



# 北海道大学

## 富良野スキー場の若年層の顧客開拓

2023年3月28日

北海道大学DX教育プログラム 観光チーム

安孫子 啓介, 大西 克弥, 川谷 維摩, 白川 航, 町 光二郎, 西田 叡倫

# 本日のお品書き

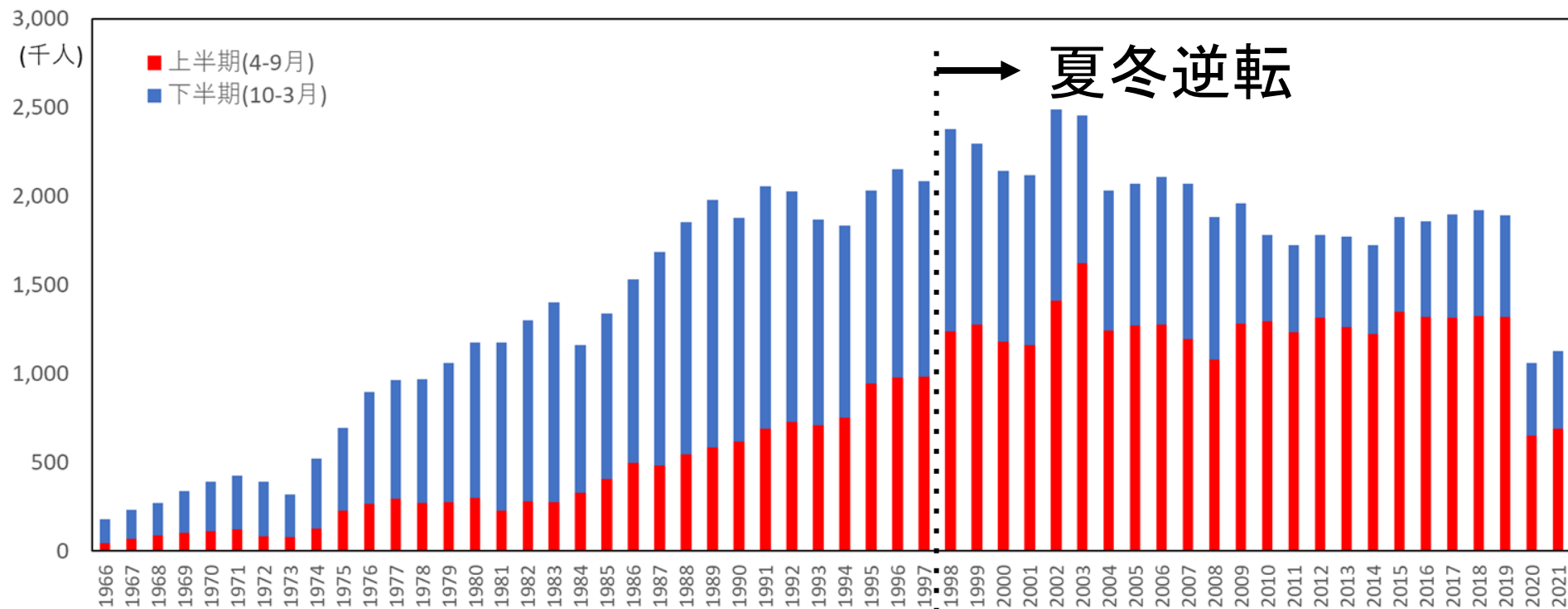
- 冬のコンテンツの広告と顧客データの収集
- SNSの活用に関する調査報告
- その他候補に挙がった案の紹介



# 冬のコンテンツの広告と 顧客データの収集

# 背景: 富良野市における観光客推移

現状：冬季の観光客数が減少傾向  
→ スキー客増加で解決

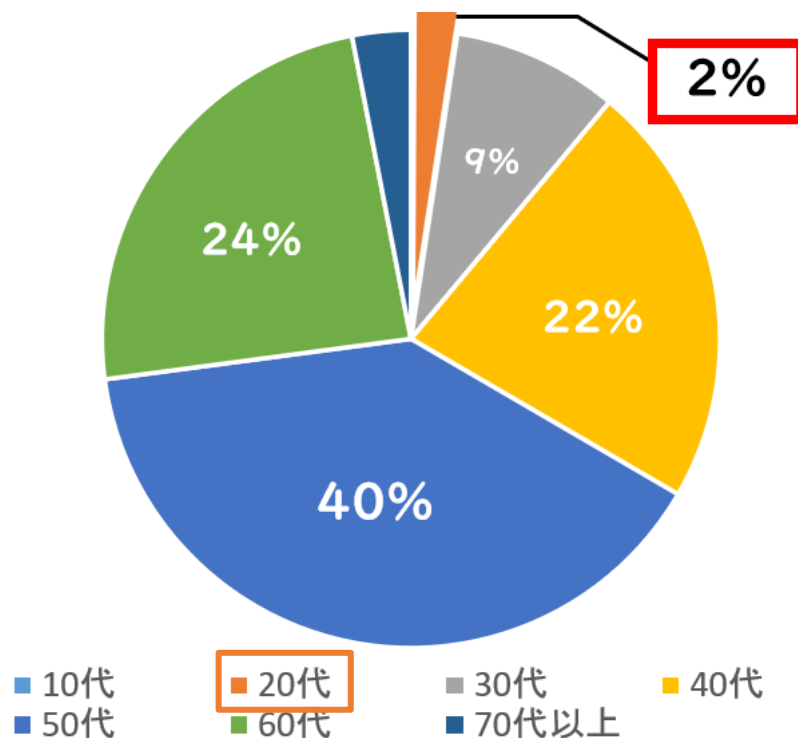


富良野市, “令和4年度入込結果” (閲覧日2023/3). (年度)



