

北海道エコモビリティセミナー

欧米のサイクリストにとって 魅力的な北海道とは

2018年3月6日

西田 恵理子

一般社団法人日本サイクルツーリズム推進協会 代表理事
(株)プラネットアドベンチャー 代表取締役

目次

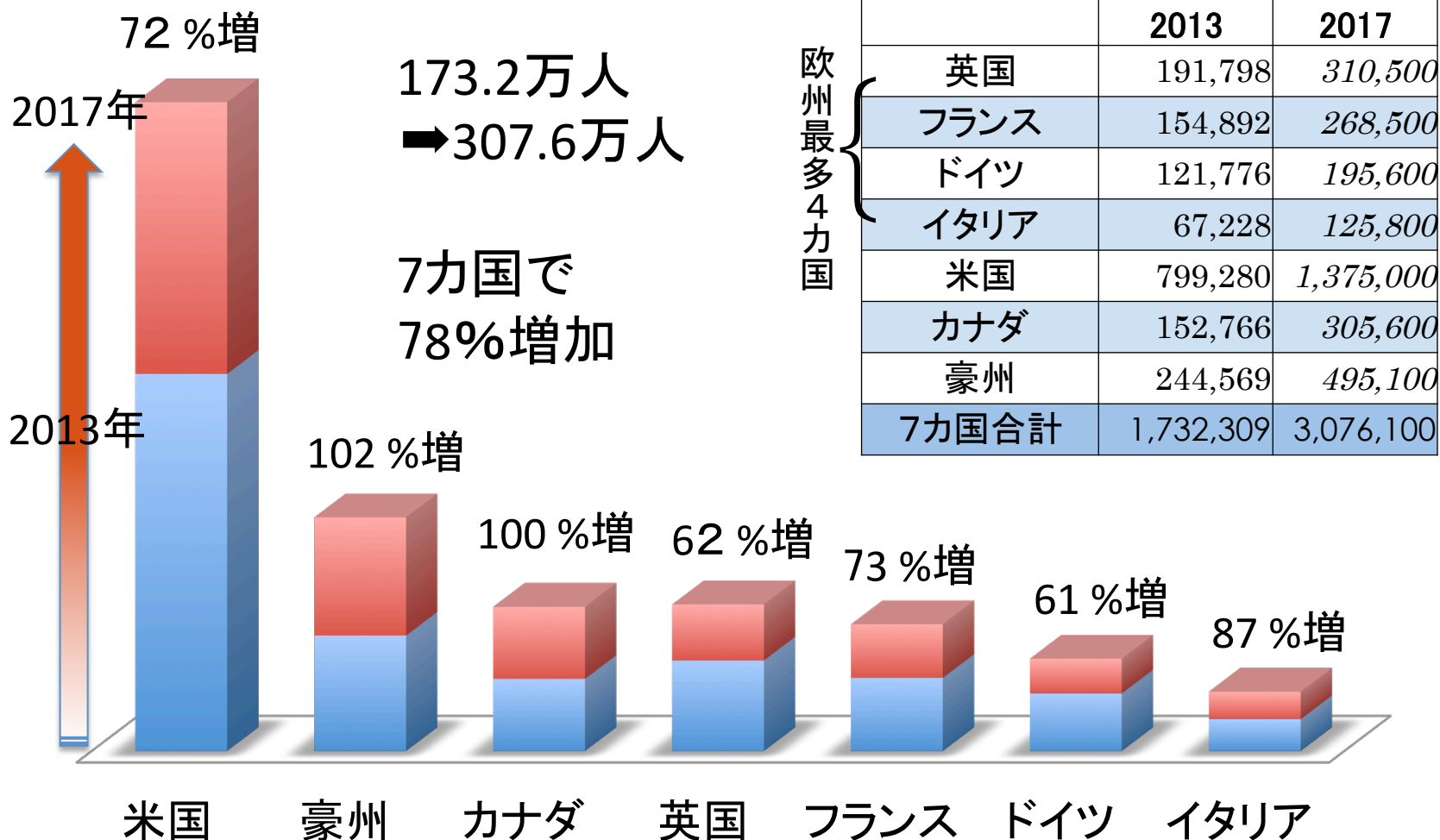
1. 欧米の訪日客の傾向は？
2. サイクリングツアーの種類と実例
“移動型” と “着地型”
3. 移動型と着地型、どちらで攻略する？
4. 欧米の方々にアピールするには？
北海道のKFS (Key for Success)を考える
5. 一般社団法人日本サイクルツーリズム推進
協会 (JCTA) について
6. JCTAのサイクリングツアーガイド育成
ならびにサイクリング教育について

