

1 背景・目的

国内のスキー・スノーボード実施人口が減少トレンドにある中、県内スキー場でも新しい顧客獲得の取組が進んでいる。その代表例が外国人観光客であるが、今回の分析では、スキー場、地域（観光協会・DMO）の冬の観光における入込み状況、ターゲット設定、外国人観光客の獲得への意欲、強み・弱み等をアンケート調査により現状把握し、外国人観光客の取り込みに向けた課題や方向性について、県内を4つのエリアに分類のうえ傾向を分析。併せて、訪日外国人観光客のトレンドや国ごとの特徴などもまとめた。スキー場を中心としたスノーリゾートエリアとして、今後の外国人観光客獲得の取組の検討材料としてご活用いただきたい。

置かれている現状
インバウンドの復活
「Japan Powder」の人気
県内で競合
ターゲットの多様化（本格スキー層、雪遊び層など）



現状把握と整理による県内競争回避

ターゲットを明確にした打ち出しが必要

< 県内4エリアの分類 >



北エリア/天然雪が豊富なエリア

<スキー場>
白馬Valleyエリア
志賀高原エリア
飯山・野沢エリア
長野市周辺エリア

<地域>
北信濃・長野・北アルプス地域
(長野市、須坂市、千曲市、埴科郡、上高井郡、上水内郡、中野市、飯山市、下高井郡、下水内郡、大町市、北安曇郡)



西エリア/天然雪が降り、冷え込みが厳しいエリア

<スキー場>
松本市周辺エリア
木曾エリア

<地域>
松本・木曾地域
(木曾郡 松本市 塩尻市 安曇野市 東筑摩郡)



東エリア/天候がよく、冷え込みが厳しいエリア

<スキー場>
佐久・軽井沢エリア
中央道八ヶ岳エリア

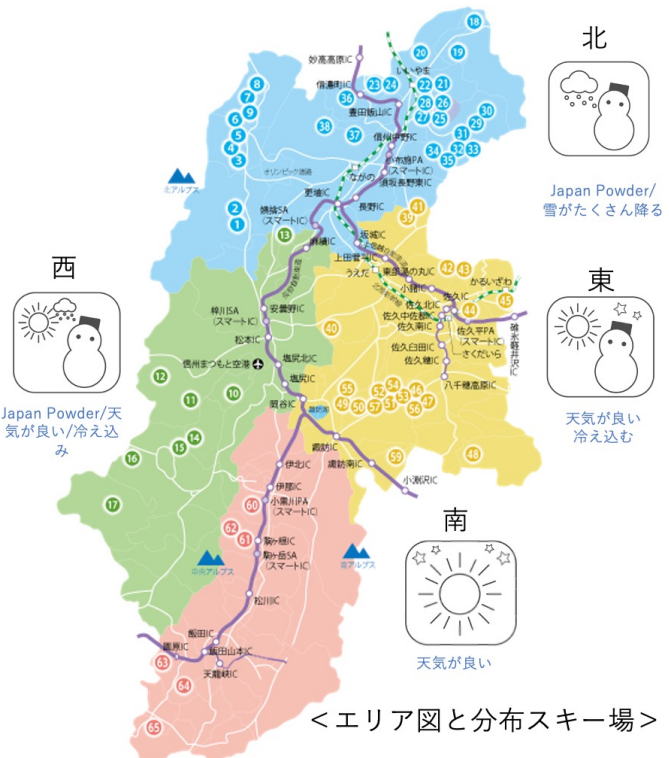
<地域>
佐久・上田・諏訪地域
(佐久市、小諸市、北佐久郡、南佐久郡、上田市、東御市、小県郡、諏訪市、岡谷市、茅野市、諏訪郡)



南エリア/晴天率が高いエリア

<スキー場>
伊那谷エリア

<地域>
上伊那・南信州地域
(伊那市、駒ヶ根市、上伊那郡、飯田市、下伊那郡)