# 背景: 分析のためのデータの不足

特に若者を対象としたデータが不足している

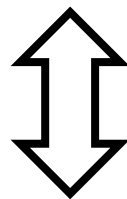


じゃらん, “富良野市の観光ならびにマチに関するアンケート”.



# 背景:我々の富良野に対する認識

夏（ラベンダー）のイメージが強い



冬のイメージが無い



# たとえば . . .

## Googleで「京都」と「群馬」でそれぞれ検索すると



Holiday [ホリデー]  
京都の見どころ徹底解説！定番の京都グルメや観。



一休  
2023年！京都観光で行きたい名所！京都旅行。



www.homes.co.jp  
特集！京都は暮らしやすい街！魅力とおすすめ。



livejapan.com  
京都旅行するなら知っておきたい110のこと..



M マピオン  
群馬県 都道府県から地図を..



地籍調査  
地籍調査状況マップ群馬県 | ..



J-LIS 地方公共団体情報シス..  
J-LIS 群馬県



群馬県観光協会  
アクセス | ググっとくま公式サイト | ..



語源由来辞典  
群馬県 / くままけんの意味・語源・由来を解説..



阪急文通社  
京都で人気・おすすめの観光スポット | 阪..



一休  
2023年！京都観光で行きたい名所！京都旅行。



アットホーム  
京都といえば？京都府民以外に聞いた京都のイ..



Holiday [ホリデー]  
2021年版！京都観光におすすめのスポット79選 | ..



W Wikipedia  
群馬県 - Wikipedia



SKYWARD+・JAL  
群馬県 | 観光スポットおすすめ20選【2023年..



群馬県  
くま百名山位置図 (拡大..



ホームメイテ・リサーチ  
ホームメイテ・リサーチ | 群馬県..



安中市  
安中の魅力 | あんなか日記



# 富良野はどうか

## 「富良野」と検索すると・・・



北海道ラボ  
富良野へラベンダーを見に行こう！時期、見...



Yahoo!トラベル - Yahoo! JAPAN  
2023年 富良野で人気の観光・お出かけス...



livejapan.com  
富良野・美瑛・層雲峡 - LIVE JAPAN (日...



近畿日本ツーリスト  
雄大な自然に囲まれた富良野を観光するならぜひ行っ...



HIS  
花と香りに癒される「富良野」のおすすめ...



www.city.furano.hokkaido.jp  
富良野市



楽天トラベル - 楽天市場  
富良野観光の魅力24選！ラベンダー畑やレジャー...



オリオンツアー  
富良野・美瑛の絶景をふたり占め！カ...

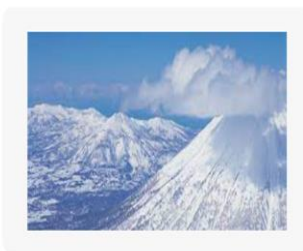


# 他の地域（スキー場）はどうか

「ニセコ」「ルスツ」検索すると・・・



Hanazono Niseko  
Hanazono Niseko | ゲレンデマップとエリアマップ



Niseko United  
ニセコ全山とは | ニセコユニテッド



一休  
客室で温泉が楽しめるニセコのリゾートホテル | 一休コジエ.



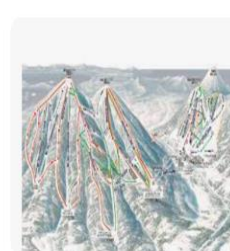
R ルスツリゾート  
北海道 ルスツリゾート遊園地



R ルスツリゾート  
北海道 ルスツリゾート遊園地



R ルスツリゾート  
アトラクション - 北海道 ルスツリゾート遊園地



R ルスツリゾート  
冬のルスツ - 北海道 ルスツリゾートスキー場



東急不動産  
ニセコエリアのまちづくり | ウェルネス事業 |



www.homes.co.jp  
リゾート・不動産開発が進む「世界のニセコ」



www.homes.co.jp  
リゾート・不動産開発が進む「世界のニセコ」



P プレジデントオンライン  
お金があるからではない | 富裕層がニセコの不



R ルスツリゾート  
北海道 ルスツリゾート遊園地



R ルスツリゾート  
アトラクション - 北海道 ルスツリ...



トリップアドバイザー  
2023年 留寿都村で絶対泊まりたいホテル！ 旅館...



じゃらんNet  
ルスツリゾートホテル&コンベンション - 産...