欧米からの訪日客分析

- どの国からのお客様が多い？
- 過去5年の推移は？
- 日本での滞在日数は？
- 日本以外にどんな国で旅してる？
- そこでは、どんなツアーが開催されている？

1、欧米のどの国から来ているの？

～訪日最多7カ国のは過去5年間でこんなに増加～



サイクリングツアーの種類と特徴

大きく分けて2種類
“移動型” と “着地型”

※ここでは、複数日にまたがり、宿泊地を移動しながら楽しむサイクリングツアーを、移動型と呼ぶ事にします

特徴を見てみましょう

7、走り方:グループ走行は好まない ～自分のペースで走り、サポートを受ける～



- ガイドは先頭を走らず、参加者の前後で走り、サポートする
- 道順はキューシートかGPSナビ
- サポートカーは休憩ポイントで待ち受ける
- 走力に差があるので、ゆっくりお茶を飲みながら。遅い人を待つ



10、実例2：カナダ東海岸サイクリングツアー

～宿泊施設の少なさをキャンプでカバー、自然との共生～



大自然の中を走る醍醐味

➡ホテルもレストランも少ない

➡自然を壊したくない

➡なので、キャンプ!!

15、事例3：着地型日帰りサイクリング

～ “Real Life”をみる・触れるツアーが欧米人に人気！～

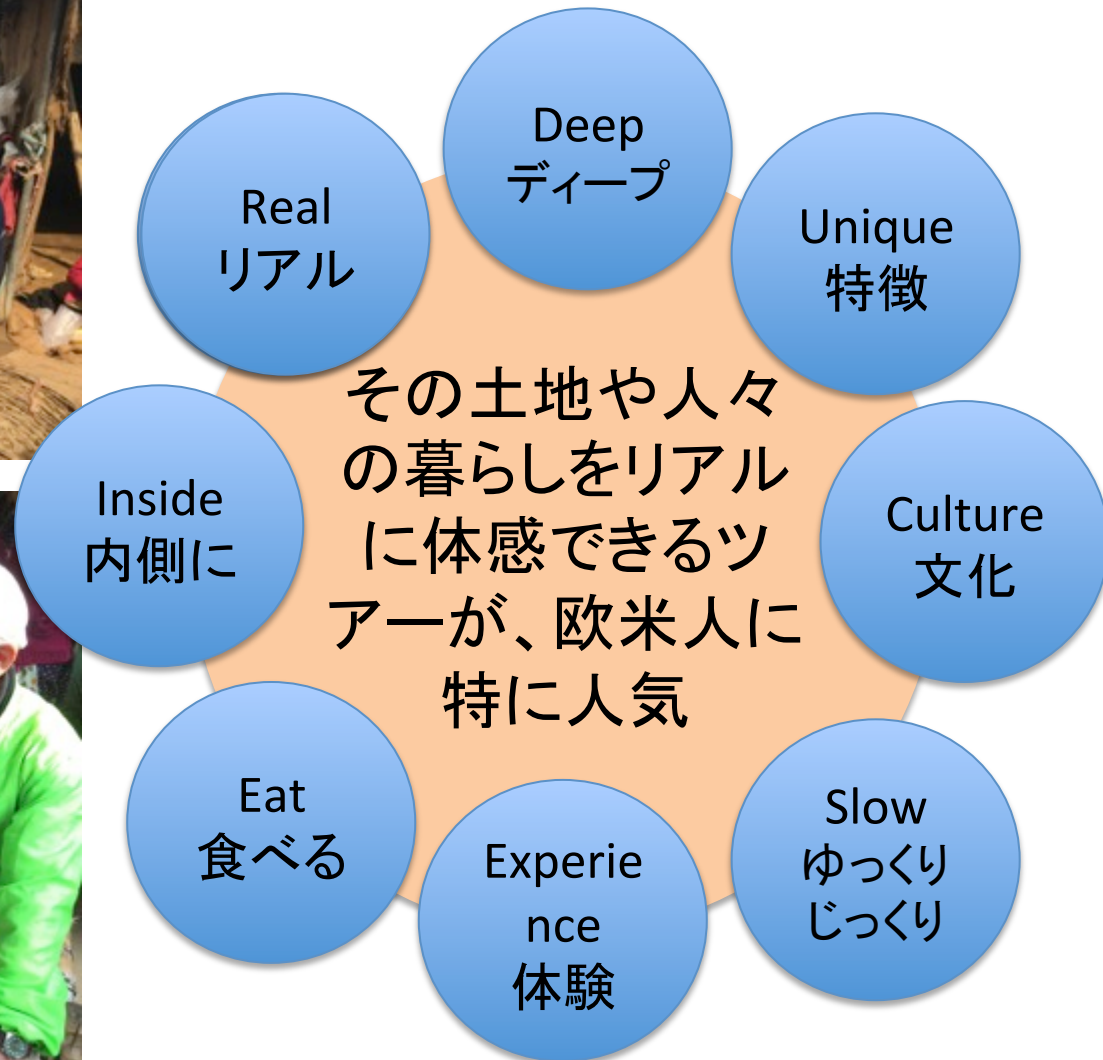
ビデオ 1分



18、実例からみる着地型ツアーの作り方

～単なる観光目線ではなく、...～

キーワードは？



移動型と着地型、どちらで攻略する？

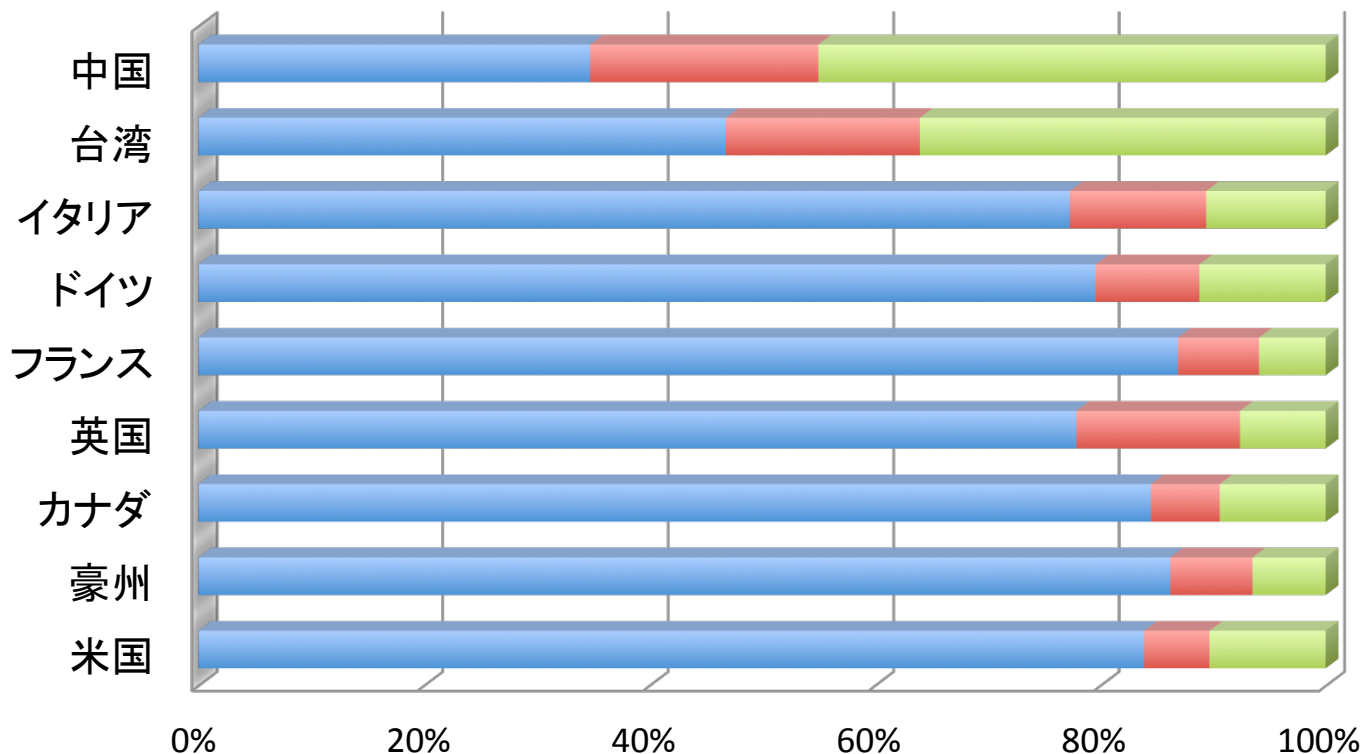
- 1、違いを明確にする
- 2、その経済的インパクトを知る
- 3、現状と課題を知る
- 4、北海道のアプローチは？

