

# アドベンチャートラベル旅行会社向け(BtoB)市場調査結果

公益社団法人北海道観光振興機構

令和4年度アドベンチャートラベル推進事業 グリーン期市場調査事業

# ■アンケート内容

Q1	取り扱いアクティビティについて、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 ラフティング/カヌー/カヤック/登山/トレッキング/ハイキング/サイクリング/e-Bike/野生生物ウォッチング/ 野鳥観察/キャンプ/テントサウナ/木・花観察/あてはまるものはない	Q15	アクティビティ以外のコース内容で重要視していることについて、あてはまるものを すべてお答えください。【複数回答】 食事内容/宿泊施設/歴史文化/地域住民とのコミュニケーション/その他
Q2	アクティビティ商品の販売形態について、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 個人旅行/団体募集型/オーダーメイド/あてはまるものはない	Q16	地域交流について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 地元の人との交流/地元の人々の生活を学ぶ/地域文化を学ぶ/地域への貢献活動/その他
Q3	旅行参加者1名あたりの平均販売価格帯（航空券、ランドフィーも含む）をお答えください。【選択回答】 ～900USD/901～1,800USD/1,801～2,500USD/2,501～4,300USD/4,301～ 8,700USD/8,701USD～	Q17	文化交流について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 地元の文化を学ぶ/農業体験/クラフトワーク体験/地域ボランティア活動/その他
Q4	取り扱いの多い旅行期間をお答えください。【選択回答】 4日以内/5～9日/10～19日/20日以上/あてはまるものはない	Q18	食について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 地元の食材を使った料理/地元食材を学ぶ/地元の食材の収穫体験/地元の伝統的な料理を食す/ 地元の伝統的な料理を学ぶ/その他
Q5	取り扱いの多いホテルグレードをお答えください。【選択回答】 economy/standard/superior/deluxe/luxury/あてはまるものはない	Q19	山岳/登山/トレッキング/ハイキングのコース選択で重要視することをお答えください。【複数回答】 名峰/ルート内容/景色景観/標高/地域/その他
Q6	1ツアー当たりの平均参加人数をお答えください。【選択回答】 1～2/3～5/6～10/11～15/16～20、21以上/あてはまるものはない	Q20	山岳/登山/トレッキング/ハイキングのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】 強度/安全性/季節/ガイドの質/旅行日数/販売価格/その他
Q7	最も多い顧客年齢層をお答えください。【選択回答】 19歳以下/20歳～29歳/30歳～39歳/40歳～49歳/50歳～59歳/60歳～69歳/ 70歳～79歳80歳以上	Q21	サイクリングのコース選定で重要視することをお答えください。【複数回答】 ルート内容/走行距離/景色景観/ルートの標高差/地域/その他
Q8	参加形態についてお答えください。【選択回答】 友人/パートナー/家族/夫婦/個人/その他	Q22	サイクリングのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】 強度/ギアの選択/安全性/季節/ガイドの質/旅行日数/販売価格/その他
Q9	アクティビティ商品の企画を開始するタイミングについてお答えください。【選択回答】 1か月前/2か月前/3か月前/6ヶ月前/1年前/2年以上前/その他	Q23	ラフティング/カヌー/カヤックのコース選定で重要視することをお答えください。【複数回答】 フィールド内容(海・川・湖)/ルート内容/ルートの距離/景色景観/地域/その他
Q10	旅行中の保険について、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 旅行者が個人で加入する/現地手配会社(日本側)が加入する/旅行会社が加入する/その他	Q24	ラフティング/カヌー/カヤックのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】 強度/ギアの選択/安全性/季節/ガイドの質/旅行日数/販売価格/その他
Q11	アクティビティ商品を企画する際に必要だと思うことについて、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】 言語対応/移動手段/通信環境/環境配慮(SDG's)/その他	Q25	野生動物ウォッチングのコース選定で重要視することをお答えください。【複数回答】 動物の種類/写真撮影/遭遇率/動物との距離感/フィールド内容/景色景観/標高/地域/その他
Q12	取り扱いATアクティビティ商品の強度をお答えください。【選択回答】 ソフト/ミドル/ハード/あてはまるものはない	Q26	野生動物ウォッチングのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】 強度/安全性/季節/ガイドの質/旅行日数/販売価格/その他
Q13	日本を目的地とした商品の取り扱いがありますか。【選択回答】 ある/ない/ないが検討したい	Q27	北海道観光振興機構からの情報をメール配信してもいいですか。【選択回答】 はい/いいえ
Q14	前問で「ある」と答えた方に伺います。北海道を目的地とした商品の取り扱いがありますか。【選択回答】 ある/ない/ないが検討したい		

## ■調査対象会社

エリア別

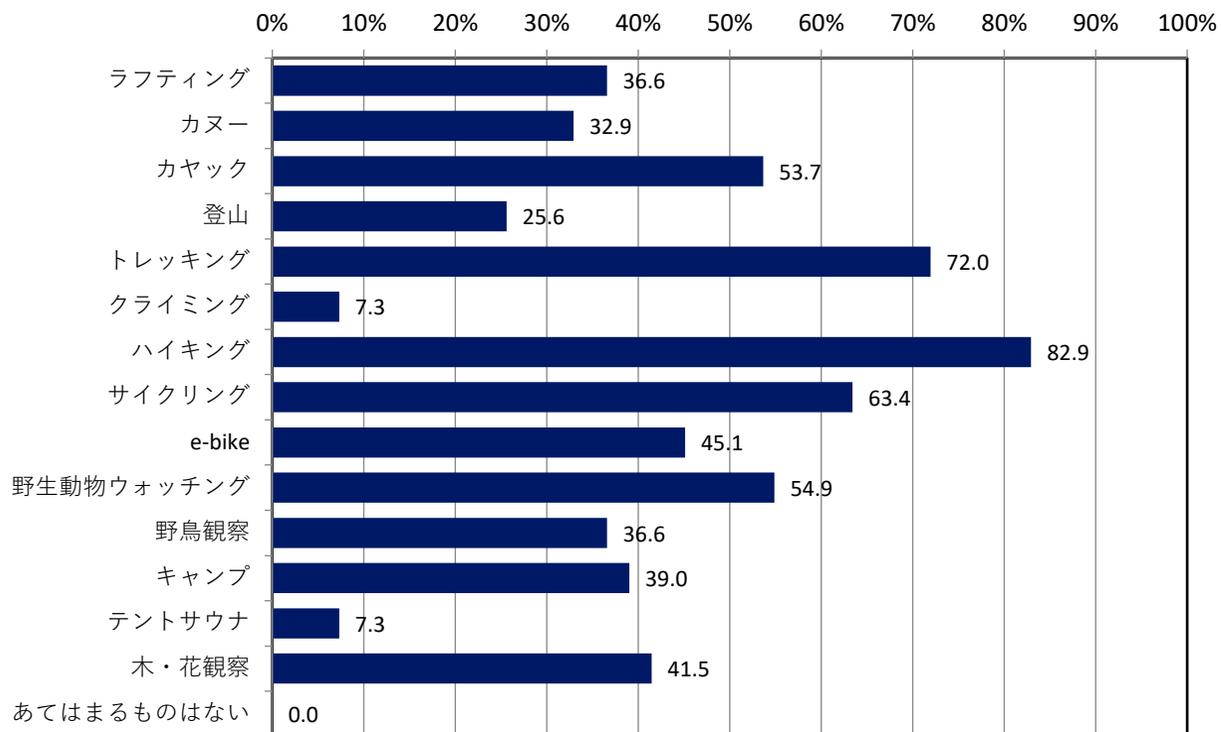
欧州	米国	オセアニア	合計
24社	49社	9社	82社

上記総数の内、下記アクティビティを含む商品を企画販売する事業者数（重複あり）

山岳/登山/トレッキング/ハイキング	サイクリング	ラフティング/カヌー/カヤック	野生動物ウォッチング
70社	56社	49社	55社

# 【Q1】取り扱いアクティビティについて、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q1】 取り扱いアクティビティについて、あてはまるものをすべてお答えください。



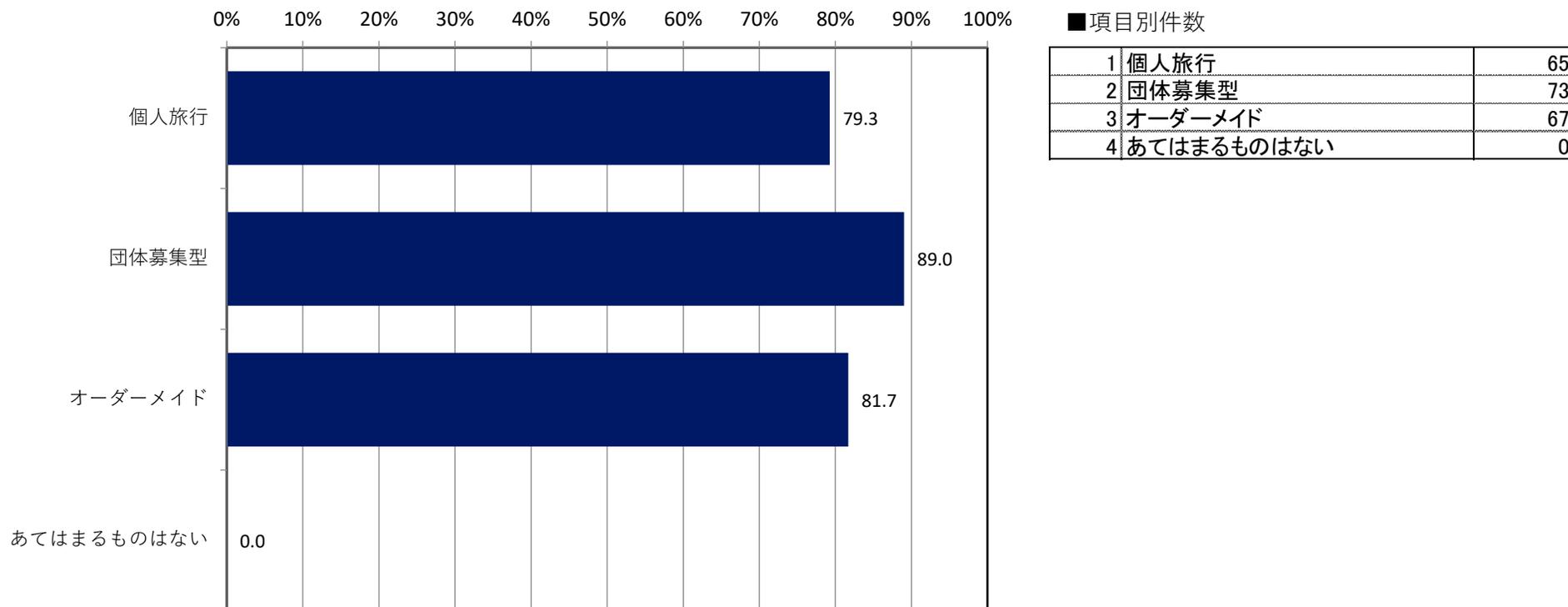
■ 項目別件数

1	ラフティング	30
2	カヌー	27
3	カヤック	44
4	登山	21
5	トレッキング	59
6	クライミング	6
7	ハイキング	68
8	サイクリング	52
9	e-bike	37
10	野生動物ウォッチング	45
11	野鳥観察	30
12	キャンプ	32
13	テントサウナ	6
14	木・花観察	34
15	あてはまるものはない	0

