華させるか？



- 人気・象徴スポットを特定し、データを用いて地域内合意形成を行う
- 人気・象徴スポットを核に、ストーリーを紡ぎ、域内周遊・消費拡大につなげる



- ・分析結果からの推奨ルートMAP掲載
- ・九州フリーパス利用可能ルートとして紹介



- ・分析結果からの推奨スポット掲載



- ・推奨するルート内の宿紹介
- ・当該エリアの宿割引



じゃらんグローバル集客サービス連携のじゃらん宿在庫を掲載して予約促進



箱根フリーパスとは

WHAT'S HAKONE FREEPASS

おトクに箱根の旅を満喫できる交通チケットです。
電車やバス、ロープウェイ、海賊船など、観光スポットを巡るのに
欠かせない8つの乗り物が乗り放題で、何度でも乗り降り自由！
人気の観光スポットをいくつか巡るだけでおトクになる箱根フリーパスを使って、
箱根をとことん遊び尽くしてみたいはいかがでしょうか？



例えば…



芦ノ湖



大涌谷



彫刻の森美術館

に行くだけでも**500円**
おトくに！

※当社指定経路の場合

ご購入はこちら >

詳細はこちら >



STEP.01

3つの人気スポットから行きたい場所を
1つ選択してください。



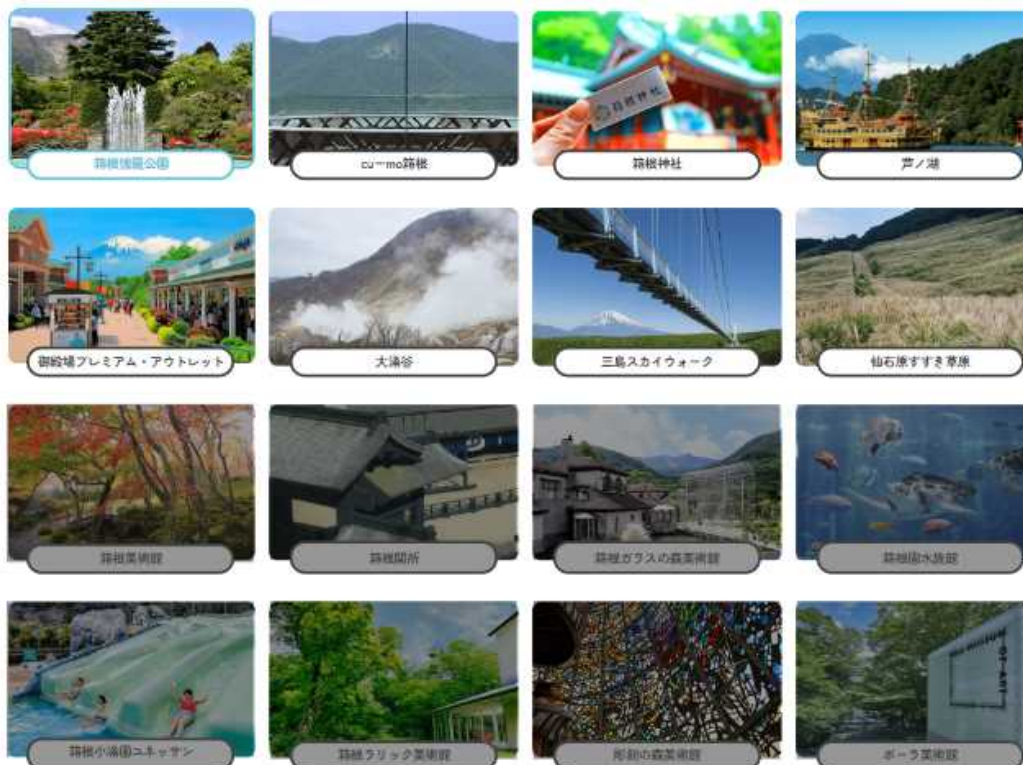
STEP.2で一緒に行きたい
スポットを選ぼう！





STEP.02

STEP01で選択した場所と
併せて行きたい場所を1つ選択して診断！



診断する





診断結果



彫刻の森美術館・箱根強羅公園を選んだ
あなたには、この組み合わせ



彫刻の森美術館



箱根強羅公園



箱根神社

箱根フリーパスなら乗り降り自由で**1,150円おトク!!**

※施設優待を含む



通常交通費...5,400円



箱根フリーパス (2日券) ...5,000円

※大人が小田原から利用した場合。

詳しくはこちら



箱根フリーパスでおトク旅へGO!



打ち手

仙台発・東北 日帰りドライブルートの設定による周遊促進施策

観光データ分析による ドライブルート設定

- 仙台市が保有するマーケティングデータに加え、東北観光推進機構が管理・運用する「東北観光DMP」の動態データ、「じゃらん観光ガイド」のクチコミ情報を活用
- ↓
- 市場ニーズが高く、評判のよい立ち寄りスポットを選定して組み合わせ、活用度・満足度が高いモデルルートを作成
- ↓
- 同市が運営する仙台から東北をめぐる観光情報サイト「more TOHOKU」に掲載

誘客プロモーション

- リクルートID会員からターゲット層を絞り込み、SNSターゲット広告を配信