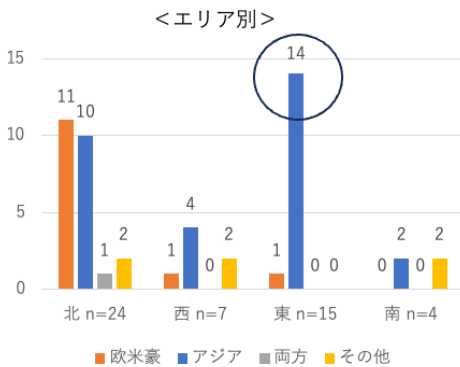
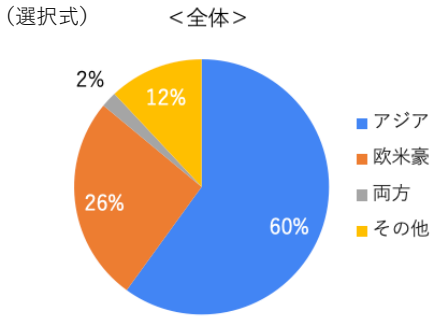
< エリア図と分布スキー場 >

2 スキー場・地域の来訪者と受け入れ環境の特徴

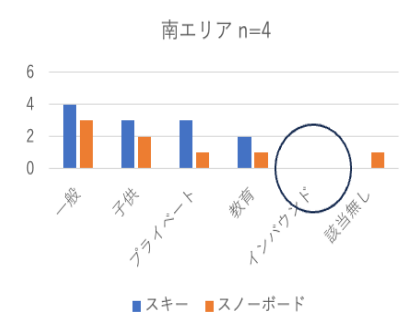
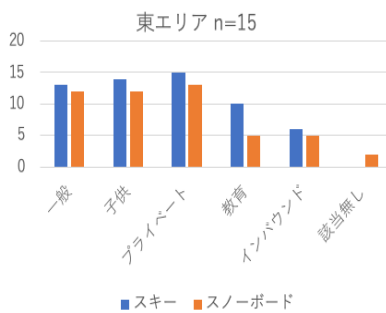
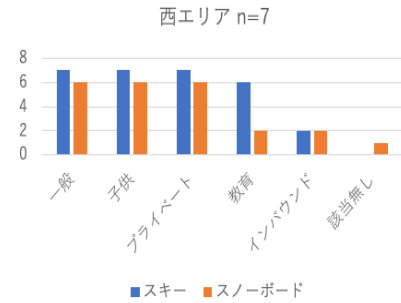
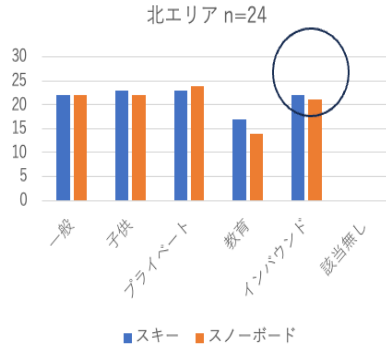
スキー場・地域それぞれの来訪者と受け入れ環境の現状を整理し、ギャップを可視化。



■インバウンドのリフト券購入で売れ行きが一番良い国 n=50 (選択式)



■エリア別 スキー場スクール対応メニューの状況 (複数回答)



■ スキー場・地域の特徴比較

北エリア

○エリア全体として、オーストラリア、中国（香港台湾）の回答比率が高い。 ○スキー場は「天然雪」を求めるスキー・スノーボード目的の外国人が圧倒的に多いことに加えて、地域の冬期間の体験コンテンツ内容と回答比率から、スノー関連の体験が目的としての来訪も多いことが伺える。 ○スノー関連の体験について、多言語対応が4エリアで最も進んでいる。 ○自動車のほか、鉄道利用、旅行会社の企画商品利用が多い。スキー場への直行バスも5割。 ○スキー場でキャッシュレス化が進んでいるが、地域間では差が大きい。

東エリア

○6割のスキー場が国内のみ、インバウンドはアジア圏 ○冬期間の体験コンテンツは自然体験・アクティビティ体験 ○英語でスノーシュー体験が可能 ○旅行会社の企画商品の回答比率が高い、鉄道が他エリアと比べて高い。 ○路線バスより直行バス ○エリア全体で、キャッシュレス化が進んでいる。

西エリア

○現状のスキー場顧客層は国内。地域は欧米豪の回答比率がアジアより高い。 ○冬期間の体験コンテンツは自然体験・食文化体験・ものづくり体験 ○英語でスノーシュー体験が可能 ○自動車のほか、鉄道利用が多い。スキー場利用者の路線バス/直行バスはなし。 ○スキー場でキャッシュレス化が進んでいるが、地域単位では把握ができていない所が多い。