ハイキングとトレッキングといった内容のツアーの取り扱いが多いことが分かる。

## 【Q2】アクティビティ商品の販売形態について、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

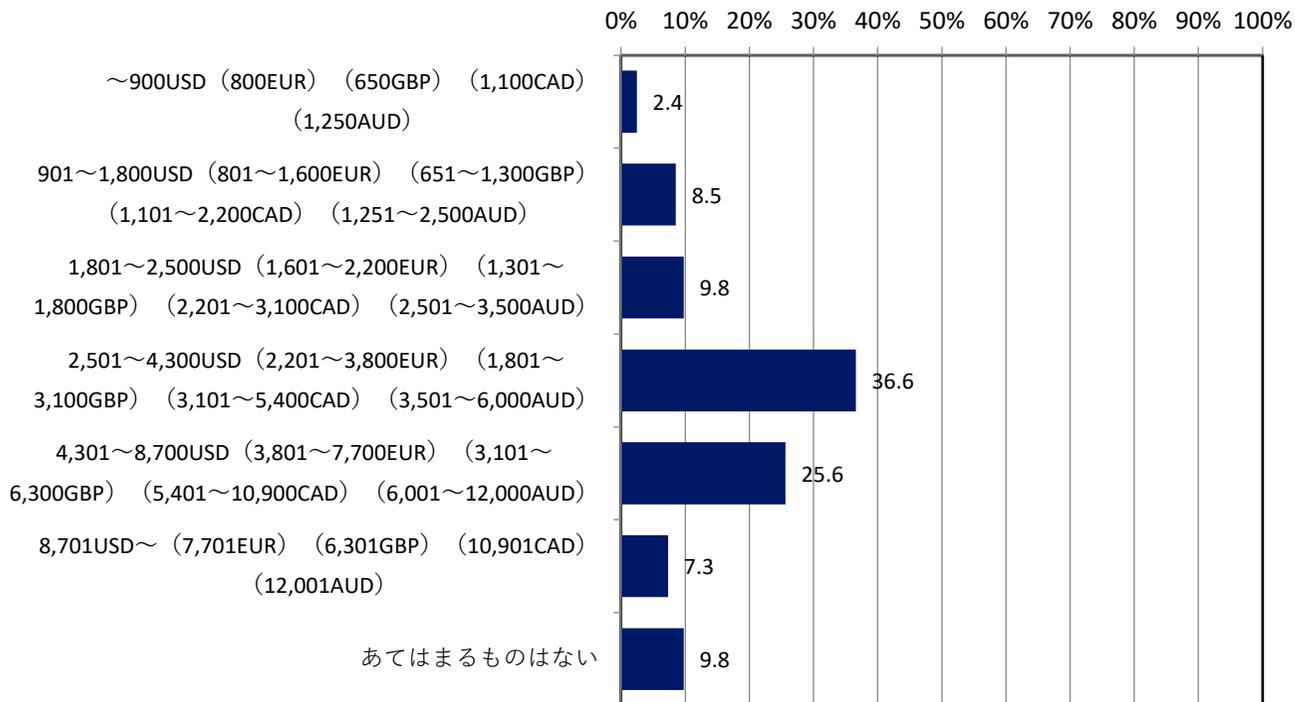
【Q2】アクティビティ商品の販売形態について、あてはまるものをすべてお答えください。



団体型募集が一番多いが、個人旅行とオーダーメイドの取り扱いも多いことが分かる。

# 【Q3】旅行参加者1名あたりの平均销售价格帯（航空券、ランドフィーも含む）をお答えください。【選択回答】

【Q3】旅行参加者1名あたりの平均销售价格帯（航空券、ランドフィーも含む）をお答えください。



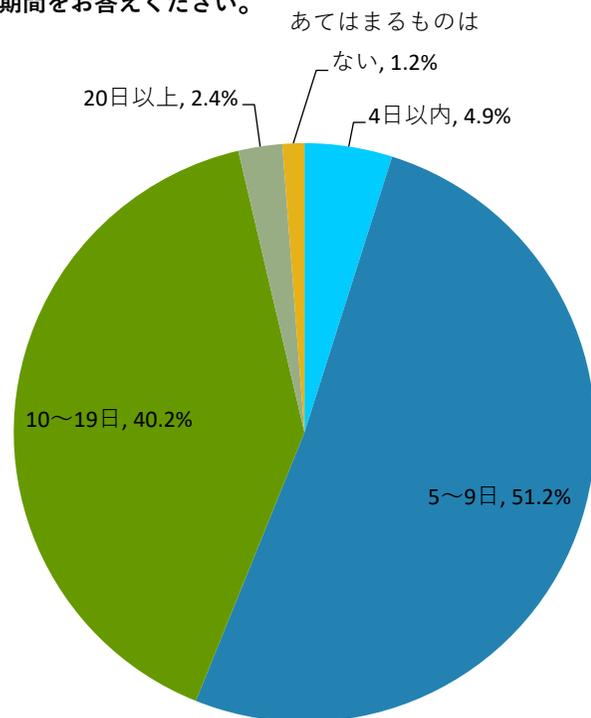
■項目別件数

1	~900USD (800EUR) (650GBP) (1,100CAD) (1,250AUD)	2
2	901~1,800USD (801~1,600EUR) (651~1,300GBP) (1,101~2,200CAD) (1,251~2,500AUD)	7
3	1,801~2,500USD (1,601~2,200EUR) (1,301~1,800GBP) (2,201~3,100CAD) (2,501~3,500AUD)	8
4	2,501~4,300USD (2,201~3,800EUR) (1,801~3,100GBP) (3,101~5,400CAD) (3,501~6,000AUD)	30
5	4,301~8,700USD (3,801~7,700EUR) (3,101~6,300GBP) (5,401~10,900CAD) (6,001~12,000AUD)	21
6	8,701USD~ (7,701EUR) (6,301GBP) (10,901CAD) (12,001AUD)	6
7	あてはまるものはない	8
	全体	82

高価格帯商品への注目が高いことが分かる。

## 【Q4】取り扱いの多い旅行期間をお答えください。【選択回答】

【Q4】取り扱いの多い旅行期間をお答えください。



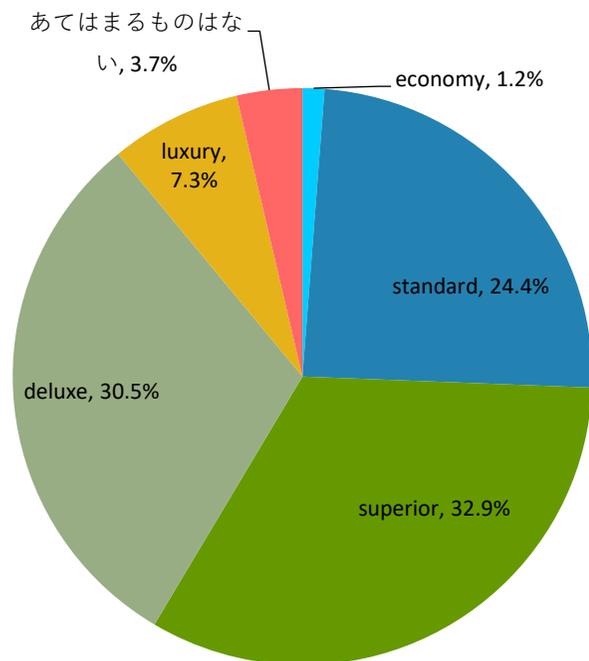
■項目別件数

1	4日以内	4
2	5～9日	42
3	10～19日	33
4	20日以上	2
5	あてはまるものはない	1
	全体	82

5～9日間の期間が51.2%と半数を占める。10～19日間の期間が40.2%、4日以内、20日以上は低い。

## 【Q5】取り扱いの多いホテルグレードをお答えください。【選択回答】

【Q5】 取り扱いの多いホテルグレードをお答えください。



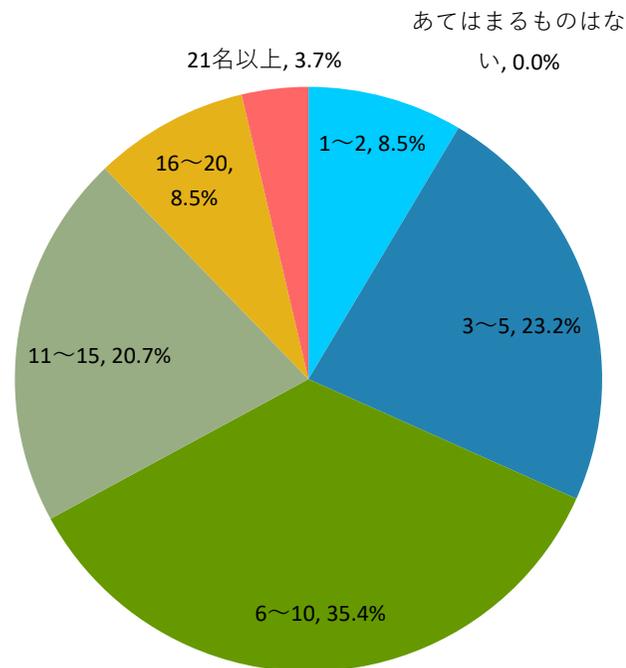
■ 項目別件数

1	economy	1
2	standard	20
3	superior	27
4	deluxe	25
5	luxury	6
6	あてはまるものはない	3
	全体	82