ニセコ

ルスツ



# 現地フィールドワークを経て

「また冬の富良野を訪れたいか？」

→グループ全員が「**行きたい**」と回答。



富良野スキー場にて



ニングルテラスにて

# フィールドワークで感じた課題

初心者→レッスン  
経験者→自由滑走 に分かれた結果

一度も交流が生まれなかった

グループでスキーを最大限楽しむには  
同レベルの仲間が必要でありハードルが高い

→スキー以外のコンテンツでも集客を狙う



# 冬の富良野に対する我々の考え

「知られていないだけで、魅力はある」

→まずは、今ある魅力を周知する必要がある。

ニングルテラス



ワカサギ釣り



犬ぞり

など

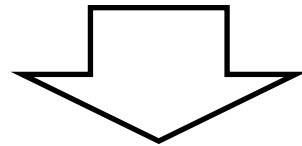


# 方針: 夏に来た人に冬も来てもらう

年間の観光客数自体は多い（年間150万～200万人）

※市町村別入込観光客数15位／179位（2019年）

観光客との接点はすでに確保できている



冬の魅力を知ってもらうチャンスは眠っている



# 提案: コンテンツを横断する割引

夏に来た観光客に対して冬のコンテンツを割引

ねらい: 冬のコンテンツを知る機会の創出  
経済的なインセンティブによる動機づけ

夏 クーポン配布

宿泊施設

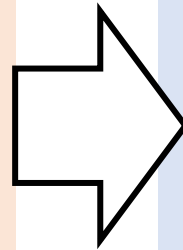
Coupon

ラベンダー畑

Coupon

フラノマルシェ

Coupon



冬 クーポン利用

スキー

歓寒村

犬ぞり

など



# データを収集する枠組み

クーポンの利用者のデータを収集できる

属性ごとに分析が可能

→新しいコンテンツを考える時に役立つ

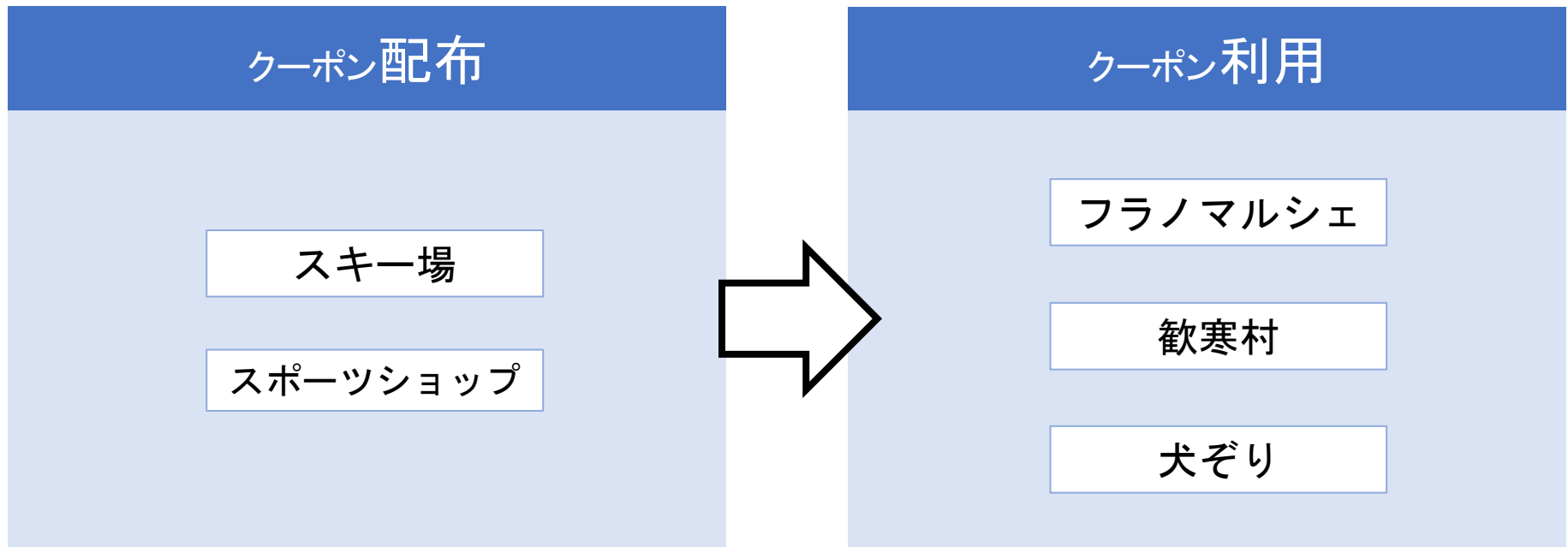
属性		利用者数			
年齢	性別	スキー	観寒村	犬ぞり	...
10代	男性	8	2	20	...
10代	女性	7	10	5	...
20代	男性	10	3	15	...
20代	女性	11	14	8	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
60以上	女性	1	12	0	...