- おでかけ情報アプリ「週刊じゃらん」に記事掲載
- 宿やモデルルートの立ち寄りスポットにドライブルートのPRちらし設置
- ↓
- 「more TOHOKU」や、じゃらんnet遊び・体験予約へ誘導

レンタカーの キャンペーンプラン造成

- じゃらんnetのレンタカー検索・予約サービス「じゃらんレンタカー」の参画事業者が特別プランを造成
- ↓
- 各種プロモーション媒体に情報掲載

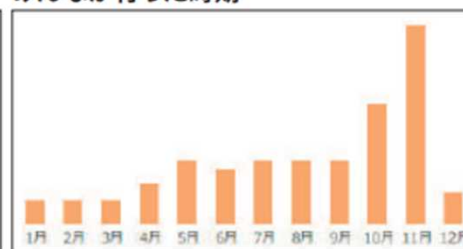
プロモーション結果の 分析・効果測定、 次年度に 向けた戦略立案

「じゃらん観光ガイド」のクチコミ情報からわかる、訪問時期や訪問者の特徴(性年代など)、同行者タイプなどのデータを分析しながらモデルルートを作成

訪問者の特徴

滞在時間	1時間未満	1〜2時間	2〜3時間	3時間以上	
混雑状況	空いている	やや空疎	普通	やや混雑	混雑
年齢層	10代	20代	30代	40代	50代以上
男女比	男性が多い	やや男性多	約半数	やや女性多	女性が多い
訪問人数	1人	2人	3〜5人	6〜9人	10人以上
子供の年齢	0〜1歳	2〜3歳	4〜6歳	7〜12歳	13歳以上

みんなが行った時期



完成したドライブルートは、各スポットの情報、ドライブ時間、想定予算などとともに公開。ウェブページ下部には「じゃらんレンタカー」のバナーも掲載している

成果実績

- 推奨時期を通年・春・夏・秋冬に分類したドライブルートを計17本作成、ウェブサイト順次掲載
- レンタカーのキャンペーンプランを造成、約2カ月半で約900件の予約実績



象徴となる道内スポットを一体となって“担ぎ上げ”
その周辺施設にもドライブ周遊を促す ヒントをお持ち帰りいただく



- 気になる点がございましたら、お気軽にご連絡くださいませ。

連絡先 : yuki_tohyama1@r.recruit.co.jp

ご清聴 ありがとうございます

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、株式会社リクルート（じやらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>
[その他企業・自治体・一般の皆様]じやらんリサーチセンター事務局 E-mail : jalan_rc@r.recruit.co.jp

- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。
- また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。