スーパー・デラックスを合わせると6割を占め高級ホテルへの関心が高いことが分かる。低価格ランクホテルも選択肢として軽視することはできない。

## 【Q6】1ツアー当たりの平均参加人数をお答えください。【選択回答】

【Q6】1ツアー当たりの平均参加人数をお答えください。



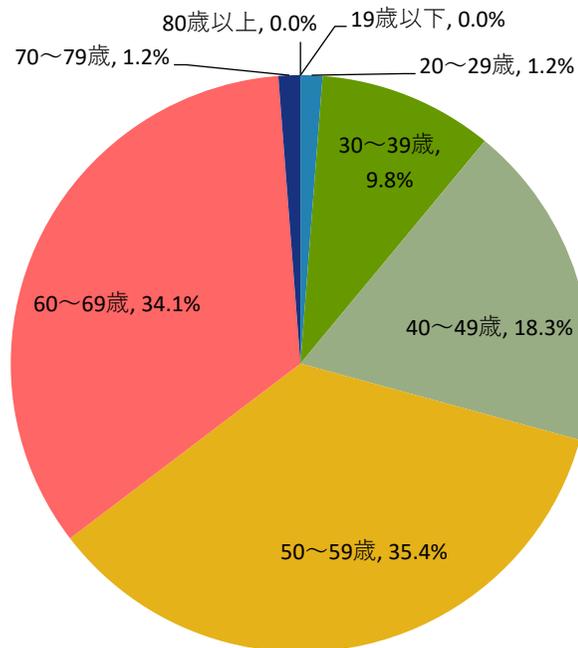
■項目別件数

1	1~2	7
2	3~5	19
3	6~10	29
4	11~15	17
5	16~20	7
6	21名以上	3
7	あてはまるものはない	0
	全体	82

6～10人でのツアーが35.4%と一番多いことが分かる。  
6～10人・11～15人と中規模ツアーへの関心が高いことが分かる。  
大規模のツアーへの関心は低いことが分かる。

## 【Q7】最も多い顧客年齢層をお答えください。【選択回答】

【Q7】最も多い顧客年齢層をお答えください。



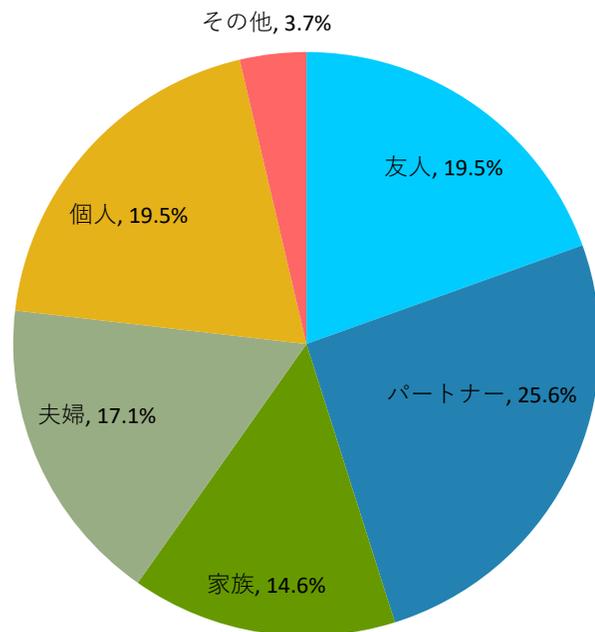
■項目別件数

1	19歳以下	0
2	20～29歳	1
3	30～39歳	8
4	40～49歳	15
5	50～59歳	29
6	60～69歳	28
7	70～79歳	1
8	80歳以上	0
	全体	82

50～59歳・60～69歳とミドル・アクティブシニア層といった年代の関心が高いことが分かる。

## 【Q8】参加形態についてお答えください。【選択回答】

【Q8】参加形態についてお答えください。



### ■項目別件数

1	友人	16
2	パートナー	21
3	家族	12
4	夫婦	14
5	個人	16
6	その他	3
	全体	82

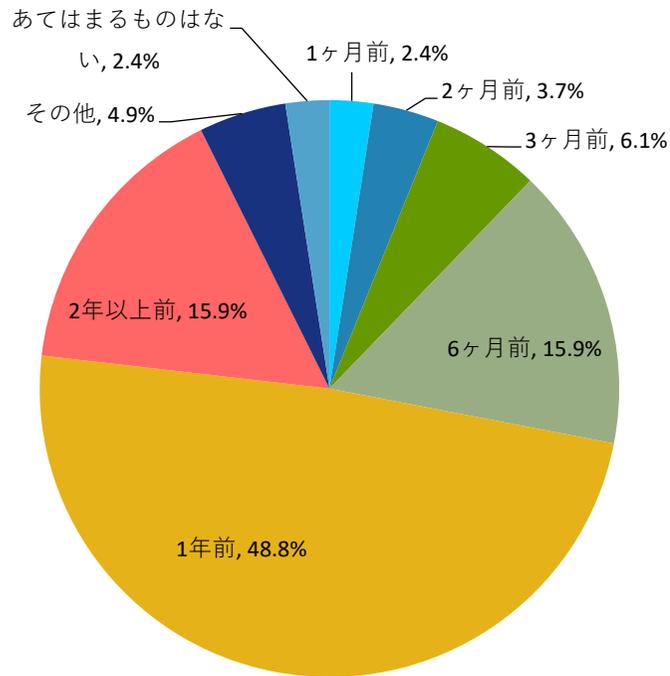
### ■その他の回答

1	上記のすべて
2	上記のすべて
3	すべてのカテゴリーが混在しています

参加者の多くが親密な関係性で構成されることが多ことが分かる。

# 【Q9】アクティビティ商品の企画を開始するタイミングについてお答えください。【選択回答】

【Q9】アクティビティ商品の企画を開始するタイミングについてお答えください。



## ■項目別件数

1	1ヶ月前	2
2	2ヶ月前	3
3	3ヶ月前	5
4	6ヶ月前	13
5	1年前	40
6	2年以上前	13
7	その他	4
8	あてはまるものはない	2
	全体	82