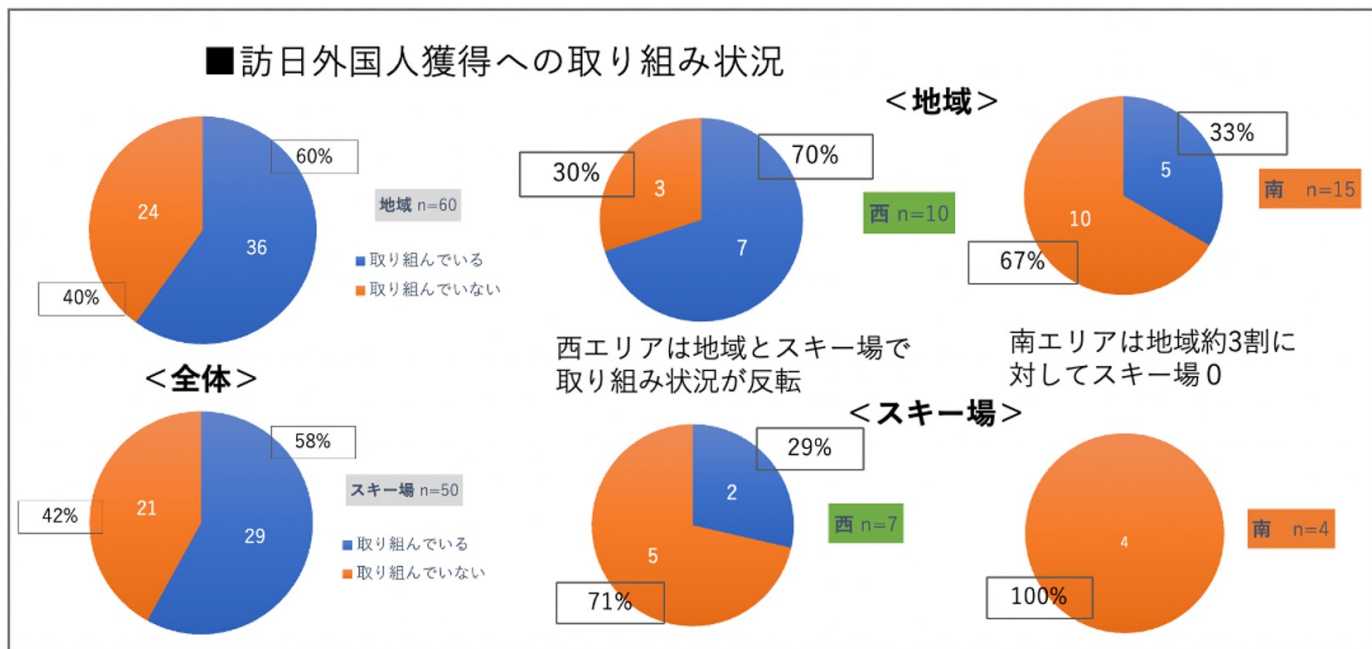
南エリア

○7割のスキー場が国内のみ、一部アジア圏 ○冬期間の体験コンテンツは自然体験・果物狩り ○スクール6割多言語対応不可 ○日帰りの回答比率が高い(67%) ○エリア全体で洋室比率が低い ○自家用車シェアが高い。 ○エリア全体で、キャッシュレス化が進んでいる。

