



成果報告書

観光DX推進緊急対策事業

ALLニセコ 多様なデータ集約による消費行動促進事業

ニセコエリアスマートリゾート推進コンソーシアム

2023年1月31日

# 目次

<b>1. 地域の目指すあるべき姿</b>		<b>6. 事業の成果</b>	
1-1. 地域の目指す姿	3	6-1. 事業目標に対する成果	42
1-2. 中長期的なロードマップ、STEP	4	6-2. 実証内容に対する成果	43
<b>2. 地域の申請時の状況</b>		6-3. 上手くいった点とその要因	49
2-1. 地域の概要	5	6-4. 上手くいかなかった点とその要因	51
2-2. これまでの取組や導入したシステム等	6	<b>7. 事業で得られた成果</b>	
<b>3. 地域の課題</b>		7-1. 実証結果の分析・評価	56
3-1. 地域の課題と対応方針	7	7-2. 技術やツールを用いて解決した課題	58
3-2. 本事業で解決したい課題	8	<b>8. 次年度以降の自走に向けて</b>	
<b>4. 事業内容</b>		8-1. 次年度の体制	59
4-1. 事業目標	9	8-2. 次年度以降に解決すべき課題	59
4-2. 実証内容	10	8-3. 次年度以降の取組方針	60
4-3. 事業スケジュール	13	<b>9. その他</b>	
<b>5. 開発、構築したシステム</b>		海外プロモーション施策	61
5-1. システムの概要	14		
5-2. システムのUI・UX	16		

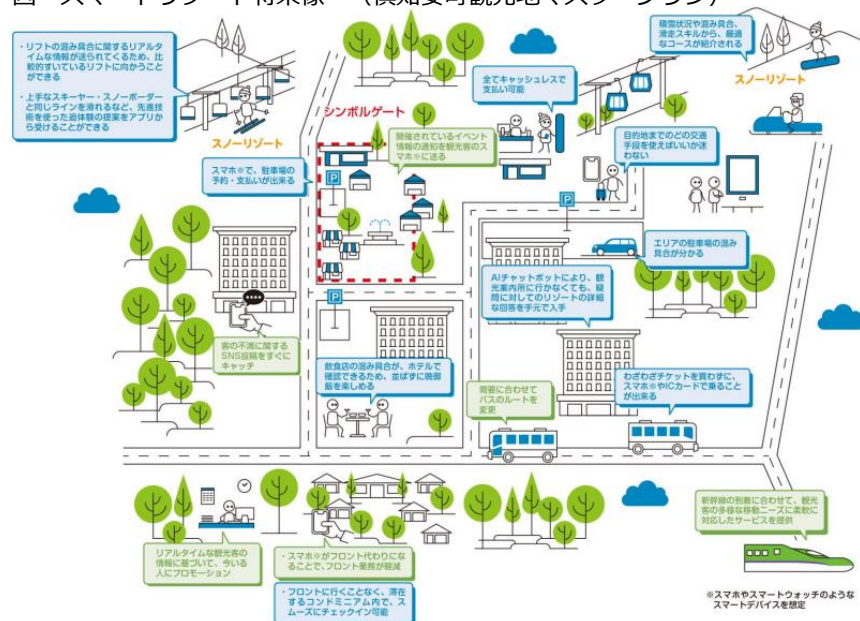
# 1. 地域の目指すあるべき姿

## 1-1. 地域の目指す姿について

観光客の行動の多様かつ柔軟な選択肢が提供され、エリアでのかしこい時間の使い方ができ、地域内消費の最大化が図られている状態を目指す。これにより、観光施設の効果的な稼働が促され、観光地経営の改善が図られている状態を目指す。

行政・観光DMO、宿泊事業者・観光関連施設経営者のデータを見る力、分析する力が醸成され、さらに、システムから提供される近未来の需要予測をもとに、戦略的な取組みを展開、効率的な経営がされているスマートリゾート（倶知安町観光地マスタープランp84-89）の実現を目指す。

図 スマートリゾート将来像（倶知安町観光地マスタープラン）



### <目指す地域の状態>

- ✓ 観光集約マップ(Ⅰ.街MAP)、トレイルマップ(Ⅱ.山MAP)の運用により、観光客の行動の多様かつ柔軟な選択肢が提供され、エリアでのかしこい時間（満足度の高い時間）の使い方ができ、地域内消費の最大化が図られている状態を目指す。これにより、観光施設の効果的な稼働が促され、観光地経営の改善が図られている状態を目指す。
- ✓ データ収集分析プラットフォームの運用により、行政・観光DMO、宿泊事業者・観光関連施設経営者のデータを見る力、分析する力が醸成され、さらに、システムから提供される近未来の需要予測をもとに、戦略的な取組みを展開、効率的な経営が実現できている状態を目指す。

## 1-2. 中長期的なロードマップ、STEP

### Step 0 これまで

- **ニセコエリアの観光の動きに関する一部のデータを収集・表示、解析するシステムを試験的に構築**

【消費者視点】 主要な飲食店の営業状況を把握し、マップ上で消費者等へ提供中。ニセコエリア全山のスキー場のリフト運行状況を配信。

【事業者・DMO視点】 主要な宿泊施設の宿泊客データを収集・解析するシステムを構築、自治体・DMO・主要宿泊施設にて運用中。

### Step 1 実証事業期間

- **消費者、事業者・DMOの両視点からデータを収集・解析、表示するシステムを構築**

- **ニセコエリアの観光関連情報等のMAPへの集約による冬期における観光客の行動支援**

【消費者視点】 『観光集約マップ(I.街MAP)、トレイルマップ(II.山MAP)』の構築、WEBサイトでの情報発信、スノーシーズンのおすすめ時期に関する情報発信

【事業者・DMO視点】 『データ収集分析プラットフォーム』の構築と試験活用

本事業の  
スコープ

### Step 2 中期 (2027)

- **システム、及び収集データの拡充と観光客等への提供による冬期の観光行動の質的満足度の向上**

- **グリーンシーズンの誘客促進**

【消費者視点】 『観光集約マップ(I.街MAP)、トレイルマップ(II.山MAP)』掲載データの拡充、エリア内回遊の促進、グリーンシーズン誘客。スノーシーズンの来訪時期の提案