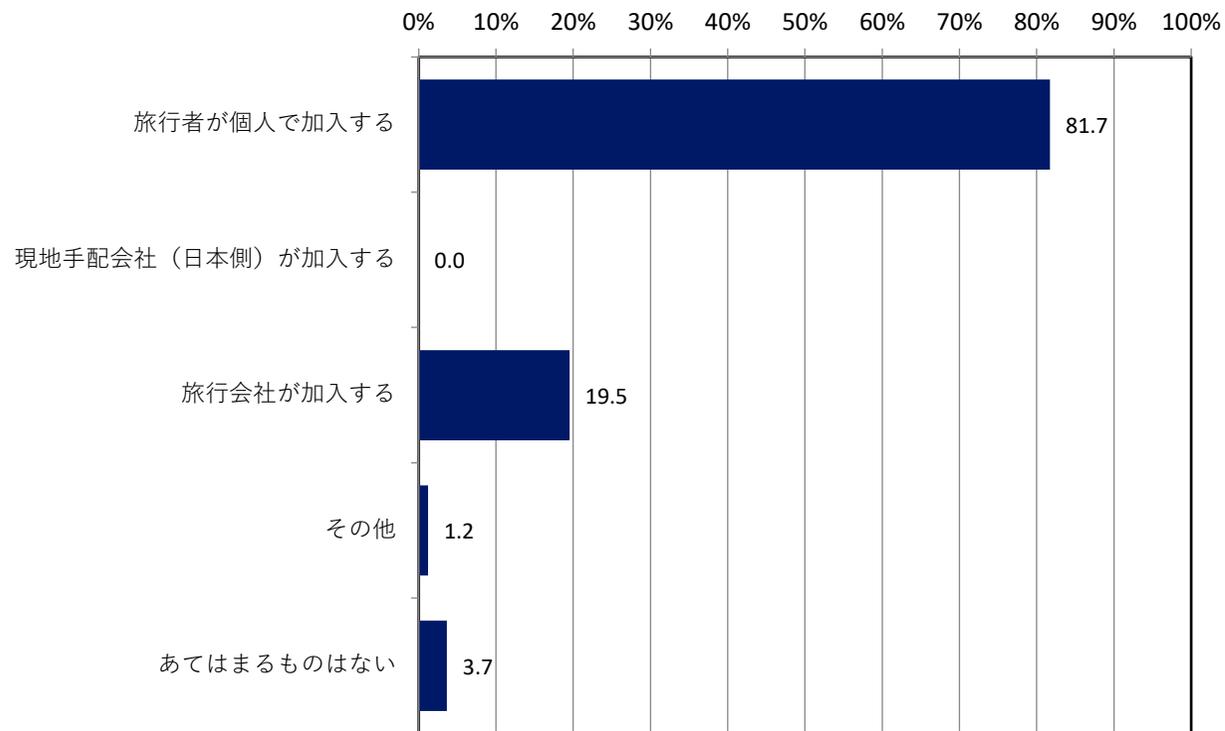
## ■その他の回答

1	3～6ヶ月
2	行き先によって異なる
3	特定の期間、旅行を希望するお客様のリクエストに基づく
4	6～12ヶ月だが、直前の問い合わせが多い様子

旅行会社の営業方針によって異なるが1年前に企画を行うのが48.8%と約半数を占めている。

## 【Q10】旅行中の保険について、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q10】旅行中の保険について、あてはまるものをすべてお答えください。



### ■項目別件数

1	旅行者が個人で加入する	67
2	現地手配会社（日本側）が加入する	0
3	旅行会社が加入する	16
4	その他	1
5	あてはまるものはない	3

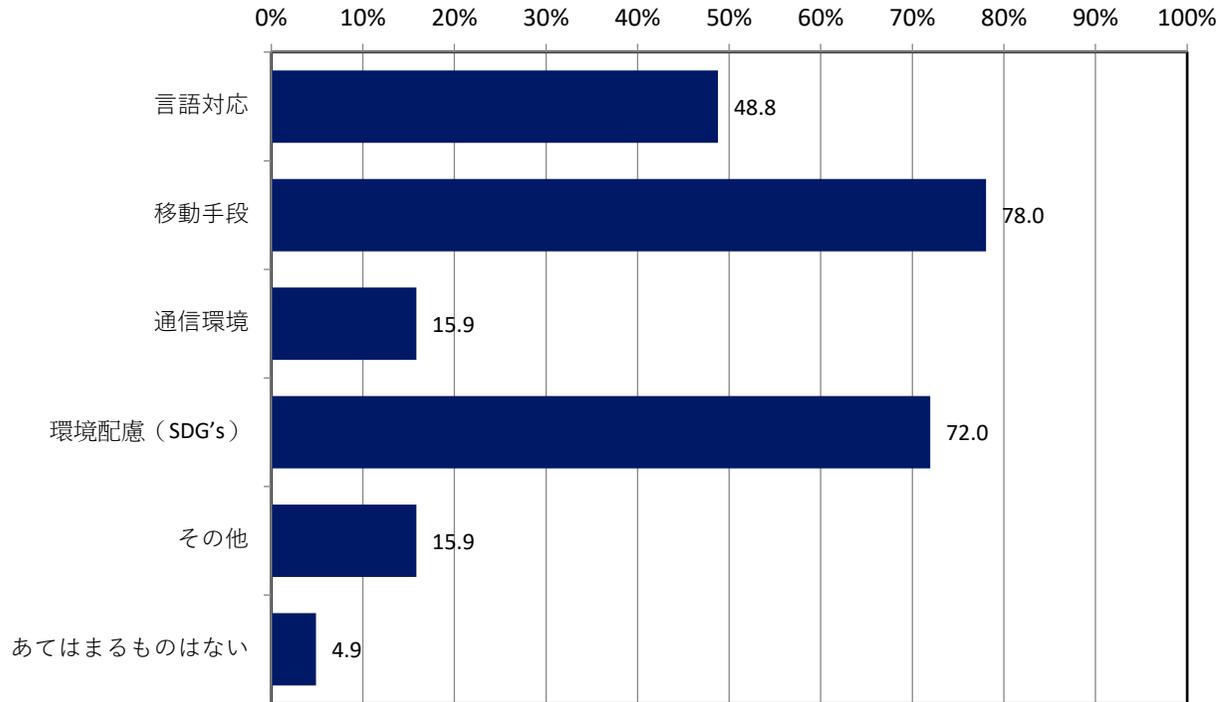
### ■その他の回答

1	弊社が紹介した企業が購入する
---	----------------

海外エージェントは旅行者個人が保険に加入することを勧めていることが分かる。

# 【Q11】アクティビティ商品を企画する際に必要だと思うことについて、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q11】アクティビティ商品を企画する際に必要だと思うことについて、あてはまるものをすべてお答えください。



## ■項目別件数

1	言語対応	40
2	移動手段	64
3	通信環境	13
4	環境配慮 (SDG's)	59
5	その他	13
6	あてはまるものはない	4

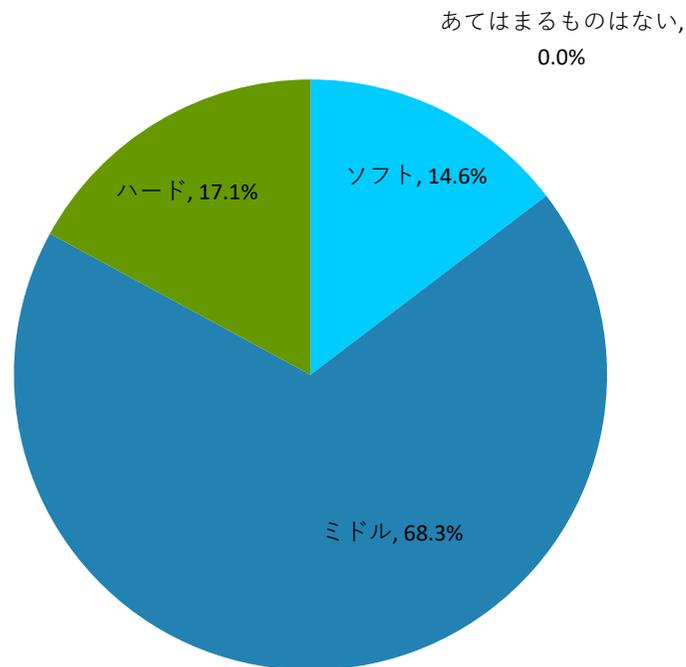
## ■その他の回答

1	ユニークな体験を生み出す
2	ユニークな目的地、ショルダーシーズンの旅行、ツアーの文化的側面、人と人とのつながり
3	安全で楽しいアクティビティ
4	価値
5	経験の信憑性
6	地域に対する知識および個人的な経験
7	クリエイティブな旅程設計、お客様のニーズに耳を傾け、それに基づいた設計、予算に合わせた旅程設計、ユニークな本物の宿泊施設、アクティビティと文化的な体験の組み合わせ、持続可能性、責任ある旅行、倫理的なビジネスに焦点を当てた事業運営。
8	お客様を中心とした最大限の体験
9	安全性の確保
10	宿泊施設
11	地域住民への良い影響
12	安全対策、現地協力者の経験値、宿泊施設の質、機材の質、コスト
13	感情移入

ツアー造成にあたり移動手段や環境配慮といった内容を重視していることが分かる他、環境配慮への関心も高くエコツーリズムへの取り組みも重要なポイントである。またその他の回答ではユニークな体験や目的地、クリエイティブな旅程設計など独自性が必要という回答があった。

## 【Q12】取り扱うATアクティビティ商品の強度をお答えください。【選択回答】

【Q12】取り扱うATアクティビティ商品の強度をお答えください。



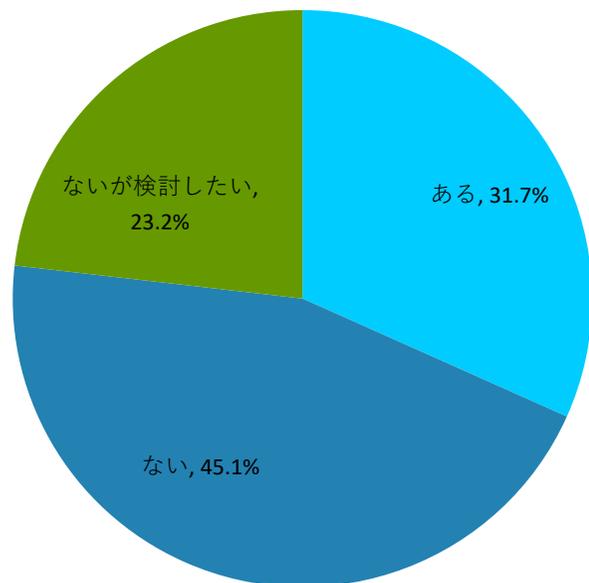
■項目別件数

1	ソフト	12
2	ミドル	56
3	ハード	14
4	あてはまるものはない	0
	全体	82

アクティビティ強度はミドルが68.3%を占めている。

## 【Q13】日本を目的地とした商品の取り扱いがありますか。【選択回答】

【Q13】日本を目的地とした商品の取り扱いがありますか。



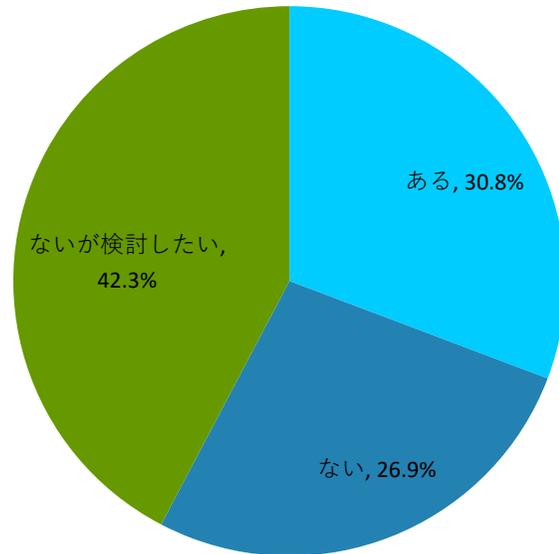
■項目別件数

1	ある	26
2	ない	37
3	ないが検討したい	19
	全体	82

訪日旅行商品の取り扱いがあると答えた事業者が31.7%で、なしとないが検討したいと答えた事業者は68.3%と今後日本を目的とした事業者を獲得するための施策が必要である。

# 【Q14】前問で「ある」と答えた方に伺います。北海道を目的地とした商品の取り扱いがありますか。【選択回答】

【Q14】前問で「ある」と答えた方に伺います。  
北海道を目的地とした商品の取り扱いがありますか。



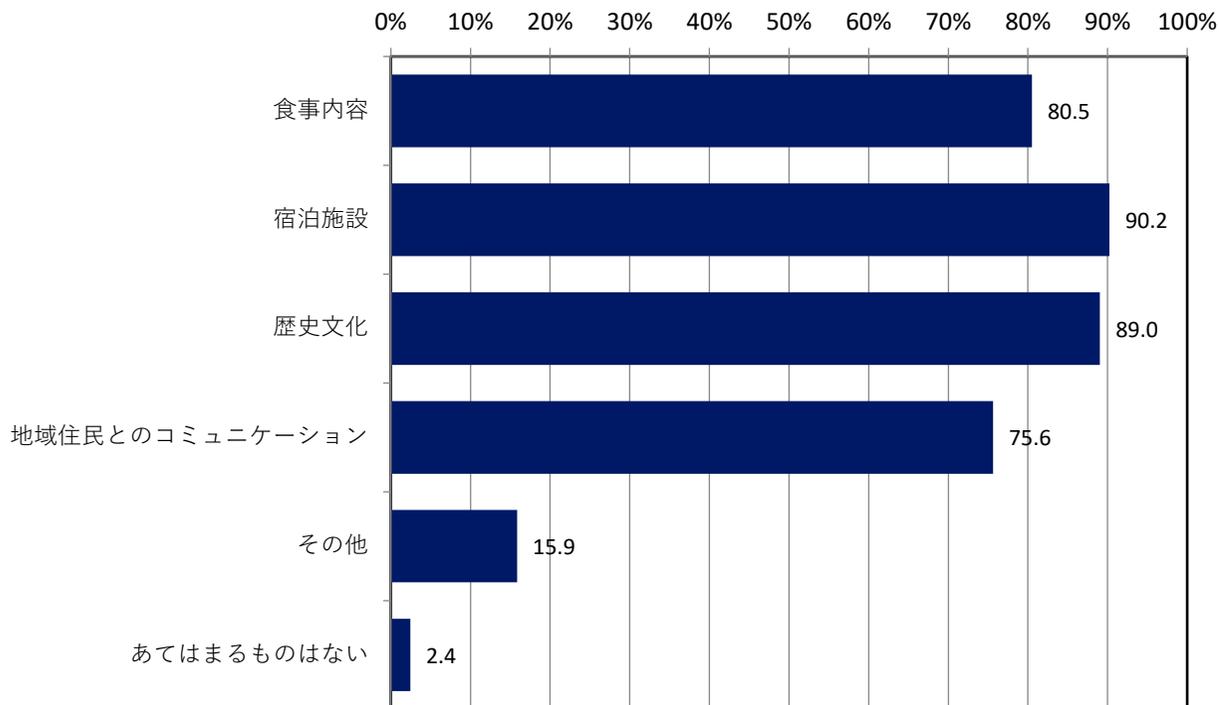
■項目別件数

1	ある	8
2	ない	7
3	ないが検討したい	11
	全体	26

訪日旅行商品の取り扱いがあると答えた事業者が30.8%で、なしとないが検討したいと答えた事業者は69.2%と今後北海道を目的とした事業者を獲得するための施策が必要である。