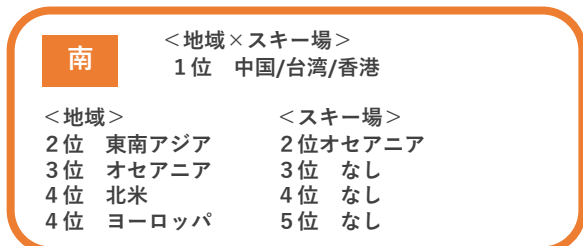
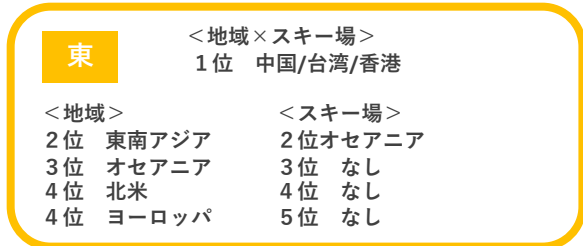
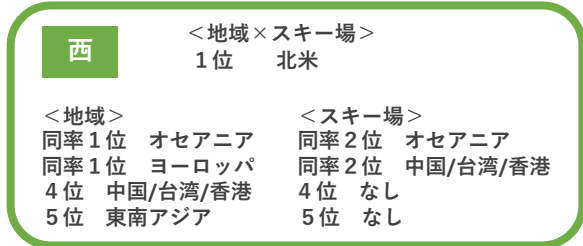
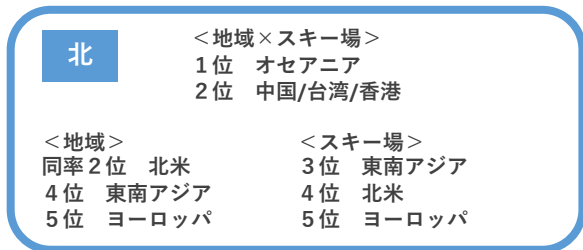


3 各エリアの訪日外国人旅行者獲得の取り組み状況と課題

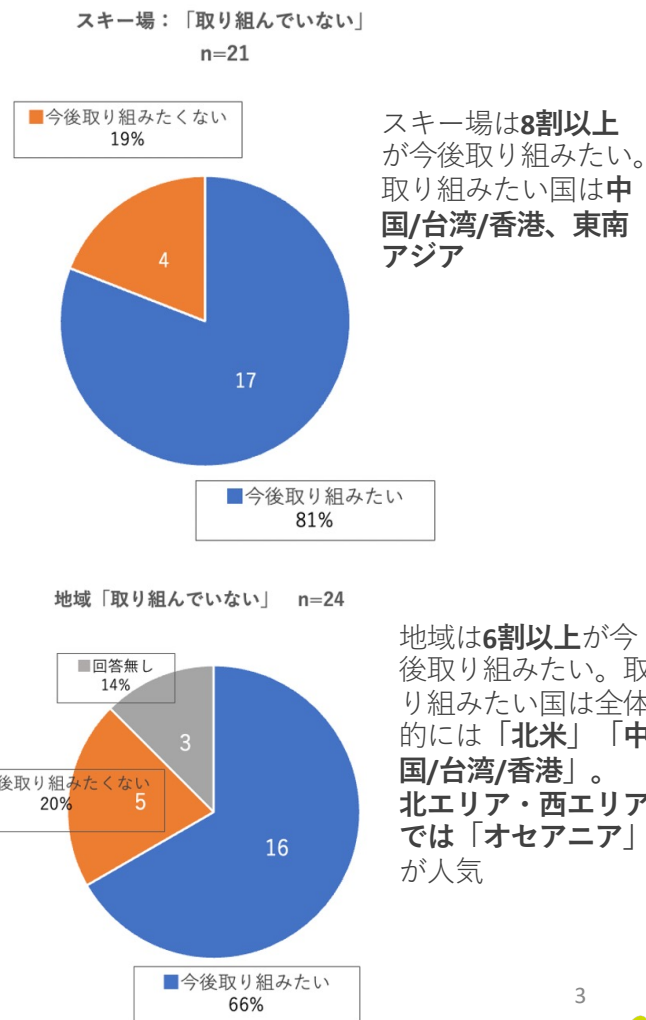
県全体で見ると、訪日外国人旅行者獲得に「取り組んでいる」地域とスキー場の比率はほぼ一緒で約6割程度であったが、4エリアでは差が見られた。特に西エリア・南エリアで大きく他との差が見られた。また、スキー場の回答においては、各エリアで差が見られるとともに、地域との間にも大きな差が出た。



■ 「取り組んでいる」と回答した地域とスキー場が、現在取り組んでいる国TOP 5



■ 現在「取り組んでいない」スキー場、地域の今後の意向



各エリア「スキー場」と「地域」の訪日外国人旅行者獲得に向けての課題 回答比率 (%)

■ スキー場の課題	北 (n=24)	西 (n=7)	東 (n=15)	南 (n=4)
多言語対応研修など人材育成	75%	43%	73%	75%
多言語対応への準備 (WEBサイト、パンフレット)	67%	57%	80%	50%
多言語ガイドの育成や獲得	58%	43%	80%	50%
インバウンド向け設備・サービスの充実	63%	43%	53%	100%
スクールの拡充	42%	43%	53%	25%
交通手段/キャッシュレス対応	33%	43%	53%	25%
宿泊施設の少なさ	29%	57%	20%	50%
PR手法	21%	29%	27%	50%
その他	4%	0%	0%	0%