# スキーに限定した応用も可能

## スキー関連の店舗でクーポンを配布

→スキーに興味を持つ人が他に興味を持つコンテンツを調べる



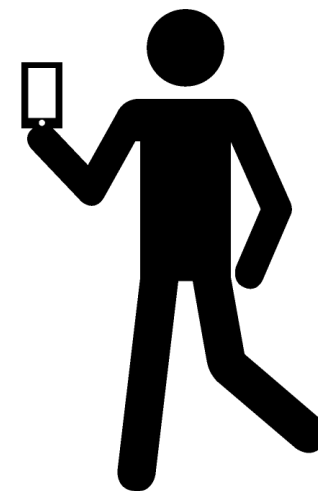


# 実施方法

- 予算や現在のシステムの状況に依存するため、例を提案するだけにとどめる

案1: 富良野市-顧客の間にアプリを実装する枠組み

案2: 富良野市-店舗の間にアプリを実装する枠組み



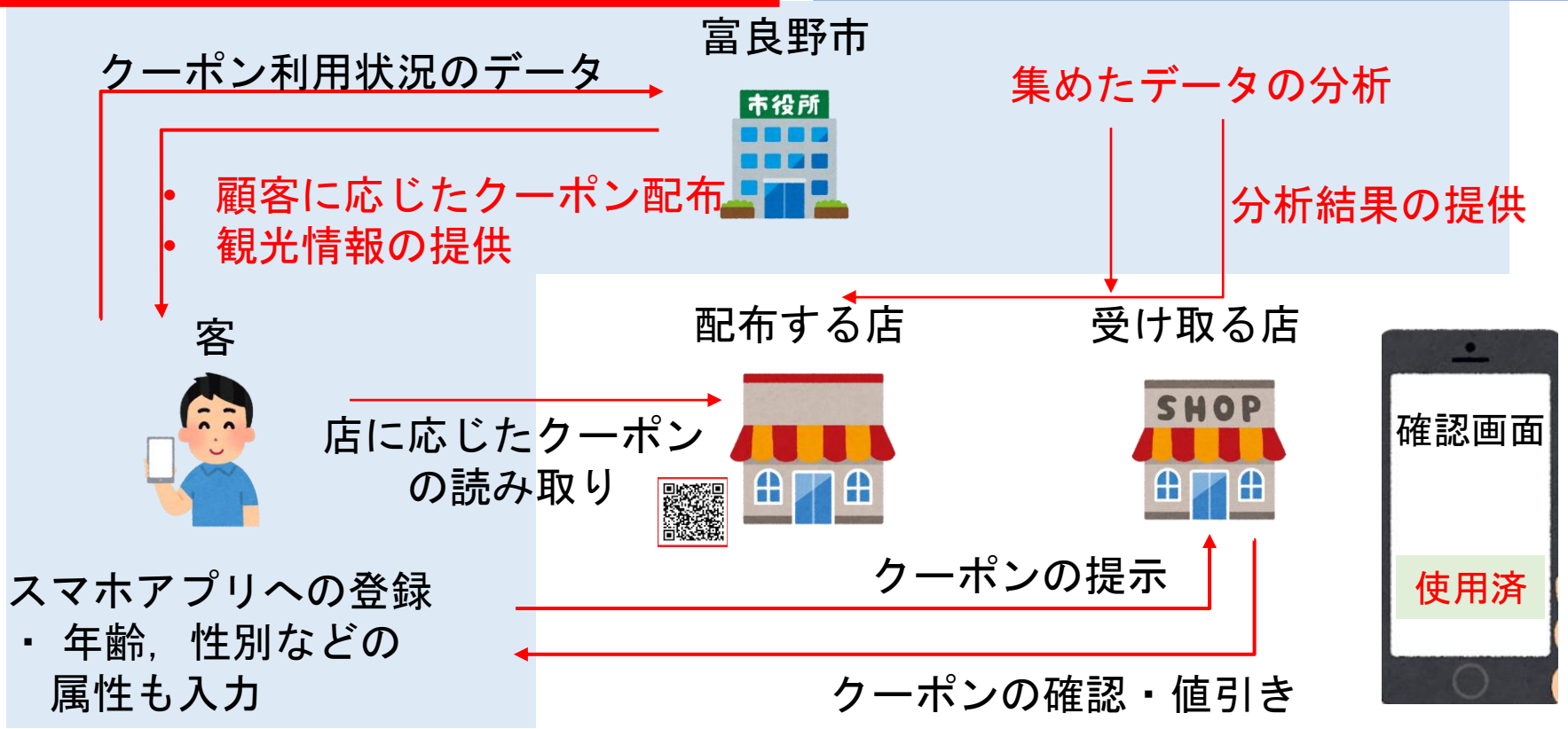
# 案1: 富良野市-顧客の間にアプリを実装する枠組み

## メリット

- 顧客と継続的にやり取りできる
- 店舗側の負担が小さい

## デメリット

- 顧客がアプリに登録する手間
- アプリの継続的な管理が必要



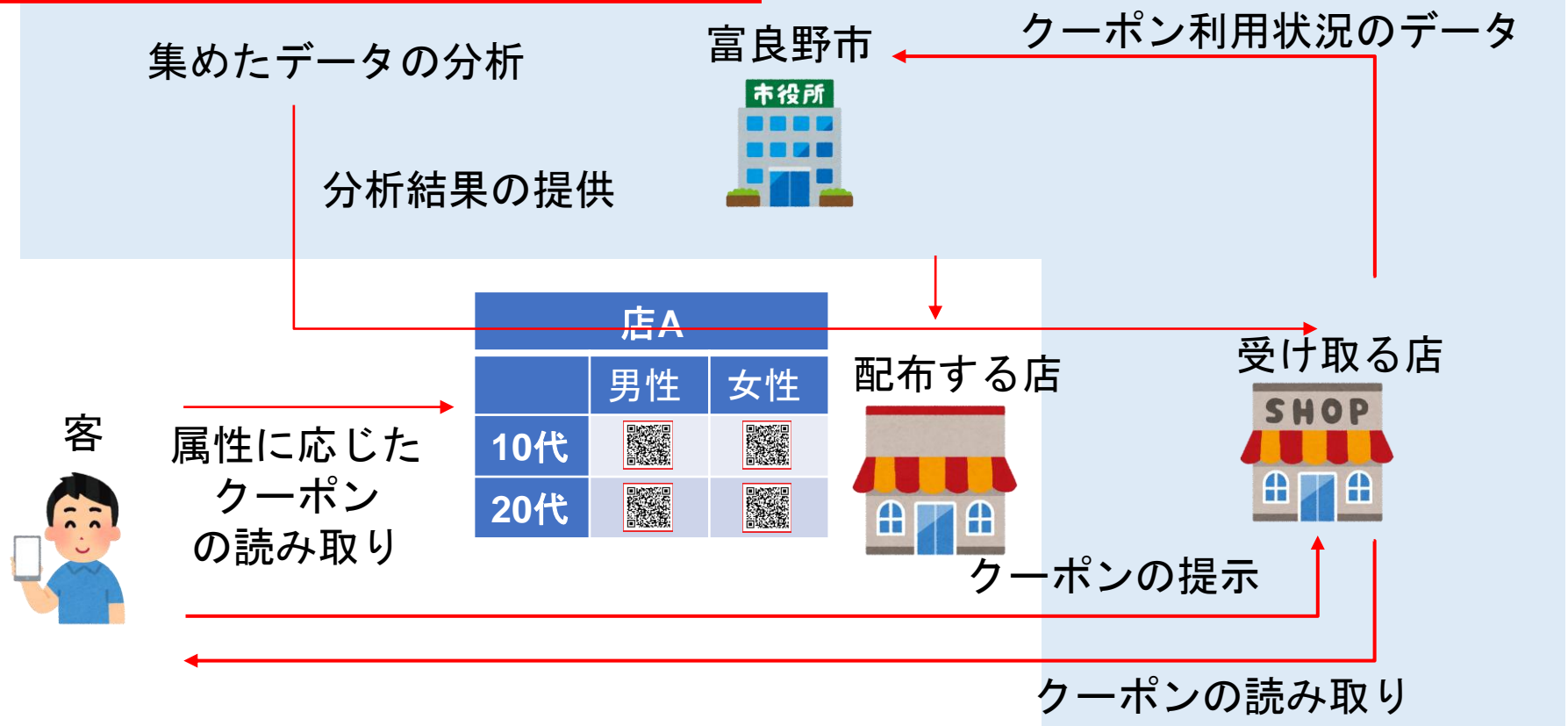
## 案2: 富良野市-店舗の間にアプリを実装する枠組み

### メリット

- 顧客側の負担が小さい
- メンテナンスのコストが小さい

### デメリット

- 顧客と継続的なやりとりができない
- 店舗側の負担が大きい



# まとめ

- スキー場の利用者を増やすためには、**それ以外のコンテンツ**も重要
- 課題
  - 冬のコンテンツを**発信する方法**
  - 分析用の**データの不足**
- 提案
  - **コンテンツを横断**する割引
  - **データを収集**する枠組み



# SNSの活用に関する調査報告



# SNS時代の現状

【令和2年度】主なソーシャルメディア系サービス／アプリ等の利用率

	全年代(N=1,500)	10代(N=142)	20代(N=213)	30代(N=250)	40代(N=326)	50代(N=287)	60代(N=282)	70代(N=282)