22、パック旅行か個人手配か？

～国別旅行形態(2016年) 欧米7カ国とアジア(中国)との比較～

< Fact 1 >

欧米からは、
9割前後が
個人手配か
個人向け
パッケージで、
来日している



	米国	豪州	カナダ	英国	フランス	ドイツ	イタリア	台湾	中国
■ 個別手配	83.9%	86.3%	84.5%	77.9%	86.8%	79.6%	77.3%	46.8%	34.8%
■ 個人向けパッケージ商品	5.8%	7.3%	6.1%	14.5%	7.2%	9.2%	12.1%	17.2%	20.3%
■ 団体ツアー参加	10.3%	6.5%	9.4%	7.6%	5.9%	11.2%	10.6%	36.0%	45.1%

出典: 日本政府観光局(JNTO)データに基づき、JCTAが作成

23、予約の仕方は??

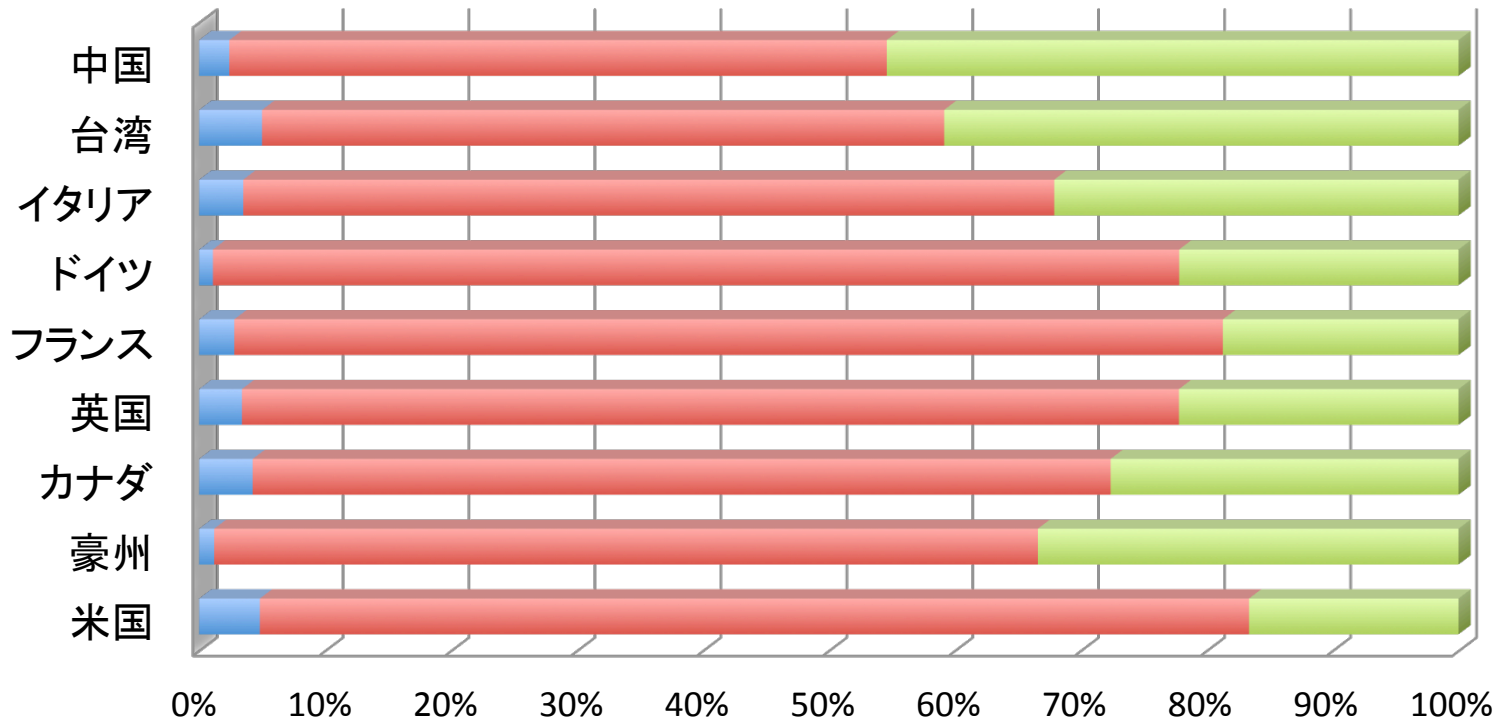
～欧米とアジア(中国)との比較～

< Fact 2 >

ツアーは
店頭予約



ウェブ予約
にシフト



	米国	豪州	カナダ	英国	フランス	ドイツ	イタリア	台湾	中国
■ 電話・その他	4.7%	1.2%	4.3%	3.4%	2.8%	1.1%	3.5%	5.0%	2.4%
■ ウェブサイト	76.5%	65.4%	68.8%	74.4%	78.5%	76.8%	64.4%	54.1%	52.2%
■ 店頭	16.2%	33.4%	27.9%	22.2%	18.7%	22.2%	32.1%	40.8%	45.4%

出典: 日本政府観光局(JNTO)データに基づき、JCTAが作成

23、訪日旅行前に役立った情報源は？

	政府観光局HP	宿泊施設HP	Trip Advisor などの口コミサイト	facebook, TwitterなどのSNS	個人のブログ	YouTubeなどの動画サイト	旅行ガイドブック	自国の親戚・知人	日本在住の親戚・知人