# 【Q15】アクティビティ以外のコース内容で重要視していることについて、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q15】アクティビティ以外のコース内容で重要視していることについて、あてはまるものをすべてお答えください。



## ■項目別件数

1	食事内容	66
2	宿泊施設	74
3	歴史文化	73
4	地域住民とのコミュニケーション	62
5	その他	13
6	あてはまるものはない	2

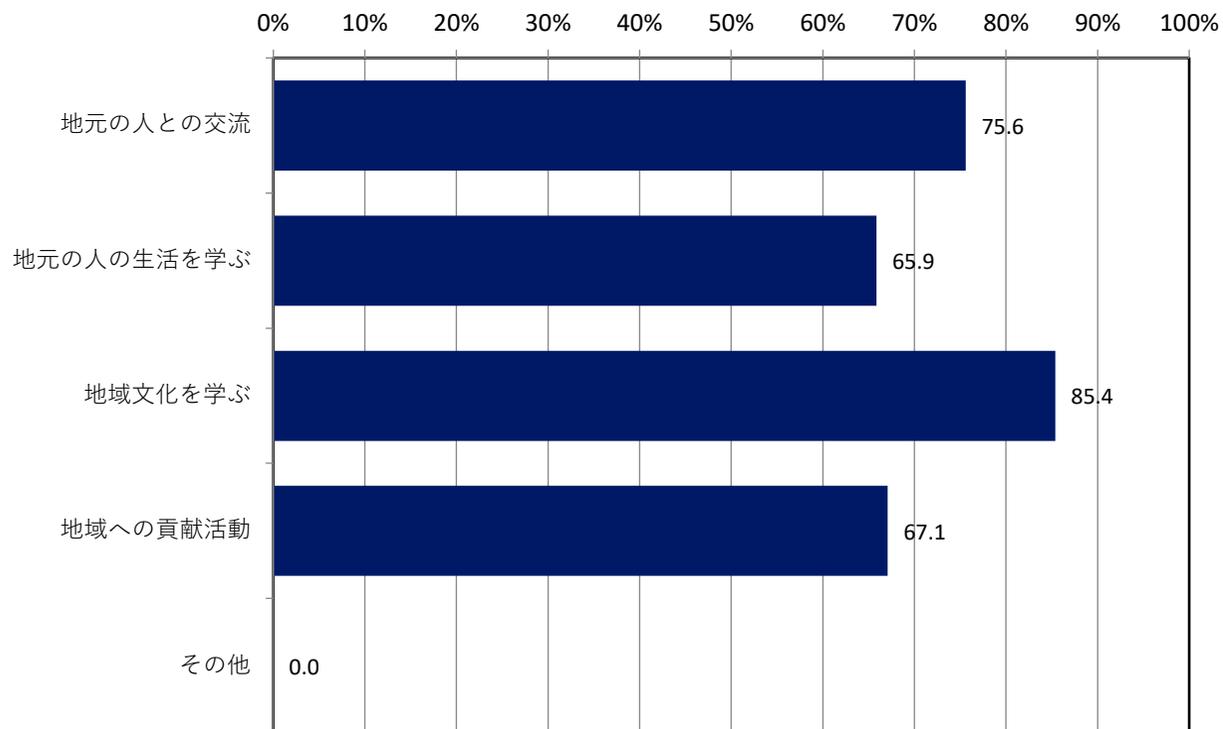
## ■その他の回答

1	一緒に仕事ができる現地のパートナーやオペレーターを見つけること。
2	野生動物の行動と移動方法
3	環境とサステナビリティ
4	安全性・カスタマイズ性
5	コスト/バリュー、景観、アクティビティの有無、英語が使えない場合の移動のしやすさ
6	サステナビリティ
7	サステナブルな取り組み
8	セルフドライブツアーのため、レンタカーを利用可能
9	サステナビリティ
10	安全性
11	風景
12	ガイドの英語力、お子様連れのご家族のガイド経験
13	印象に残りやすいこと

宿泊施設や歴史文化といったポイントへの関心が高いことが分かる。アクティビティ以外での関心がどれも高く海外ではアドベンチャートラベルの本質を理解したツアー造成が行われていることが分かる。その他の回答ではアクティビティ以外でもサステナビリティを重要視するという回答が複数あった。

## 【Q16】地域交流について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q16】 地域交流について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。



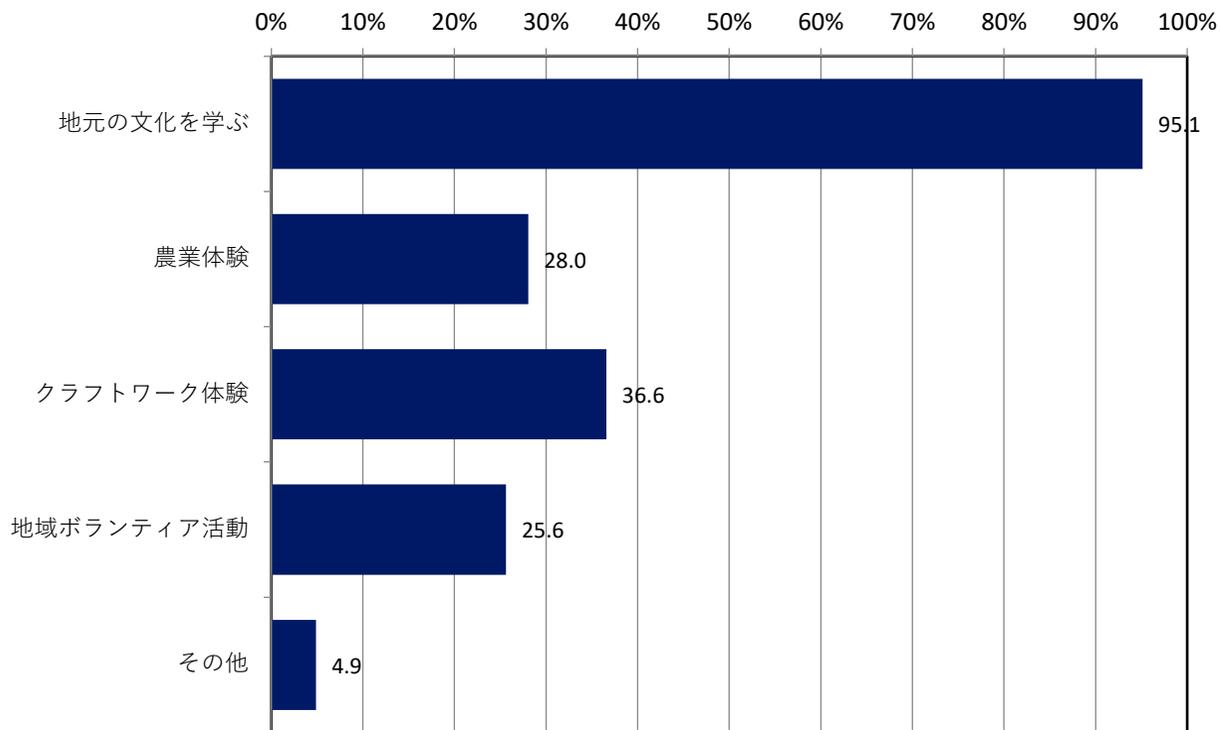
■ 項目別件数

1	地元の人との交流	62
2	地元の人々の生活を学ぶ	54
3	地域文化を学ぶ	70
4	地域への貢献活動	55
5	その他	0

地域交流においては、地域文化を学ぶことへの関心が高いことが分かる。  
地域交流に関すること全体的に関心が高いと言える。約半数を占めている。

# 【Q17】文化交流について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q17】文化交流について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。



## ■項目別件数

1	地元の文化を学ぶ	78
2	農業体験	23
3	クラフトワーク体験	30
4	地域ボランティア活動	21
5	その他	4

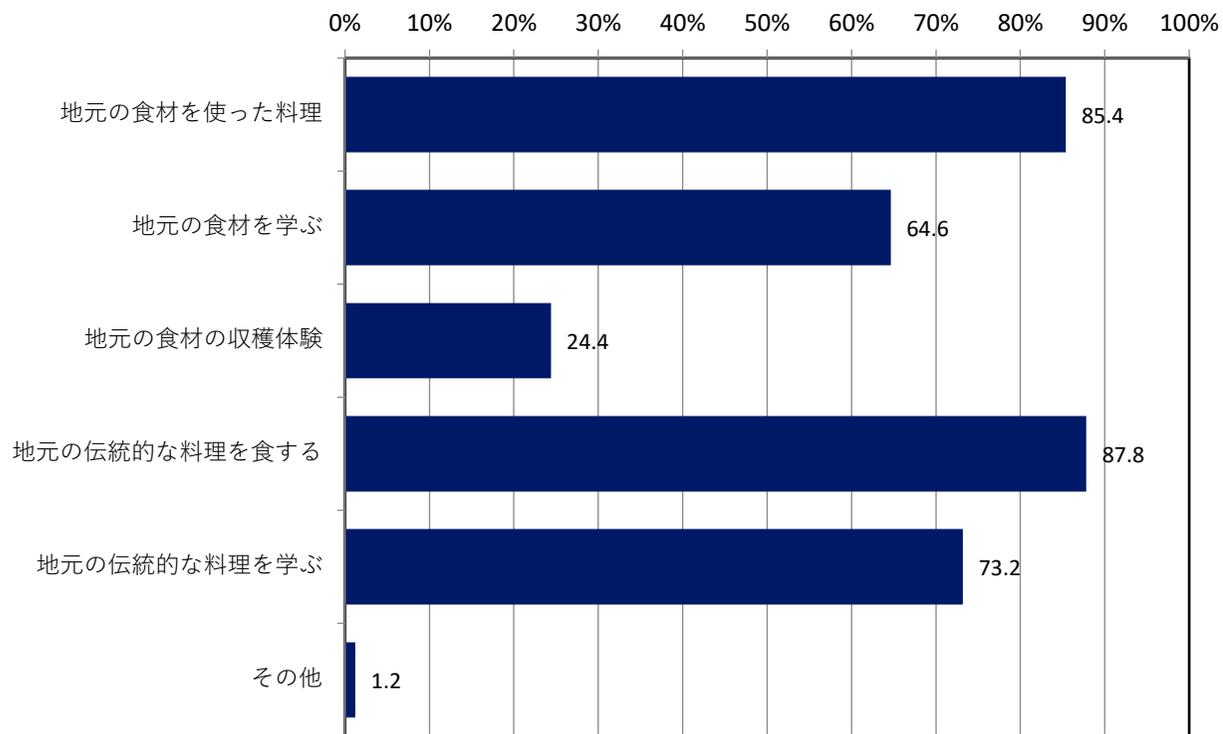
## ■その他の回答

1	人と野生動物の接触
2	調理法・食品
3	該当するものではありません。
4	現地の生活と食を体験する

地元の文化を学ぶということに関しての関心が高いことが分かる。

# 【Q18】食について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。【複数回答】

【Q18】食について期待する内容で、あてはまるものをすべてお答えください。



## ■項目別件数

1	地元の食材を使った料理	70
2	地元の食材を学ぶ	53
3	地元の食材の収穫体験	20
4	地元の伝統的な料理を食する	72
5	地元の伝統的な料理を学ぶ	60
6	その他	1