LINE	90.3%	93.7%	97.7%	95.6%	96.6%	85.4%	76.2%	49.3%
Twitter	42.3%	67.6%	79.8%	48.4%	38.0%	29.6%	13.5%	4.3%
Facebook	31.9%	19.0%	33.8%	48.0%	39.0%	26.8%	19.9%	7.1%
Instagram	42.3%	69.0%	68.1%	55.6%	38.7%	30.3%	13.8%	3.2%
mixi	2.3%	2.1%	3.8%	3.6%	3.4%	0.7%	0.4%	0.4%
GREE	1.3%	2.1%	4.2%	1.2%	0.6%	1.0%	0.0%	0.7%
Mobage	2.7%	4.9%	6.6%	2.4%	0.9%	2.4%	1.4%	0.4%
Snapchat	1.5%	4.9%	5.6%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.0%
TikTok	17.3%	57.7%	28.6%	16.0%	11.7%	7.7%	6.0%	2.1%
YouTube	85.2%	96.5%	97.2%	94.0%	92.0%	81.2%	58.9%	33.3%
ニコニコ動画	14.5%	26.8%	28.2%	14.8%	12.0%	7.7%	7.8%	2.8%

令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書（総務省情報通信政策研究所）より引用

若者に訴求するならLINE、Twitter、Instagram、YouTubeを活用しない理由はないように見える。



# SNSを活用するにあたって

## メリットがいろいろ

- マス広告などと比べて少額から広告を出稿できる
- プライバシー保護の観点でのデータ利用の規制が弱い
- 多様な種類の広告を発信可能
- 幅広いフェーズのユーザーにリーチできる