【事業者・DMO視点】 プラットフォーム登録データの拡充と年間戦略の実施

### Step 3 長期 (2031)

- **データに基づく各機関での取組の展開**

- **データに基づく年間を通じた魅力発信と誘客の実現 = 年間繁閑差の解消**

【消費者視点】 リアルタイムデータ・蓄積データを活用した取組による年間繁閑差の解消、グリーンシーズンの来訪時期の提案

【事業者・DMO視点】 AIによる詳細需要予測

## 2. 地域の申請時の状況

### 2-1. 地域の概要

ニセコエリアは、北海道倶知安町・ニセコ町に跨るスノーリゾートであり、インバウンドが注目される以前より多くの訪日外国人が来訪し、質の高いリゾート施設・宿泊施設を中心に発展してきたエリアである。

#### 主要観光地（リゾート施設）

- ✓ ウィンターシーズンの観光コンテンツの中核となるニセコエリアの各スキー場である。コロナ禍前はキラーコンテンツであるパウダースノーを求め多くのインバウンドが来訪した。
- ✓ スキー場の規模は非常に大きく、リフト数も多いため、リアルタイムの運行情報は、観光客に強く求められている。



#### 主要観光地（観光施設）

- ✓ 観光施設・飲食物販施設は、リゾートにおいてアフタースキーの受け皿となり、観光客の回遊を促し、滞在中の体験価値を豊かにするサービスコンテンツである。
- ✓ ニセコエリアは、様々な事業者がサービスを提供する多様性が魅力を生み出す一方、店舗等の数も多い。



#### 宿泊施設

- ✓ ニセコエリアには、富裕層を対象とした高級コンドミニアムや5つ星レベルのホテルから、温泉宿、コテージ、ペンションまで多種多様な宿泊施設が存在している。



#### 主要指標

2018年度 年間宿泊客数（倶知安町・ニセコ町） ※コロナ禍前	年間 冬期（11～3月）	922.8千人（延数1,784.0千人） 452.3千人
2021年度 年間宿泊客数（倶知安町・ニセコ町）	年間 冬期（11～3月）	369.0千人（延数 635.7千人） 167.2千人

## 2-2. これまでの取組や導入したシステム等

ニセコエリアにおいては、2031年を目指した倶知安町観光地マスタープランにより、観光地のスマートリゾート化に取り組んでおり、以下に示す各種調査・計画立案事業、及びそれにもとづくシステム・アプリの導入を推進している。

### 導入しているシステム・アプリ

- 店舗等空き状況配信MAP VACAN Maps
- GPSを用いたバスロケーションシステム
- リフト運行状況リアルタイム表示サービス
- RoomBossホテル管理システム (PMS)
- データ収集・分析プラットフォーム  
※デモシステムとして一部機能を導入
- デジタルクーポンを活用した旅先納税システム (倶知安e街ギフト KU-KURU)
- ニセコアプリ
- 観光案内AIチャットボット

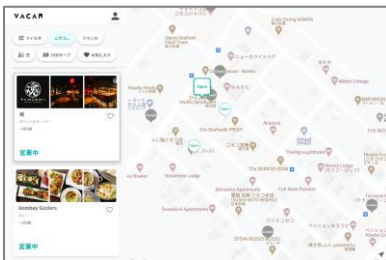


図 VACAN Maps



図 倶知安e街ギフト KU-KURU

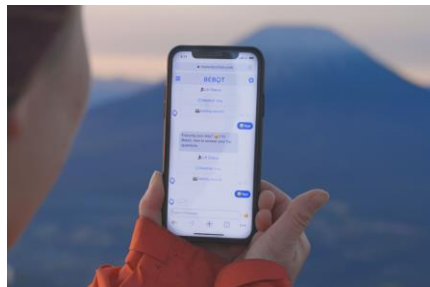
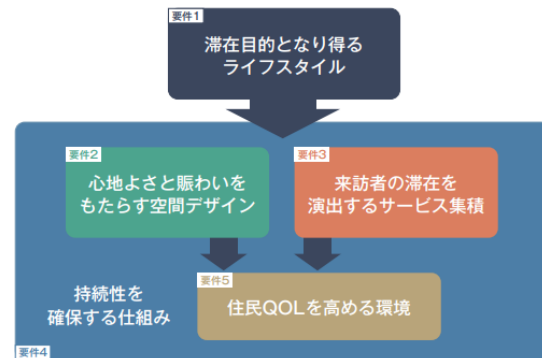


図 観光案内AIチャットボット

### 各種調査・計画立案事業

- 倶知安町観光地マスタープラン・観光振興計画の策定 (令和元年度)

本地域を中長期的に振興していくために、目指すべき将来像を示すとともに、それを実現するために必要な方策を「国際競争力を持つリゾートの要件」として整理されている5つの要件に照らして整理



出典:世界が訪れたい観光地づくりに向けた高度化計画策定等事業(経済産業省,2018)

- 令和2年度「既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業」
- 第三次補正予算訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業費補助金活用

## 3. 地域の課題

### 3-1. 地域の課題と対応方針

#### (1) 地域の課題

ニセコエリアにおける地域の主な課題は、以下に示す3点である。

- (a) グリーンシーズン・スノーシーズン、スノーシーズン内での繁閑差**
- (b) 魅力はあるが決して高くはない来訪者の満足度**
- (c) DXの導入差異による事業者間温度差と相互連携が必要**

#### (2) 対応方針

- ✓ 本事業では、観光集約マップ(I.街Map)の構築・運用により、地域イベント情報の発信や季節ごとのアクティビティ、二次交通の情報、モデルコースなどを表示させることで閑散期におけるニセコエリアへの来訪を考える潜在的需要を顕在化させ、(a)の課題解決を図る。
- ✓ また、トレイルマップ(II.山Map)の改修・運用により、レストハウスの混雑状況やバスロケーションを発信し、来訪者のかしこい行動を促すことで、来訪者の滞在中の満足度を高め、(b)の課題解決を図る。
- ✓ さらに、宿泊データ収集分析プラットフォームは、エリアの宿泊データを可視化するだけでなく、先予約(近い将来の需要予測)データを推計し、地域内事業者への提供する。これにより、宿泊事業者・地域団体等は、データに基づく戦略的取組の検討が可能となる。さらに、地域で個別に運用されるシステムを統合して構築する観光集約マップ(I.街Map)、トレイルマップ(II.山Map)を活用することで、検討した戦略的取組の展開を支援可能となる。これらのシステムを活用することでDX化に遅れをとっている宿泊事業者・地域団体等の事業者もDX化をスタートでき、(c)の課題解決を図る。