訪日外国人旅行者獲得に向けての課題について、半数以上のスキー場が回答した項目 (50%以上) を赤で段階的に色分けした。

共通の課題として、「多言語対応への準備 (WEBサイト、パンフレット)」「多言語対応研修などの人材育成」「多言語ガイドの育成や獲得」「インバウンド向け設備・サービスの充実」が上位に上がった。

エリア別では、東エリア、南エリアで課題感が強い結果となった。

他地域に比べ、西エリアと南エリアでは「宿泊施設の少なさ」が高かった。

東エリアでは、「スクールの拡充」「交通手段/キャッシュレス」が高かった。

■ 地域の課題	北 (n=20)	西 (n=10)	東 (n=15)	南 (n=15)
多言語対応への準備 (WEBサイト、パンフレット)	50%	60%	80%	60%
多言語ガイドの育成や獲得	50%	60%	73%	67%
多言語対応研修など人材育成	60%	50%	60%	40%
スクールの拡充 (スキー関連)	20%	0%	33%	7%
交通手段/キャッシュレス対応	60%	60%	47%	33%
PR手法	20%	50%	33%	20%
インバウンド向け商品・サービスの充実	50%	60%	67%	47%
宿泊施設の少なさ	35%	50%	27%	40%
その他 (アクセス (交通環境等) /外資系ホテルや5つ星ホテルが無い。ハラル認証のレストランが無い。/外部体験コンテンツのインバウンド対応 など)	0%	20%	0%	7%
回答なし	20%	10%	7%	27%

共通の課題として、「多言語対応への準備 (WEBサイト、パンフレット)」「多言語ガイドの育成や獲得」について全てのエリアで高い回答比率となった。次いで、「多言語対応研修などの人材育成」「インバウンド向け設備・サービスの充実」も上位の課題となった。

エリア別では、西エリア、東エリアで課題感が強い結果となった。

他地域に比べ、西エリアは「宿泊施設の少なさ」「PR手法」が高かった。

南エリアにおいては、最も訪日外国人旅行者獲得に向けての課題感が弱い結果となった。

スキー場と地域との課題感は概ね共通点が見られるが、南エリアだけは両者に置いて大きな差異が見られた。



4 各エリアの強みと弱み

■各エリアの強み

北	●スキー場・地域共通の強みとして、「豊富なゲレンデバリエーション」、「滑る環境（降雪量）（雪質）」が上位だった。 ●スキー場としては上記のほか、「飲食の充実」「インバウンドフレンドリー」があがった。特に「インバウンドフレンドリー」は3割が回答し、4 エリアのうち唯一の回答となった。（他は0） ●「地域連携体制」についても高い回答比率となった。 ●地域の冬期間のコンテンツでは、「自然体験」45%、「祭り/イベント」35%が上位にあがった。特に「祭り/イベント」は、4 エリアで最も高い回答比率となった。また、スノーシューをはじめ、スノー関連のコンテンツは4 エリアで最も豊富だった。
西	●スキー場・地域共通の強みとして、「滑る環境」という回答が最も多かった。 ●スキー場では「リフト券の種類や金額」「飲食の充実」の回答比率67%と、同じく高かった。 ●地域の冬期間のコンテンツでは「自然体験」「アクティビティ体験」「伝統文化体験」「食文化体験」「祭り/イベント」が3割の回答比率だった。また、雪関連のコンテンツの数は少ないが、バリエーションがある
東	●スキー場・地域共通の強みとして、「滑る環境」が最も多い回答となった。 スキー場としては、「交通（アクセスの良さ）」「飲食の充実」の回答比率が高かった。 地域の回答で「リフト券の種類や金額設定に優位性がある」「レンタルの種類が豊富」の回答比率が高かった。スキー場と比較して、「レンタルの種類が豊富」は4割ほどの回答があり共通しているが、「リフト券の種類や金額」についてはスキー場の回避率はそれほど高くなかった。また、「スキー場との連携体制がとれている」、「宿泊施設が充実している」の、回答比率が4 エリアで最も高かった。「スノーシュー体験」の回答比率も4 エリアで最も高い。スノーギアのレンタルショップは3割が回答。
南	●スキー場の強みとして、「交通（アクセスの良さ）」の回答比率が100%となった。次いで、「レンタルの種類が豊富」。地域においては、スキー場についての質問は、未回答が最も多く8割を超えたが、地域の冬期間のコンテンツでは、「自然体験」と「伝統文化体験」の回答比率が4 エリアで最も高い。