## うまく活かすには...

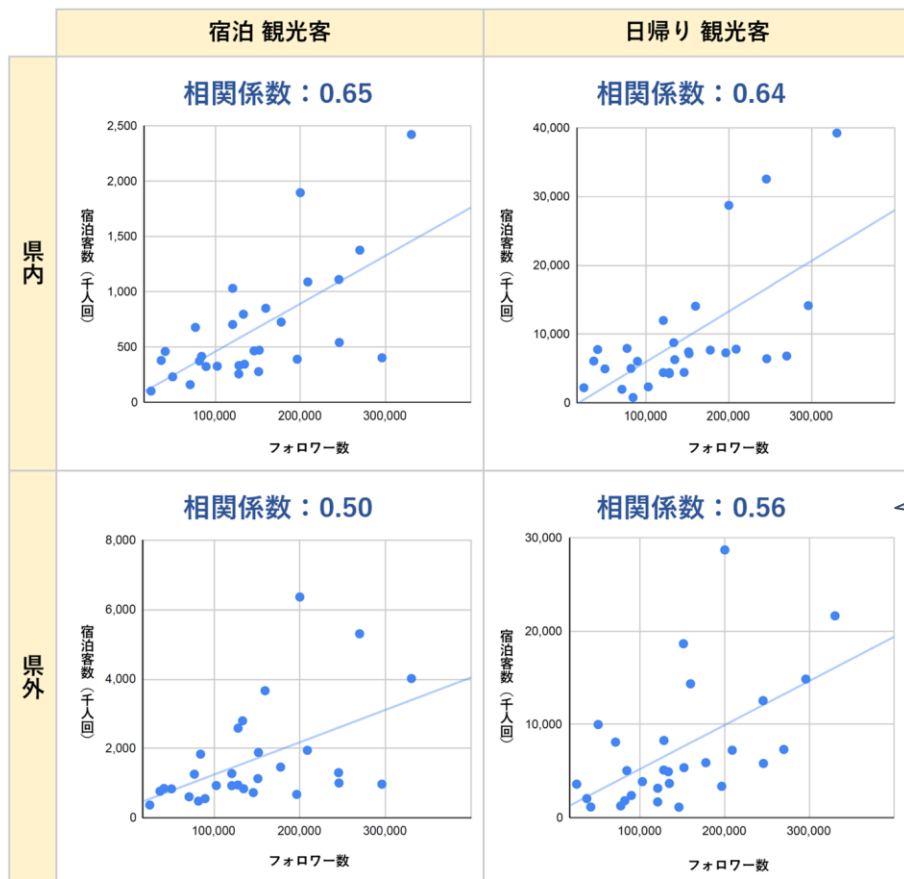
1. ユーザーを明確に理解する。「誰に?」「どんな人が見る?」
2. 変化が激しい世界。細やかな軌道修正と対応が必要→データを集めておくことが重要。
3. 広告以外の機能も活用する。

Cf. <https://smmlab.jp/article/what-is-sns-ad/#topic02>



# 実際は？～観光客数とフォロワー数の相関～

図1：フォロワー数と観光客数との相関係数と散布図



各都道府県の観光会が開設しているアカウントのフォロワー数と観光客数の相関係数と散布図。これらには**強い相関**が見て取れる。

エリアLOVE WALKERのコラム”観光客を最も呼べるSNSは、Instagramだった！”より引用。

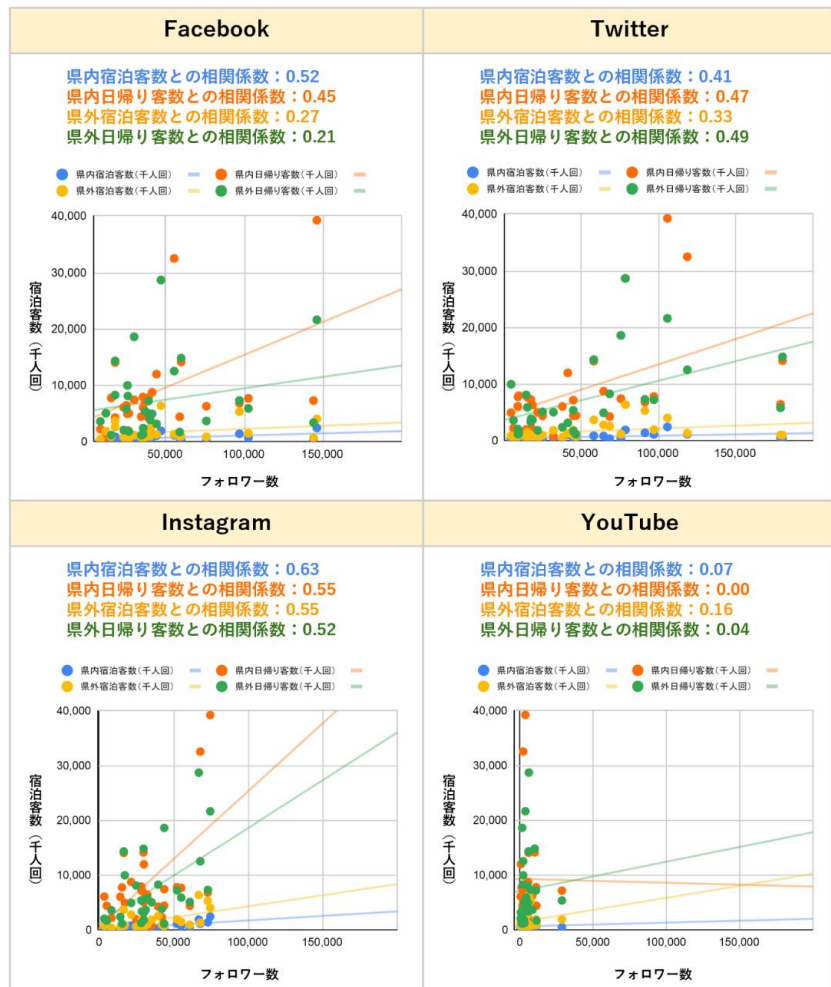
(<https://lovewalker.jp/elem/000/004/102/4102298/>)  
元データは観光庁による統計からきている。