## 3-2. 本事業で解決したい課題

### (a)グリーンシーズン・スノーシーズンの繁閑差、スノーシーズン内でのプチ繁閑差

ニセコエリアは、コロナ禍前はキラコンテンツでありエリア特有の経験価値を生み出すパウダースノーを目当てにインバウンド需要が高まり、名湯百選に選ばれた温泉や夏季のラフティングなど豊かな自然環境を活かしたアクティビティの開発、富裕層に対応したコンドミニウムやラグジュアリーホテルといった観光施設の立地が相次ぎ、多様化する観光客のニーズに対応できる魅力的な国際観光リゾート地となってきている。

これにより、スノーシーズンにおいては、多くの来訪者があるが、対するグリーンシーズンでの来訪客は伸び悩み繁閑差が大きくなっている。また、スノーシーズン内においてもベストシーズンとそれ以外の期間での繁閑差が見られ、この繁閑差の緩和が必要となっている。

### (b)魅力はあるが決して高くはない来訪者の満足度

世界的に魅力のある観光リゾート地として、インバウンド需要も高まったが、個人観光客を対象としたアンケートでは、二次交通の不便さや相次いで立地した観光・アクティビティ施設の情報集約が十分ではないことや、繁閑差が大きいことから季節従業員に頼らなければならないことに起因したホスト側の従業員教育の不備によるなかなか上がらないサービス水準も相まって、パウダースノーや自然環境以外の満足度は決して高い状況ではない。

観光開発のコントロールの課題とともに、受入環境整備と需要平準化によるサービス水準の向上は、ニセコエリアの観光・リゾート地としての持続性及び国際競争力強化を考えた際に克服すべき課題となっている。

### (c)DXの導入差異による事業者間温度差と相互連携が必要

観光・アクティビティ施設が相次いで立地しているが、その事業規模やDXの取組の導入の差異により、事業者間の温度差も生じており、DXに不慣れな事業者もサポートするような地域として一体となった観光リゾート地としての受入環境整備が必要である。

DXに関連した受入環境整備については、地域連携DMO、地域DMO、主たる観光資源提供事業者など、様々な母体が導入を始めているが、相互の連携が整っているわけではなく、観光客は各コンテンツに別々にアクセスしなければならない現状にあるため、集約・一元化した見える化により、使い勝手の向上が必要となっている。



## 4. 事業内容

### 4-1. 事業目標

#### 目標 1

### 観光客変動予報に基づくリコmendによる冬期における需要の平準化

- ・ 安定的なサービスの提供
- ・ 年間通じての安定的な雇用創出
- ・ 混雑緩和による顧客満足度向上

#### 目標 2

### ニセコリゾートエリア全体のリフト運行状況・レストハウス混雑度等の一括表示による、冬期における観光行動の最適化

- ・ スキー・スノーボード顧客の満足度の向上に伴うリピーターの確保

#### 目標 3

### 旅先納税 (KU-KURU) の利用促進

- ・ 返礼品として地域で利用可能なポイント加盟店舗での利用増
- ・ 税収増による地域住民への還元

#### 本事業期間におけるKGI・KPI

##### ■ KGI

- ・ 冬期における宿泊施設のプシ繁閑差の解消  
※対前年同期間比 減
- ・ 冬期休業店舗数の抑制 (飲食店等)  
※対前年同期間比 減

##### ■ KPI

- ・ 事業期間内の繁閑の平準化 (冬季の閑散/繁忙)  
※現状48%→55% (宿泊データより算定)

##### ■ KGI

- ・ リピーターの確保  
※リピート意向 50%

##### ■ KPI

- ・ 冬期におけるリゾート体験満足度の向上  
※現状 (未計測) →実証後 (60%)

##### ■ KGI

- ・ KU-KURUを經由したふるさと納税額増加  
※対前年同期間比 5%増

##### ■ KPI

- ・ KU-KURU公式ウェブサイトへのアクセス数  
※対前年同期間比 10%増  
(サイト利用者数で観測)

## 4-2. 実証内容

### 1-step ニセコエリアデータ活用体制の構築・合意形成

- ✓ 本事業の目的、実施内容の共有化、及び各団体の役割を明確にするため、倶知安町等の行政機関、地域連携DMO、地域DMO、地域内事業者、そして地域の様々なデータを扱うIT系事業者によるスタートアップ会議を開催した。

### 2-step システム開発と地域データ収集スキームの構築

- ✓ ニセコエリアの観光・宿泊施設の稼働状況、スキー場リフトステータス、飲食店等情報、混雑度情報、二次交通稼働状況、電子クーポン（旅先納税）利用可能店情報等をMAP情報として集約した2つのマップ『観光集約マップ(Ⅰ.街Map)』、トレイルマップ(Ⅱ.山Map)』の構築、集約した観光データを解析する『データ収集分析プラットフォーム』を構築した。



### 3-step 試験運用

- ✓ 2-ステップで構築した【観光集約マップ(Ⅰ.街Map)、トレイルマップ(Ⅱ.山Map)】、【データ収集分析プラットフォーム】の安定した稼働を確認するため、関係者を対象とした試験運用を行った。
- ✓ 試験運用では、実データを投入し、データの確実な収集情報、UI（使いやすさ）、データの見え方などを確認し、関係者間で協議し、問題点の洗い出しを行うとともに、地域実証にむけて必要な改善を行った。

### 4-step 地域実証

#### (1) 広報・PR

- ✓ (株)JTBグループのネットワークを活用し、「るるぶ」メディア媒体またはリアル店舗などを通じた本システムのPRとシステムの利用を通じた誘客促進を図る。
- ✓ 自治体、地域連携DMO、地域DMOと連携し、各団体によるプロモーション協力を得て、重点的な広報を実施する。旅マエの他にも旅ナカにおける宿泊施設内モニター、スキー場レストハウス内モニターの活用や2次交通車内でのPRも予定する。
- ✓ 着地においては、上記の他にもアプリやAIチャットボットといったDX関連コンテンツやQRコードから、地域データポータルへの誘導を促すほか、このダッシュボード自体を地域連携DMOや地域DMO、索道事業者などの各種webサイトに取り込むことにより、利用促進を図る。