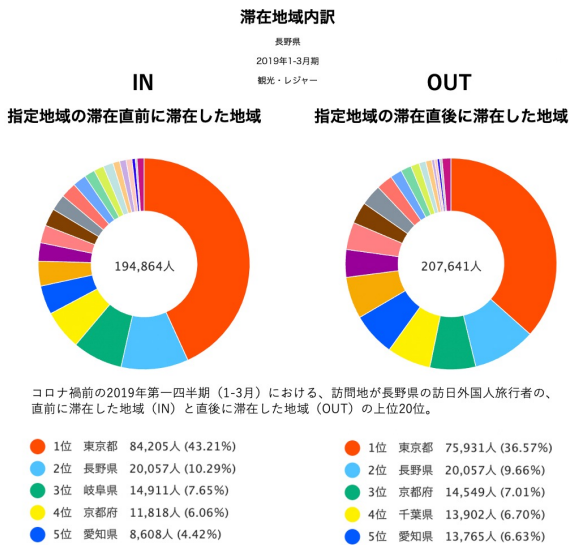
4 エリアでの共通点としては、地域におけるスキー場外の冬のコンテンツについて「スノーシュー」はどのエリアも強みとして回答している。

■各エリアの弱み

北	●スキー場関連の弱みについての回答は、他エリアと比較して少なかった（地域は回答なし7割） ●スキー場からの回答は、「交通の便が悪い」「外国語対応ができない」「宿泊施設が充実していない」が上位にあがった。「交通の便が悪い」は白馬バレー、志賀高原エリアの回答が多い。「外国語対応ができない」と「宿泊施設が充実していない」は地域を問わず、広域な課題となっている。また、その課題の深さもまちまち。外国語対応の場合等でも、全くできない場合と、できていても人が足りない場合がある。 ●スキー場の回答では強みの上位に来ていた「飲食店の充実」が、地域の回答の、「スノーリゾート周辺について”では、弱み「飲食店が充実していない」として、上位にあがった。スキー場内では充実している飲食も、一歩外に出ると地域では充実していないという、ギャップのある回答となった。また、「スキー場外のコンテンツについて（雪関連）」について、雪上モビリティ、雪遊びなど、雪はあるもののコンテンツ化されていないという回答も多くあった。
西	●スキー場で、「交通の便が悪い」「宿泊施設が充実していない」が木曽エリアの回答で上位にあがっている。 ●全体で「外国語ガイド対応ができない」「スクールの種類が少ない」が上位にあがった。 ●地域の回答として、「回答無し」が8割回答。「外国語ガイド対応ができない」も2割が回答した。 ●「スノーリゾートと周辺について」においては「外国語対応ができない」、「スキー場外のコンテンツについて（雪関連）」では、雪上モビリティや雪あそびなどがあがり、雪があってもコンテンツ化されていない状況となった。
東	●スキー場・地域ともに、「外国語対応ができない」「設備が整っていない」「ゲレンデバリエーションが少ない」が上位にあがっている。特に「外国語ガイド対応ができない」は、スキー場で約5割、地域で6割以上と東エリア該当のスキー場、地域では最大の弱みとして認識されているという共通点があった。 ●「スノーリゾートと周辺について」においては、「外国語対応ができない」「飲食店が充実していない」「インバウンドフレンドリーでない」が上位にあがった。また、「スキー場外のコンテンツについて（雪関連）」では、雪上モビリティやかまくら大変などがあがり、雪があってもコンテンツ化されていない状況となった。
南	●スキー場・地域ともに、「ゲレンデバリエーションが少ない」「外国語ガイド対応ができない」が上位となった。ほか、スキー場の回答で「設備が整っていない」「宿泊施設が充実していない」「インバウンドフレンドリーではない」などがあがった。 ●地域からは、「滑る環境」「スクールの種類が充実していない」があがった。なお、地域からの「回答なし」が8割となった。 ●「スノーリゾートと周辺について」においては、「交通（アクセス）が悪い」も、上位となった。