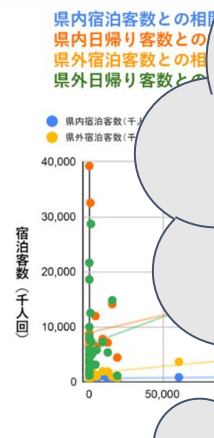


# 実際は？～SNS別の相関～

図2：SNS別フォロワー数と観光客数との相関係数と散布図



LINE



富良野市も  
Instagramはやっ  
ているが、何が  
足りないのか？

特にInstagramとの相関が  
強いことがわかる

エリアLOVE WALKERのコラム”観光客を最も呼べるSNSは、Instagramだった！”より引用。

(<https://lovewalker.jp/elem/000/004/102/4102298/>)  
スライドの都合上図の配置を改変している。

富良野市のフォロワー数  
は730人



北海道大学

# 考えられる工夫:ユーザーを巻き込む

## 岐阜県下呂市の例

フォトコンテストを開催。**#投稿しよう #キミの #とっておき #gerostagram**などで**誰でも気軽に投稿しやすいイメージ**を作る  
→応募開始から**1ヶ月で1,000件以上、6576点**の応募

## 神奈川県葉山町の例

**オフ会**を実施。フォロワーを増やすためにどうすればよいかをフォロワーに聞いた。  
→フォロワー数**3.7万人**（多くの記事で取り上げ得られているほどの大成功例）。

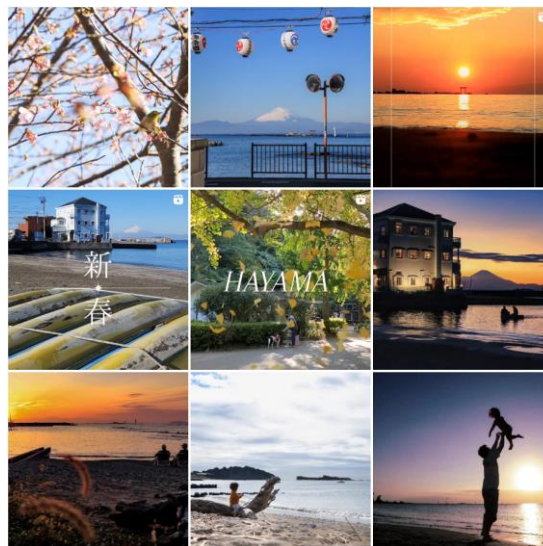
Cf. SNS Cloud <https://tokyo-mbfashionweek.com/municipality-sns-pr.html>



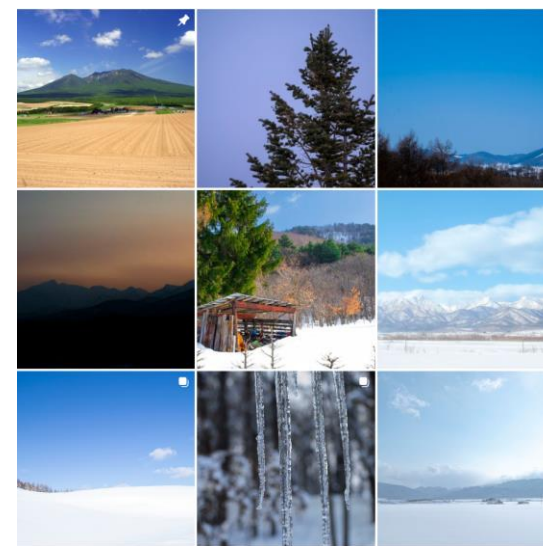
# 投稿を比較してみる



下呂市公式Instagramより



葉山町公式Instagramより



富良野市公式Instagramより

写真自体にそんなに大きな差はなさそう

# どうやら重要らしいこと

- **双方向**であることを活かす

見るだけならSNSである必要がない。**ユーザー側も参加したくなる仕組みが関心と拡散につながる。**

例) 下呂市のフォトコンテストは気軽に投稿しやすいハッシュタグを使用

- **分析をおこたらずにニーズを探り続ける**

SNSは即時性が強いだけでなく、解析機能がついていたりする。**分析のための情報は集めやすい。何を誰に伝えたいのかも重要。**

例) 葉山町は「インサイト」機能でフォロワーの属性やフォロワー数につながる投稿などを把握している。

Cf. 新・公民連携最前線 <https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/041800105/?P=1#02>