#### (2) システム運用

- ✓ 11月～2月の4か月間において、実際に地域データをリアルタイムで収集し、それぞれのシステムに反映させ、観光客や事業者・DMOへデータ提供を行う。
- ✓ 両システムは、それぞれ異なるサーバーで運用するが、情報漏洩防止のための適切な管理の実施、システムの安定運用のためのメンテナンスを実施する。

## 5-step 効果測定

以下の点に留意しつつ、左記に示したKGI・KPIの計測を行う。

- ✓ 本年度に構築し、試験運用を行った両システムの有用性を検証するため、利用者（観光客・地域事業者・DMO等）への意向調査を実施する。
- ✓ 観光客へは、Webアンケートによるシステムの利用しやすさ、行動変容への貢献度等について把握する。
- ✓ 地域事業者・DMOに対しては、ヒアリング調査を実施し、データ活用時における問題点、データ活用を通じた実際の取組みの有無について確認する。

• KGI・KPIでターゲットとしている属性	➡ 効果検証調査対象
KGI- ① 宿泊者・観光客	➡ 宿泊者実績、地域内店舗
KGI- ② 潜在的宿泊者	➡ 潜在的宿泊者
KGI- ③ 旅先納税者	➡ KU-KURUサイト利用者
KPI- ① 宿泊者・観光客	➡ 宿泊者実績、地域内店舗
KPI- ② 宿泊者・観光客	➡ 宿泊者・観光客
KPI- ③ KU-KURUサイト利用者	➡ KU-KURUサイト利用者

## 6-step 実証結果とりまとめ・地域訴求

- ✓ 効果測定の結果を踏まえ、当該システムの有効性について、観光客、事業者・DMOの両視点からとりまとめを行う。
- ✓ また、当該事業の関係者だけでなく、より多種のデータ、詳細データの収集の可能性、及びデータ収集分析プラットフォームの利用に関する地域への訴求方法について検討を行う。

### 4-3. 事業スケジュール

実施内容 \ 時期	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1-step ニセコエリアデータ活用体制の構築・合意形成	● →									
2-step システム開発と地域データ収集スキームの構築			● →							
3-step 試験運用							● →			
4-step 地域実証								● →	● →	
5-step 効果測定									● →	
6-step 実証結果とりまとめ・地域訴求										● →
備考							12/5全山 スキー場オープン			

# 5. 開発、構築したシステム

## 5-1. システムの概要

本事業では、3つの事業目標を達成するため、来街者視点での2つのシステム、宿泊事業者・地域団体向けのシステムの開発・構築を実施している。



■ カスタマージャーニー

各システムは、観光客のカスタマージャーニーを踏まえつつ、利用イメージを確立した上で構築する。

フェーズ シーン		旅マエ		旅ナカ		旅アト (帰宅後・レポート検討)
		予約前	出発前	アクティビティ中 (観光・体験)	アクティビティ後 (食事・宿泊)	
旅行者 の行動	行動 思考	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 旅先の検索・選択</li> <li>② 旅行期間の選択、宿泊先・交通機関予約(混んでいる？。混雑で現地では楽しめない？)</li> <li>③ 旅先でのアクティビティの予約</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 旅先での行動プランニング</li> <li>② 天気予報の確認(状況により予定変更)</li> <li>③ 旅先の混雑状況確認</li> </ul>	<p>&lt;通常時(現地到着)&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① グレンデ・ホテル間の移動方法の検索</li> <li>② 空いているグレンデは？、自身の趣向にあったグレンデの検索(快適にスキーを楽しみたい)</li> <li>③ 昼食時、開いている、空いているレストハウスはどこ？</li> </ul> <p>&lt;悪天候時&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 悪天候でもスキー以外で楽しめるアクティビティ等検索</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 食事(夕食)を楽しめる場所は？</li> <li>② 夕食後の一杯(Bar等)を楽しみたい。</li> </ul> <p>&lt;翌日の行動予定&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 明日天気は？。スキー楽しめる？</li> <li>② スキー以外で楽しめる観光は？</li> <li>③ お土産は何か良い？。ショッピングを楽しむには？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① ●●で食べた食材、お酒を、自宅でも楽しみたい</li> <li>② 違うシーズンでは楽しめる？</li> </ul>
	現時点で 接触できる リソース	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 旅先検索のきっかけとなるメールマガジン等</li> <li>✓ 観光系Webサイト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 天気予報Webサイト</li> <li>✓ WEBサイト(NISEKOUNITED)天気・運行情報</li> <li>✓ WEBサイト(HANAZONO)</li> </ul>	<p>&lt;通常時&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ WEBサイト(NISEKOUNITED)シャトルバス時刻表</li> <li>✓ ㈱ニセコリゾート観光協会WEBサイト、KU-KURU</li> </ul> <p>&lt;悪天候時&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ㈱ニセコリゾート観光協会WEBサイト、KU-KURU</li> <li>✓ その他、個別の観光情報サイト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ たべログなどの飲食Webサイト</li> <li>✓ VACANMAP(飲食店混雑情報)</li> <li>✓ 翌日の行動予定</li> <li>✓ 天気予報Webサイト</li> <li>✓ WEBサイト(NISEKOUNITED)天気・運行情報</li> <li>✓ ㈱ニセコリゾート観光協会WEBサイト、KU-KURU</li> <li>✓ その他、個別サイト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ㈱ニセコリゾート観光協会WEBサイト、KU-KURU</li> </ul>
	タッチ ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自宅</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自宅</li> <li>✓ 空港(出発)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 空港(到着:千歳等)</li> <li>✓ 鉄道駅(札幌駅、倶知安駅等)</li> <li>✓ ホテル</li> <li>✓ グレンデセンターハウス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ホテル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自宅</li> </ul>
課題		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ニセコエリアを対象に、個別のリゾート情報サイトはあるが、旅行者の多様な行動パターンに即したまとまった情報提供サイトが不足</li> <li>✓ 現地の混雑情報に関する情報は取得できない。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ グレンデの天候・リフト運行等の基礎的なリアルタイム情報は提供しているが、旅行者が快適にかしこく現地で観光・アクティビティを楽しみなど、滞在時満足度を高めるための情報が不足(グレンデ・飲食店の混雑情報、バス運行情報など)</li> <li>✓ より旅行者の満足度を高めるため、その時々に応じた多様な行動の選択肢を提供するWEBサイトがない。</li> <li>✓ 情報がまとまっていない。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ニセコエリアを対象に、個別のリゾート情報サイトはあるが、旅行者の多様な行動パターンに即したまとまった情報提供サイトが不足</li> </ul>
旅行者の満足度 向上に資する提 供すべき情報		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 宿泊データ分析システムの活用 コンテンツ 宿泊客予約データ 宿泊施設キャパシティデータ 宿泊施設の混雑情報の提供</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 観光集約マップ(街Map) コンテンツ 飲食店情報、温泉施設情報、アクティビティ施設情報、リフト運行情報、バス運行情報</li> <li>✓ トレイルマップ(山Map) コンテンツ ニセコ全山リフト運行状況、各リフトへのアクセス方法 レストハウス混雑状況、バス運行情報、駐車場混雑状況 天候情報(グレンデコンディション)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ KU-KURUの拡充 プロモーション性の高いWEBサイトへの拡充</li> </ul>