米国	15%	23%	37%	9%	24%	16%	27%	32%	29%
豪州	15%	28%	46%	14%	23%	17%	25%	46%	23%
カナダ	20%	29%	35%	9%	26%	17%	31%	36%	26%
英国	18%	36%	46%	11%	25%	21%	39%	28%	24%
フランス	30%	12%	40%	16%	30%	19%	37%	31%	27%
ドイツ	22%	26%	35%	9%	22%	15%	44%	35%	27%
イタリア	28%	22%	35%	9%	30%	19%	45%	27%	21%

< Fact 3 > 口コミこそ、最も効果的なマーケティングツール

1位 Trip Advisor などの口コミサイト

2位 自国の親戚・友人(日本在住の親戚・知人をいれると50%以上)

3位 個人のブログ

※ 宿泊施設のホームページも奮闘！

出典：日本政府観光局(JNTO)データに基づき、JCTAが作成

25、4つのFACTから浮かび上がる効果的なマーケティングは？

<FACT 1>
9割が個人手配か
個人パッケージ

<FACT 2>
ツアーはウェブ予
約にシフト

<FACT 3>
口コミこそ、最も効
果的なマーケティ
ングツール

<FACT 4>
滞在中は、“スマホ
で情報収集”が多
数派を占める



- ターゲットは個人/FIT
- Web マーケティングの充実
- WiFiスポットの充実

そして、何よりも
口コミで好評価を獲得する！
そのためには、

- サイクリストに対する住民の理解から生まれるおもてなしのこころ
- その土地ならではのユニークで温かいサイクリングツアー商品の開発
- 観光用でなく(よそ行きでない)、人の暮らしと触れ合いを肌で感じられる対応

➔ **思い出に残る体験の提供**