SNS Cloud <https://tokyo-mbfashionweek.com/municipality-sns-pr.html>



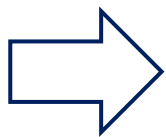
# その他候補に挙げた案の紹介



# “冬の”ラベンダー戦略

富良野は「ラベンダー」のイメージが定着

⇒冬の観光もラベンダーをアピール



雪が積もったラベンダー畑を・・・

ラベンダー色にライトアップ!

✓ ラベンダー色のゲレンデ＝富良野スキー場  
というイメージを持ってもらう

雪も降ってるし、  
夏より幻想的!?



スキー場のライトアップも  
ラベンダー色に!

冬もラベンダーで富良野に来てもらう!

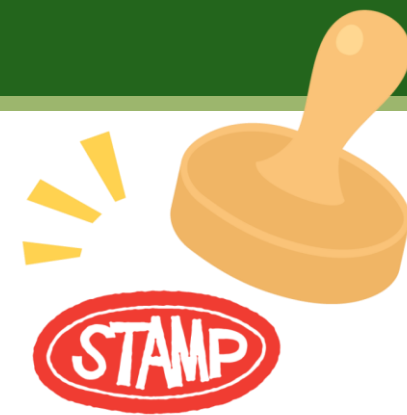
[https://hirotravel.com/hokkaidou/furano/page\\_thumb25.html](https://hirotravel.com/hokkaidou/furano/page_thumb25.html)  
<https://illumi.walkerplus.com/detail/ar0203e171278/>  
<https://www.appi.co.jp/date/2017/03/?cat=10>



北海道大学

# スタンプラリーの実施

スタンプの数に応じて景品



富良野の様々な場所にスタンプ設置&

上半期と下半期両方訪れることで完全に埋まるように

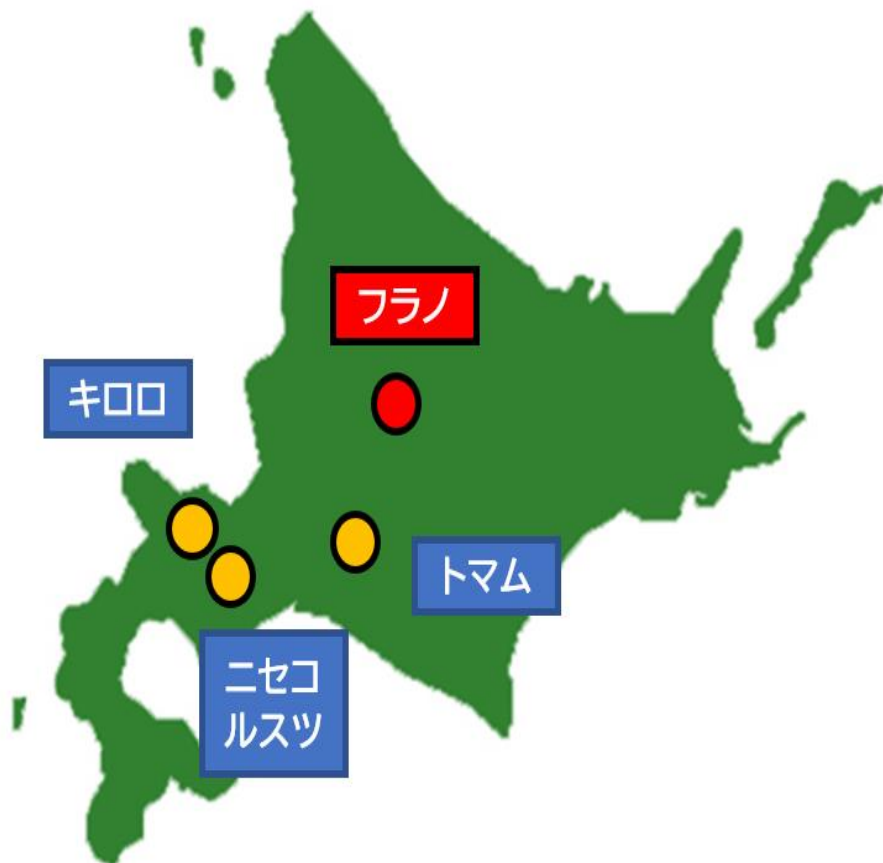
属性の情報を得て、各スタンプのチェックイン日時の  
取得やGPS連動で属性ごとの細かな行動を把握可能

客→スタンプを集めるワクワク、景品のインセンティブ

富良野市→顧客情報GETでWIN-WIN!!!



# 「富良野スキー場」 → 「フラノ」



北海道内の認知度が高いスキー場は

## 「3文字」の「カタカナ」

例) 「ルスツ」「ニセコ」

「キロロ」「トマム」

「富良野スキー場」 → 「**フラノ**」

新たな愛称の定着を目指す