## 5-2. システムのUI・UX

### 観光集約マップ(I.街MAP)

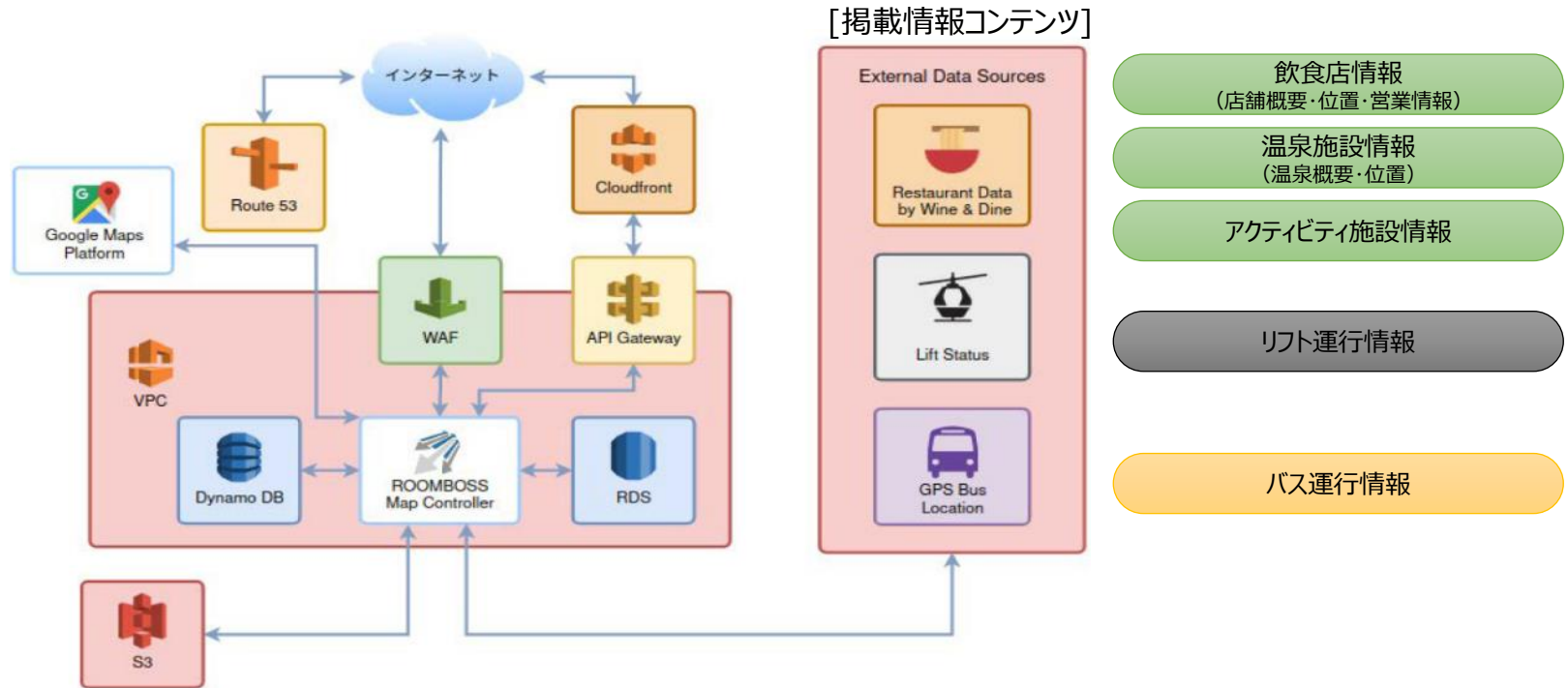
- ✓ 観光客等が行先検索に主に利用するGoogle Map、ニセコエリアで観光客が最も手にする紙媒体である「ニセコリゾートマップ」等を活用し、現在、作成元の違いでバラバラに存在する観光情報（観光施設情報、飲食店情報、旅先納税クーポン情報）を重ね、媒体情報の連携を強化（ポータルサイト化）する。
- ✓ 集約した観光情報は、アクティビティが集積する山間部エリア、アクティビティ後に過ごす街エリアに区分するとともに、観光客に向け予約前～旅前～旅中の観光行動を最大化するために、各フェーズに適した情報を分類して提供する。
- ✓ 特に旅ナカについて重視し、前ページに示す観光客のカスタマージャーニーを踏まえつつ、利用イメージを確立した上で、観光情報・混雑情報とデジタルマップを直感的なUIで提供し、使いやすさを実現する。



対応フェーズ	旅マエ	出発前	旅ナカ <span style="border: 2px dashed red; border-radius: 50%; padding: 2px;">重視</span>
ターゲット種別	ニセコエリアに関心・興味のある人 ➡潜在的需要(予約へ誘導)	ニセコエリアへの来訪を予約し、出発前の人 ➡地域内での滞在性を向上	ニセコエリアに滞在中の人 ➡地域内での行動・消費の最大化