「外国語対応ができない」と「宿泊施設が充実していない」は地域を問わず、広域な課題となっている。





観光庁等のオープンデータから、「訪日外国人旅行者の動向と今後の市場の推計」、「主要10カ国の訪日外国人旅行者の傾向」を整理し、可視化。

2022年12月～3月+2023年12月
対象：中国・台湾・香港・タイ
条件：名古屋からの訪問地
(常滑、東京、関西方面除く)

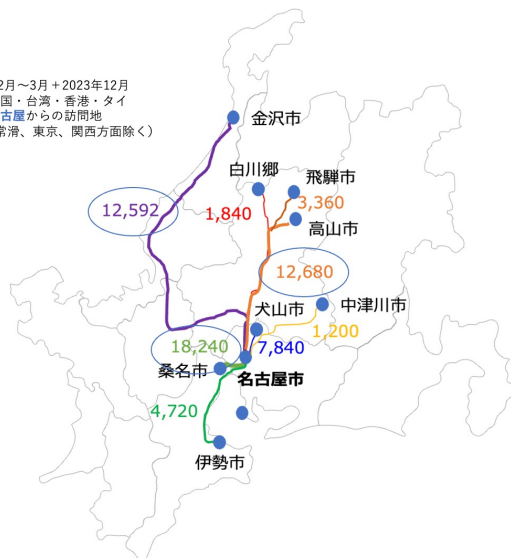
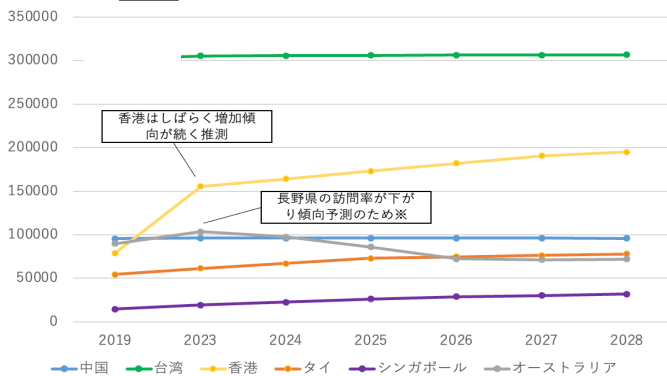


図7 訪日外国人訪問者数の推移（推計）



出典：2019年訪日率/JNTOデータハンドブック、長野県訪問率/観光庁訪日外国人消費動向調査 出国率/国際連合世界人口統計予測

国	増減	傾向
●中国	→	横ばい
●台湾	→	微増。冬期間が増やせるかが鍵。
●香港	→	増加傾向
●タイ	→	増加傾向
●シンガポール	→	増加傾向
●オーストラリア	→	減少傾向。ほぼ冬期間での来県のため、シェアがどれだけ取れるかが鍵



5 今後の展開

協力を得た各スキー場、観光協会・DMOにおいては、訪日外国人獲得という同じ目的に対して、本調査で浮き彫りとなった自地域におけるスキー場、観光協会・DMO間のギャップや県内他地域の現状（強み）と課題（弱み）に着目、検証する等、今後の地域内外の連携に向けた活用を期待したい。

なお、今回の調査は受け入れ側の現状を調査、把握したものであり、今後は必要な施策等に応じて顧客側への調査（市場調査等）を実施していく必要がある。

今後のターゲットについては、北部エリアを中心にプロモーションを行ってきた欧米豪マーケットに加え、受入側の県内スキー場、隣接地域ともに取り組みたい意欲のある国として「中国/台湾/香港、東南アジア」を上位に挙げていること、市場の伸びが予測される“アジア”についても着目していきたい。空港や移動元からの導線、コロナ禍を経ても活況の「ゴールデンルート」のプラス1への組み込みを検証するなど、より明確なターゲティングに基づいた地域の強みを活かした冬期コンテンツ造成が重要となってくる。

これらを踏まえ、訪日外国人旅行者の獲得において課題感を抱えながらも意欲のある、西エリア、東エリアを中心に中国/台湾/香港、東南アジアの客層獲得を目指す為の支援（コンテンツ造成やプロモーション等）を検討する。