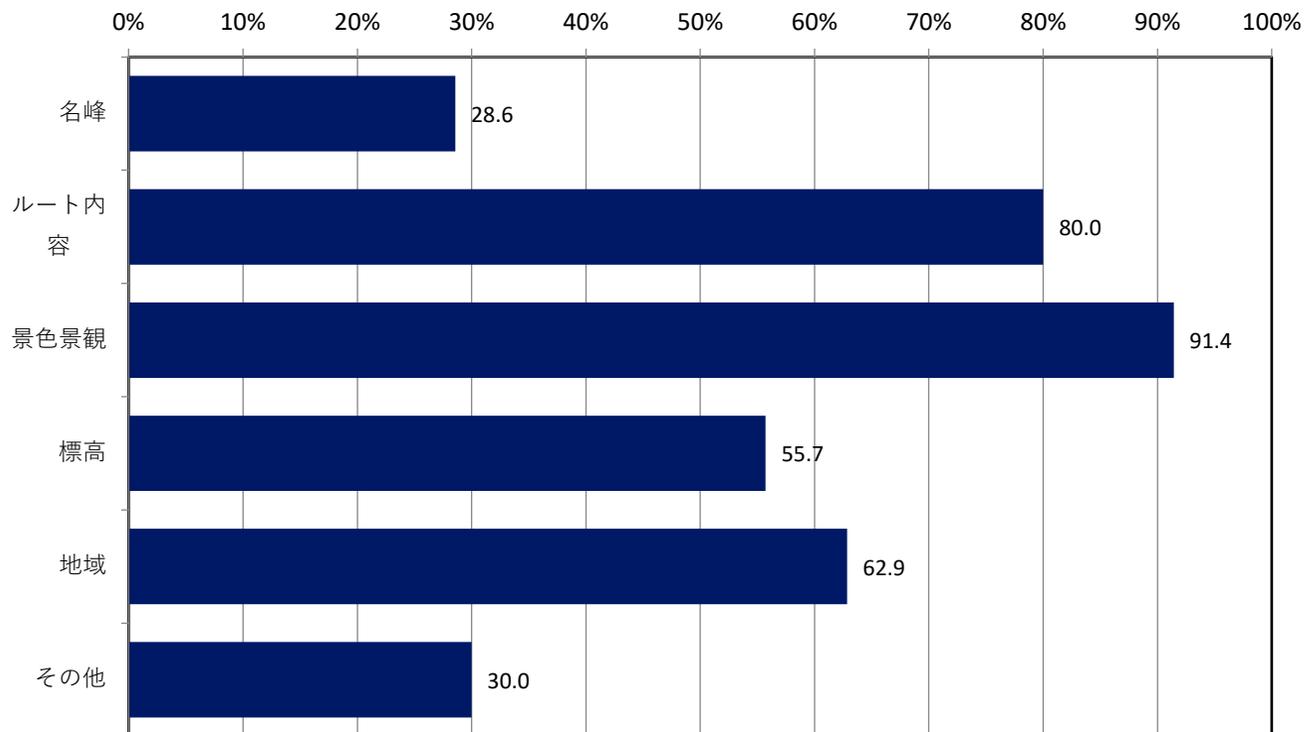
## ■その他の回答

1	旅行者が地産地消に出会えること
---	-----------------

地元の伝統的な料理を食する・地元の食材を使った料理といったポイントに関して関心が高いことが分かる。収穫体験に対しての関心が低い。

# 【Q19】山岳/登山/トレッキング/ハイキングのコース選択で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q19】 山岳/登山/トレッキング/ハイキングのコース選択で重要視することをお答えください。



景色景観への関心が一番高く、次いでルート内容を考慮するということが分かる。名峰への関心が高くない。

## ■項目別件数

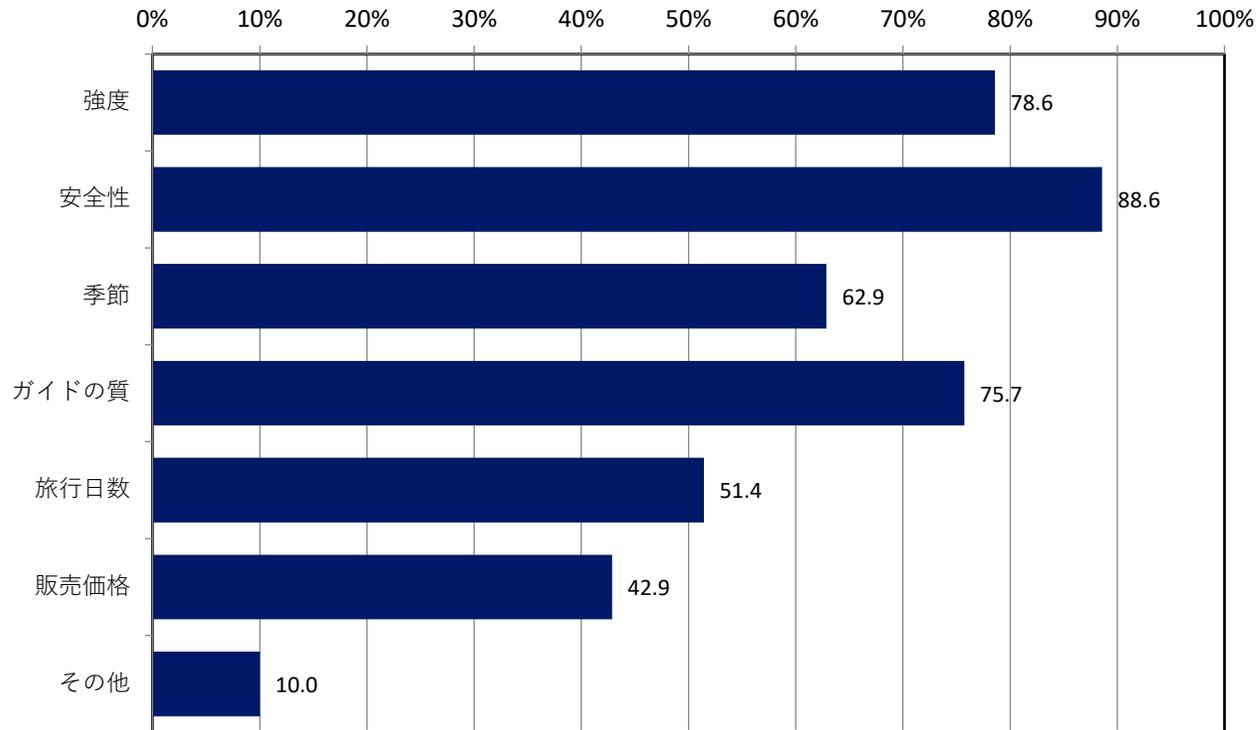
1	名峰	20
2	ルート内容	56
3	景色景観	64
4	標高	39
5	地域	44
6	その他	21

## ■その他の回答

1	トレイルの難易度
2	なし
3	アクセス方法
4	路面状況（岩、砂利、ダート、舗装）
5	優れたセルフナビゲーション ツール
6	資格のあるガイド
7	プロのガイド
8	困難なルートであること
9	アクセス方法
10	伝統、歴史、文化
11	野生動物の観察
12	バブに近い
13	安全性
14	宿泊施設の種類の質、食事の種類と質、現地オペレーターの質、毎日の距離と標高の変化、難易度、必要な技術
15	宿泊施設
16	歴史に関連すること
17	荷物の送迎と宿泊施設
18	アクセシビリティ / 家族向け
19	難易度
20	難易度
21	訓練を受けたスタッフ

# 【Q20】山岳/登山/トレッキング/ハイキングのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q20】 山岳/登山/トレッキング/ハイキングのツアー企画で重要視することをお答えください。



## ■項目別件数

1	強度	55
2	安全性	62
3	季節	44
4	ガイドの質	53
5	旅行日数	36
6	販売価格	30
7	その他	7

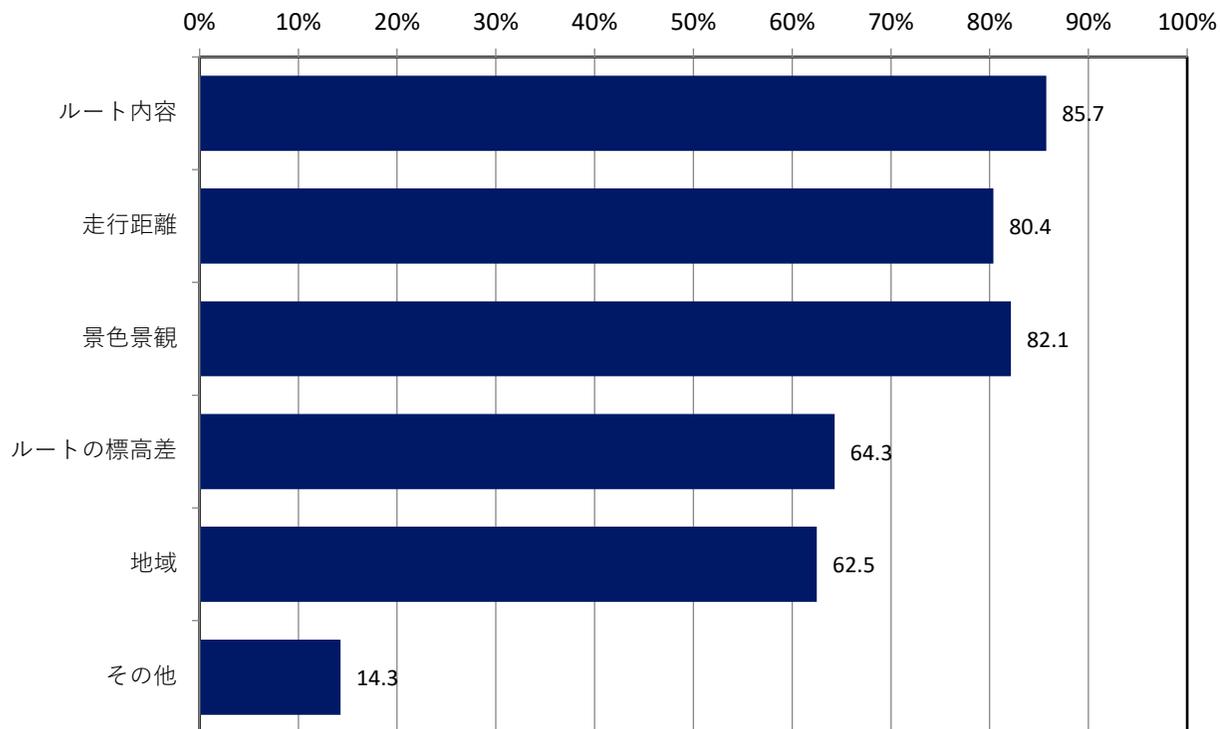
## ■その他の回答

1	なし
2	私たちが考えるコース内容に合わせられること
3	象徴的な風景
4	支援インフラ（宿泊施設、テント、山小屋など）避難時のヘリコプターによるアクセス
5	トレイルの質、宿泊施設の質
6	宿泊施設
7	販売しやすさ