■ 街MAPのシステム概要



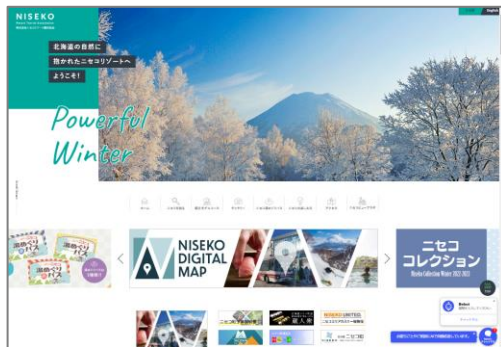
	システム設計内容	担当事業者名
観光集約マップ 街Map	・観光集約マップの開発・構築 (街Map)	株式会社RoomBoss
	・WINE&DINEやAIチャットボットなどの主にNPB所有データの整理やアップロード	Epeshiro事務代行サービス
	・WINE&DINE座標データ提供	ヤマノコデザイン

## ■各種関連観光サイト(既存site)からの誘引

- ✓ニセコエリアでは、スマートリゾート化への各団体による取組みにより、多くのWebsiteが構築され、多くの人々により利用されている。
- ✓このため、既存の観光・リゾート関連のWebsiteからの誘導を図るため、バナーを用意し、Niseko Digital Mapへの利用を促進を図っている。



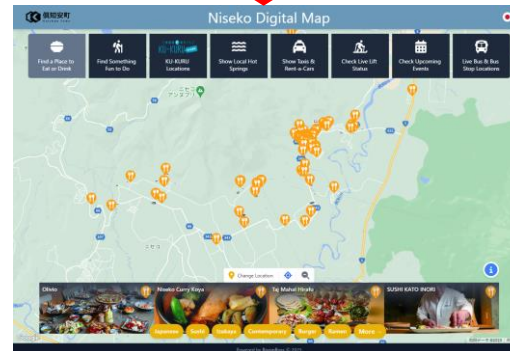
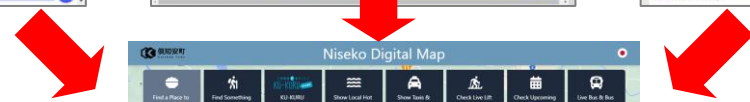
■ニセコリゾート観光協会 | 公式サイト



■倶知安町 | 公式サイト









■ニセコプロモーションボード | 公式サイト



## ■ Niseko Digital Map 掲載contents

✓ 作成元の違いでバラバラに存在する観光情報（観光施設情報、飲食店情報、旅先納税クーポン情報）を『Niseko Digital Map』へ集約、さらにリフト運行情報・シャトルバスの運行情報などリアルタイムデータを加え、瞬時に認識できるピクトを用いてわかりやすいポータルサイトとして構築している。

	 Find a Place to Eat or Drink	 Find Something Fun to Do	 KU-KURU Locations	 Show Local Hot Springs	 Show Taxis & Rent-a-Cars	 Check Live Lift Status	 Check Upcoming Events	 Live Bus & Bus Stop Locations
	飲食店情報	アクティビティ情報	旅先納税情報	温泉情報	タクシー・レンタカー情報	リフト運行情報	イベント情報	シャトルバス運行情報
更新タイミング	数か月毎 (1か月に1回程度)	数か月毎 (1か月に1回程度)	数か月毎 (1か月に1回程度)	数か月毎 (1か月に1回程度)	数か月毎 (1か月に1回程度)	リアルタイム	数か月毎 (1か月に1回程度)	リアルタイム
	-	-	-	-	-	NISEKO UNITEDにて管理しているリフト運行情報へリンク	-	シャトルバスに搭載したGPSによる受信した位置情報をリアルタイムで表示
データソース	ニセコプロモーションボード加盟・登録施設	ニセコプロモーションボード加盟・登録施設	旅先納税KU-KURU登録店	ニセコプロモーションボード・各観光協会等加盟・登録施設	ニセコプロモーションボード・各観光協会等加盟・登録施設	NISEKO UNITED (スキー場運営会社による組織)	ニセコプロモーションボード加盟・登録施設	ニセコプロモーションボード加盟・登録施設

## ■ UI/UXデザインへの基本的工夫①

✓ 来街者のスマートな行動、回遊促進を図るため、直観的に認識、検索ができるUIデザインを適用

The screenshot shows the 'NISEKO DIGITAL MAP' app interface. At the top, there is a navigation bar with the 'niseko' logo and the title 'NISEKO DIGITAL MAP'. Below this is a row of eight functional buttons: 'Find a Place to Eat or Drink', 'Find Something Fun to Do', 'KU-KURU Locations', 'Show Local Hot Springs', 'Show Taxis & Rent-a-Cars', 'Check Live Lift Status', 'Check Upcoming Events', and 'Live Bus & Bus Stop Locations'. The main area is a map of Niseko with various location markers. A red dashed circle highlights a specific area on the map. At the bottom, there is a horizontal scrollable carousel of featured locations, including 'HakuSteak', 'Intuition Niseko', 'P.I.C.-DINING[A-nabeya]', and 'BBQ YAKINIKU MAI'. Below the carousel are category tags: 'Japanese', 'Sushi', 'Pick-up service', 'Izakaya', 'Contemporary', 'Burger', and 'More'. Three callout boxes provide additional context:

