

地域における取組例【観光】アドベンチャーツーリズム市場獲得に向け、地域マーケティング戦略策定！

鶴雅リゾート(株) (北海道釧路市)

- 地域ならではの強みを活かした宿・エリアづくりを実践し、道内に8の宿泊施設、飲食店等を有する。
- 海外の個人旅行客を受ける専属の部署を設置。宿泊予約に加え、レンタカー予約、専属の担当者名と携帯電話番号を記した「安心カード」の配布など、きめ細かな対応でインバウンドのリピーターが増加。

ポテンシャル (強み)

- 北海道は、アドベンチャーツーリズムに必要な「**アクティビティ**」、「**自然**」、「**異文化体験**」の3要素が揃うエリア。
- 旅行業者、サービス業者、一次生産者、運送業者、食品加工業者、流通・小売業者との多様な取引拡大による経済波及効果に期待。

取組内容

- Adventure Travel Trade Association (ATTA) ボードメンバーの招聘
- Adventure Travel Trade Summit (ATWS) へ参加
- マーケティング戦略の取りまとめ

アドベンチャーツーリズム市場における富裕層顧客需要の獲得

<ハイエンド向けサービスの検討>

域内観光関連事業者、
JTBグループ、
航空会社

<海外への情報発信>

北海道運輸局、
北海道アドベンチャートラベル協議会、
阿寒観光協会まちづくり推進機構、
関係自治体

鶴雅リゾート(株)



資本金：5千万円
売上：62億円
従業員：319名

◆ アドベンチャーツーリズムに関心のあるハイエンドなインバウンドに対し、多様なサービスを提供

<Adventure Travel Trade Association>

各国・地域のメディア、政府観光局、観光協会、DMO、アウトドアメーカー等で構成され、およそ100か国1000会員数を擁する世界で最も権威のあるといわれるアドベンチャーツーリズム組織団体。本拠地はシアトル。

<Adventure Travel World Summit>

- ◆ ATTAが主催する、世界最大のアドベンチャー・トラベル・サミット。
- ◆ 世界の富裕層やメディア等1000人近くが参加。
- ◆ 「エクスカージョン」によるアクティビティ等の観光体験
- ◆ 「プレゼンテーション」「ネットワーキングスペース」による情報発信
- ◆ 「マーケットプレイス」での商談会等

地域への経済波及