安全性への意識が一番高い。次いで強度とガイドの質といったところへの意識が高いことが分かる。販売価格への関心が高くない。

# 【Q21】サイクリングのコース選定で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q21】 サイクリングのコース選定で重要視することをお答えください。



## ■項目別件数

1	ルート内容	48
2	走行距離	45
3	景色景観	46
4	ルートの標高差	36
5	地域	35
6	その他	8

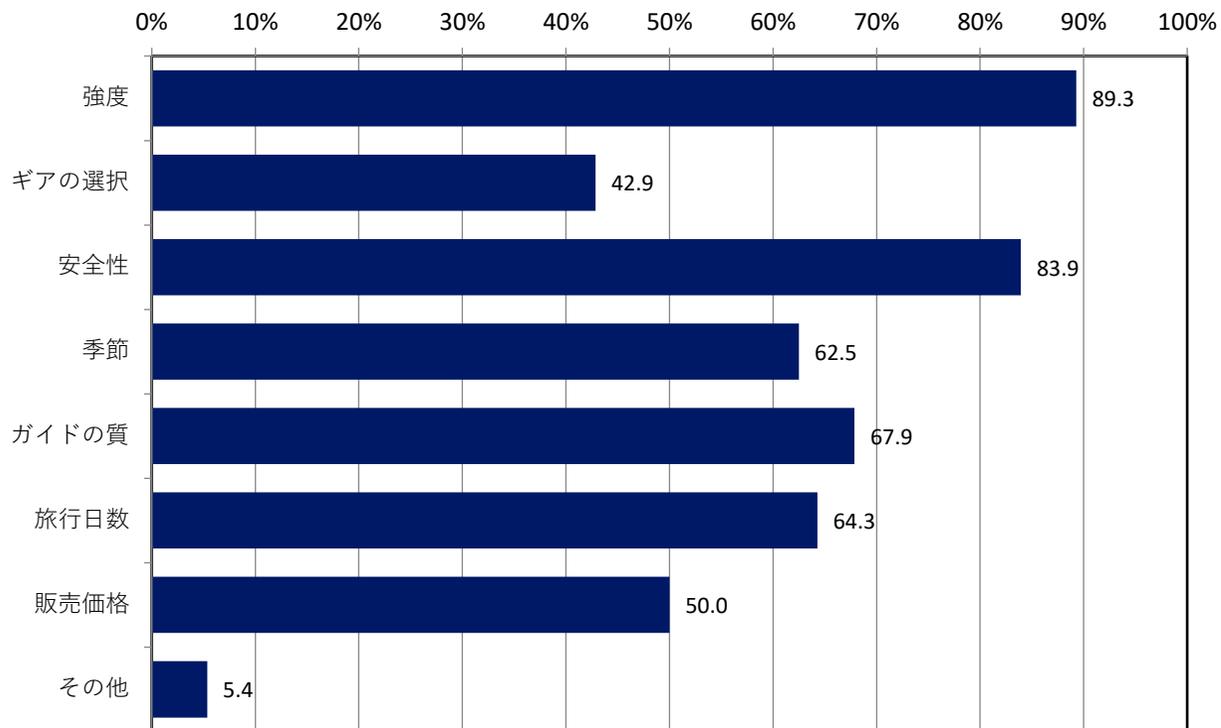
## ■その他の回答

1	文化的な見所やハイライト、そして私たちのマーケットで知られている観光スポット。
2	ルート、難易度、景観が重要
3	なし
4	文化、伝統、歴史
5	安全性
6	ローカルパートナーやサービス、交通アクセス、サイクリングに関連する施設
7	地元の人々との交流の機会、答えはクライアントが誰でも何を求めているかによります。
8	ユニークなルート内容

**ルート内容への意識が高いことが分かる。次いで景色景観と走行距離といったポイントへの意識が高いことが分かる。**

## 【Q22】サイクリングのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q22】サイクリングのツアー企画で重要視することをお答えください。



### ■項目別件数

1	強度	50
2	ギアの選択	24
3	安全性	47
4	季節	35
5	ガイドの質	38
6	旅行日数	36
7	販売価格	28
8	その他	3

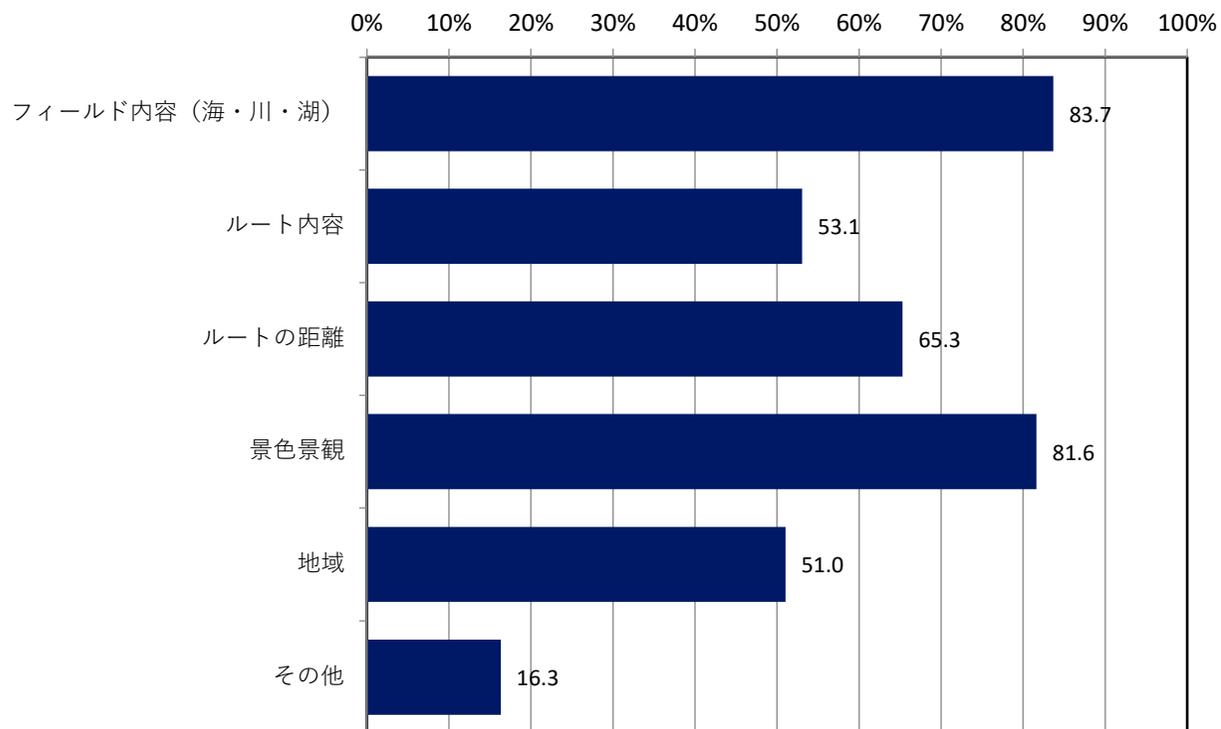
### ■その他の回答

1	なし
2	風光明媚な景観
3	レンタルバイクの価格

アクティビティ強度への意識が高いことが分かる。  
次いで安全性を意識することが分かる。ギアへの関心が低いことが分かる。

# 【Q23】ラフティング/カヌー/カヤックのコース選定で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q23】ラフティング/カヌー/カヤックのコース選定で重要視することをお答えください。



## ■項目別件数

1	フィールド内容(海・川・湖)	41
2	ルート内容	26
3	ルートの距離	32
4	景色景観	40
5	地域	25
6	その他	8

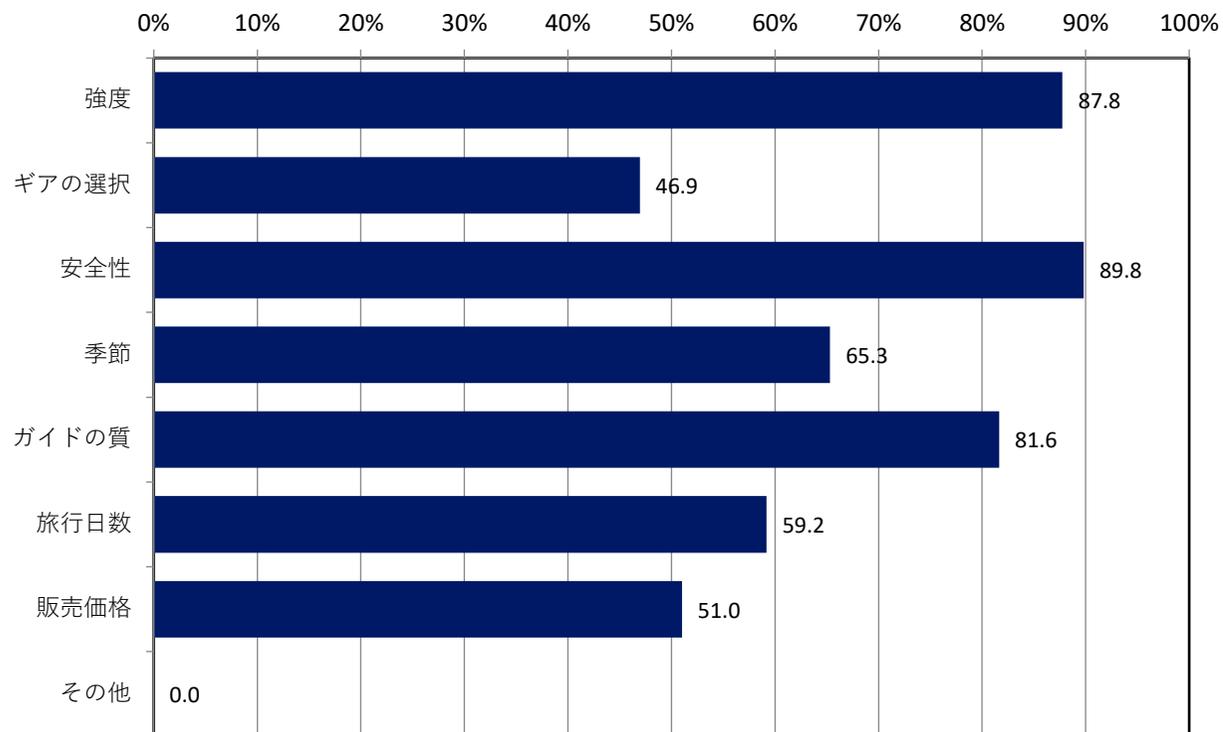
## ■その他の回答

1	なし
2	難易度
3	安全性
4	地元の人々との交流、機材の質、魅力、テーマ、など。
5	安全性
6	安全性
7	気象情報
8	アクセシビリティ / ファミリー向け