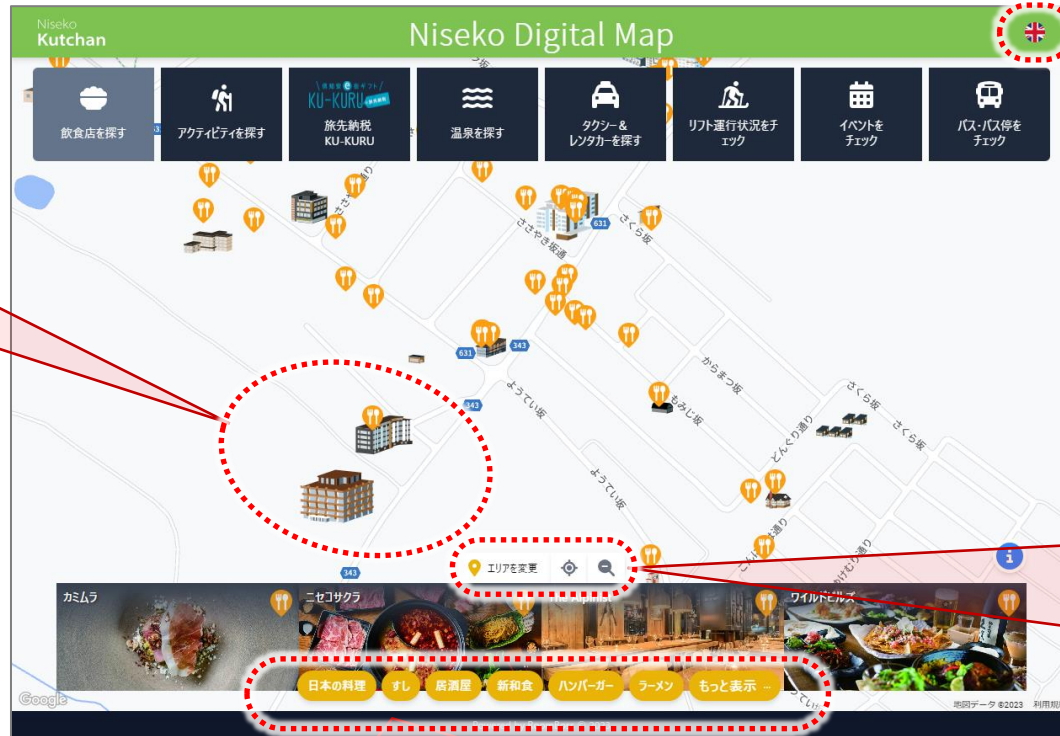
- Top right callout:** 直観的に認識できるピクトデザイン (Icon design that can be recognized intuitively)
- Right side callout:** 多くの人々に利用されているGoogle Mapの活用 (Utilization of Google Map, which is used by many people)
- Bottom right callout:** 表示範囲に含まれる施設の写真等によるイメージ表示  
各施設の特徴のビジュアル表現による関心の引き寄せ (Image display of facilities included in the display range  
Attraction of interest by visual expression of each facility's features)

Scale-appropriate automatic aggregation of facilities  
※施設が重なることによる判別しにくさの解消 (Elimination of difficulty in distinguishing facilities that overlap due to scale-appropriate automatic aggregation)

■ UI/UXデザインへの基本的工夫②

正確な英訳対応  
※自動翻訳で発生する固有  
名詞の表記誤植の解消

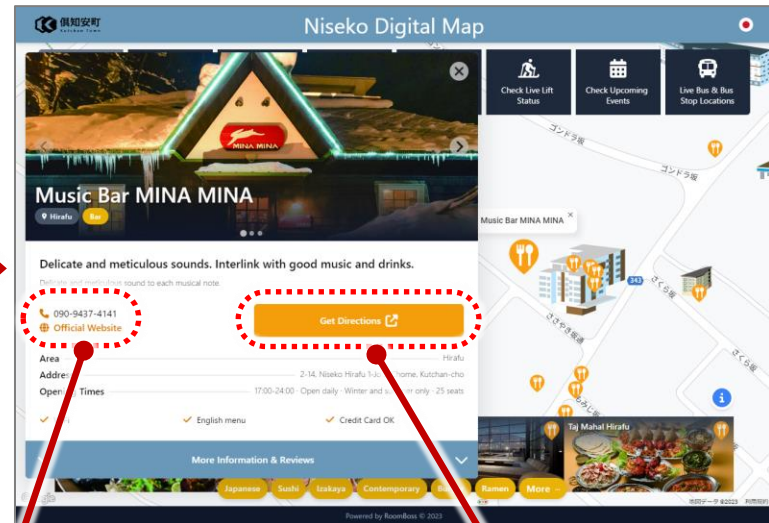
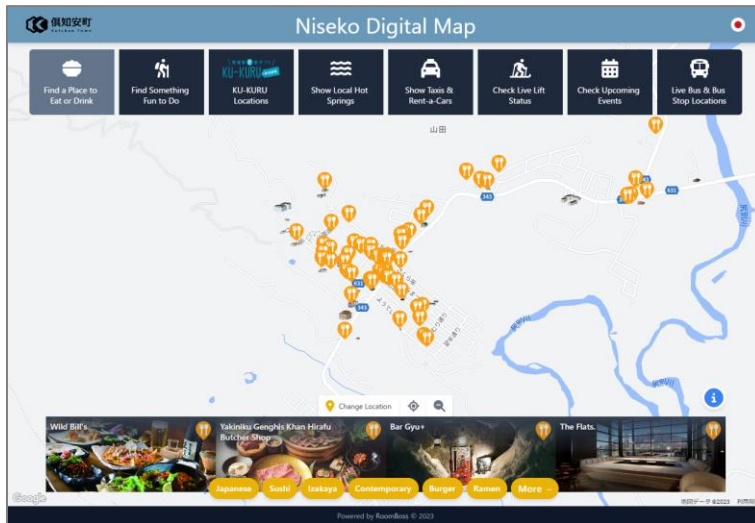
Google Mapへのラ  
ンドマークとなるイ  
ラスト追加  
現地とWEB上の認識  
情報のイメージリン  
クを実現



簡単なエリア変更  
[エリア区分]  
・アンヌプリ  
・花園  
・ヒラフ  
・ニセコビレッジ  
・倶知安町中心部  
・ニセコ町中心部  
・華山  
・泉郷

上部メニューよりも細分化したメニューを用意することによるスムーズな施設検索  
[検索区分] 日本の料理、すし、送迎サービスあり、居酒屋、新和食、ハンバーガー、ラーメン、焼肉、ジンギスカン、お鍋、グリル、そば、鉄板焼き、イタリアン、中華、バー、カフェ、スイーツ、インド料理、フレンチ、ピザ、ピュッフェ、タパス、焼き鳥、スープカレー・・・タクシー、レンタカー、不動産、デリバリー 等