**フィールド内容への関心が一番高く、次いで景色景観を考慮するということが分かる。**

## 【Q24】ラフティング/カヌー/カヤックのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q24】ラフティング/カヌー/カヤックのツアー企画で重要視することをお答えください。



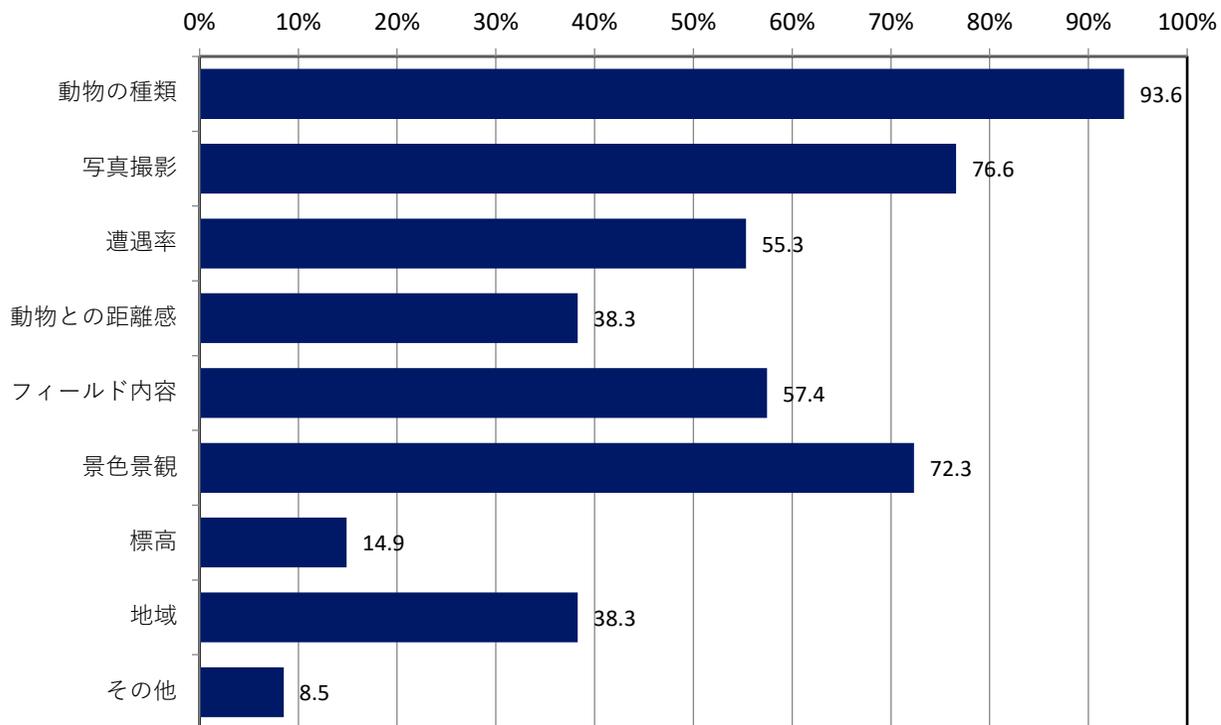
■ 項目別件数

1	強度	43
2	ギアの選択	23
3	安全性	44
4	季節	32
5	ガイドの質	40
6	旅行日数	29
7	販売価格	25
8	その他	0

安全性、アクティビティ強度への関心が高いことが分かる。  
ギアへの関心が低いことが分かる。

# 【Q25】野生動物ウォッチングのコース選定で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q25】野生動物ウォッチングのコース選定で重要視することをお答えください。



## ■項目別件数

1	動物の種類	44
2	写真撮影	36
3	遭遇率	26
4	動物との距離感	18
5	フィールド内容	27
6	景色景観	34
7	標高	7
8	地域	18
9	その他	4

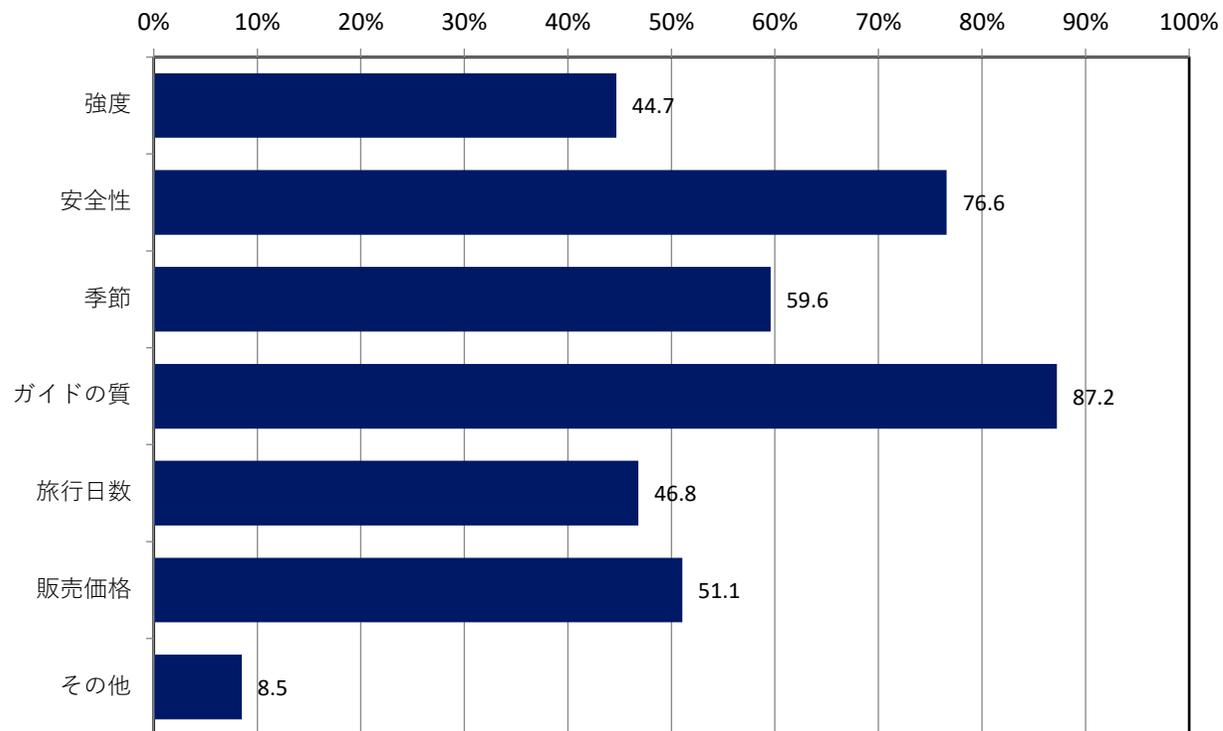
## ■その他の回答

1	保全の課題と行動
2	動物愛護の取り組み
3	生物種の多様性、生息地、宿泊施設、優秀なガイドの利用可能性
4	野生動物の販売は行っていません

動物の種類への関心が一番高く、次いで写真撮影と景色景観といった内容への関心が高いことが分かる。標高への関心が低いことが分かる。

## 【Q26】野生動物ウォッチングのツアー企画で重要視することをお答えください。【複数回答】

【Q26】野生動物ウォッチングのツアー企画で重要視することをお答えください。



### ■項目別件数

1 強度	21
2 安全性	36
3 季節	28
4 ガイドの質	41
5 旅行日数	22
6 販売価格	24
7 その他	4

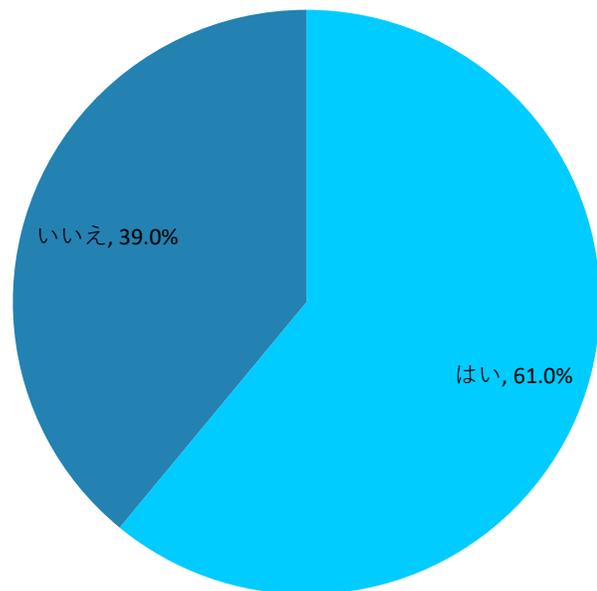
### ■その他の回答

1	ガイドの知識、旅行者への気配り。
2	どの季節にどのような野生生物が見られるかを知ることです。
3	なし
4	動物との正しい距離感

**ガイドの質への関心が一番高く、次いで安全性を考慮するということが分かる。**

## 【Q27】北海道観光振興機構からの情報をメール配信してもいいですか。【選択回答】

【Q27】北海道観光振興機構からの情報をメール配信してもいいですか。



■項目別件数

1	はい	50
2	いいえ	32
	全体	82

はいと答えた事業者が61%と北海道観光振興機構からの情報提供に関して高い関心を持っていることが分かる。