■ 個別contents UI/UXデザイン\_飲食店を探す



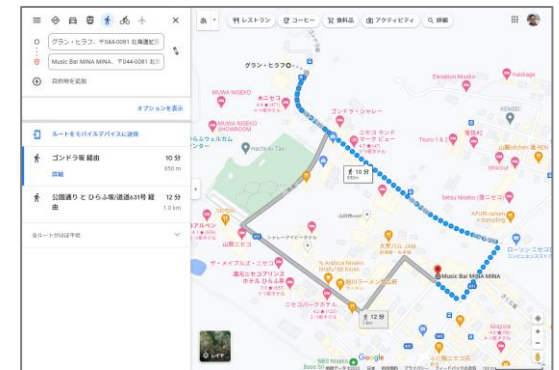
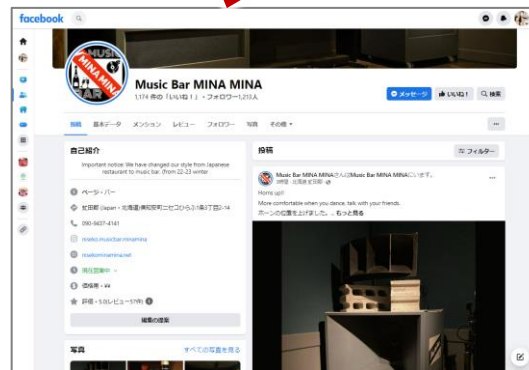
① アイコン・写真クリックにより、個別施設情報を表示

(施設名、特徴、エリア、営業時間、Google飲食店評価 等)

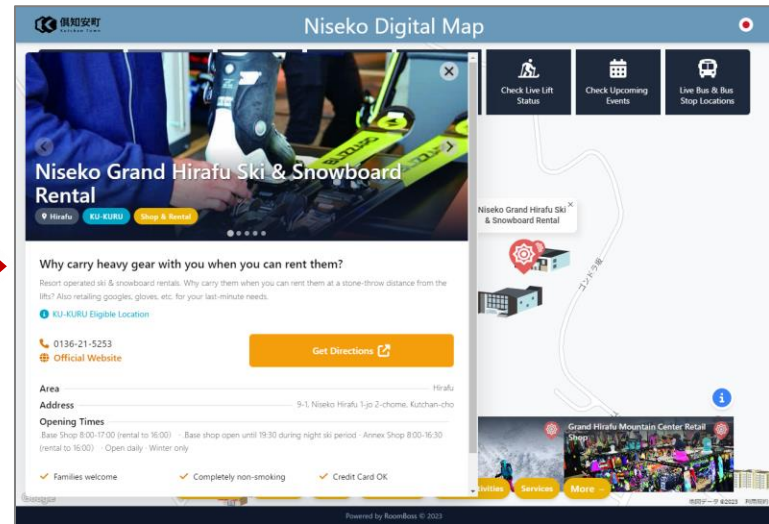
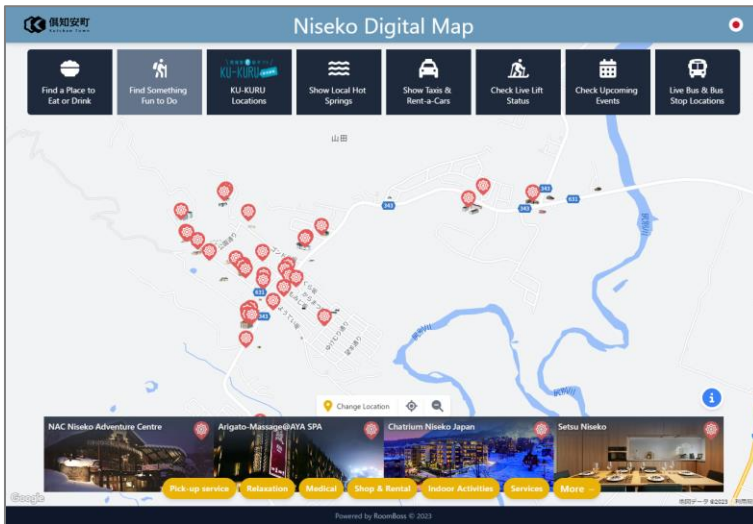
② Google mapと連動させ、Google mapのルート検索機能で施設へのアクセスルート等を表示

③ 各施設の詳細情報 (施設HPへリンク)

など、施設に関連する多様な情報を提供し、必要な情報がないために他のサイトでの再検索するようなわずらわしさを排除



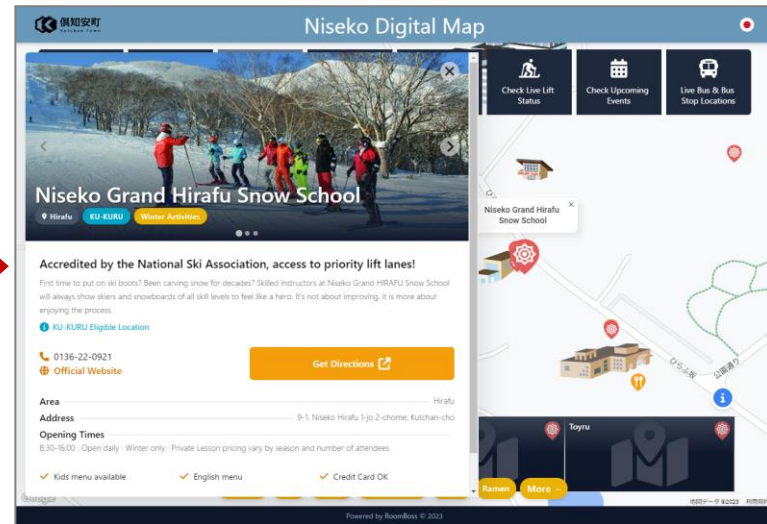
■ 個別contents UI/UXデザイン\_アクティビティを探す



① アイコン・写真クリックにより、個別施設情報を表示  
(施設名、特徴、エリア、営業時間、  
Google飲食店評価 等)

※ Google mapと連動した施設へのアクセスルート等を表示、各施設の詳細情報(施設HPへリンク)は、飲食店と同様

■ 個別contents UI/UXデザイン\_旅先納税 KU-KURU

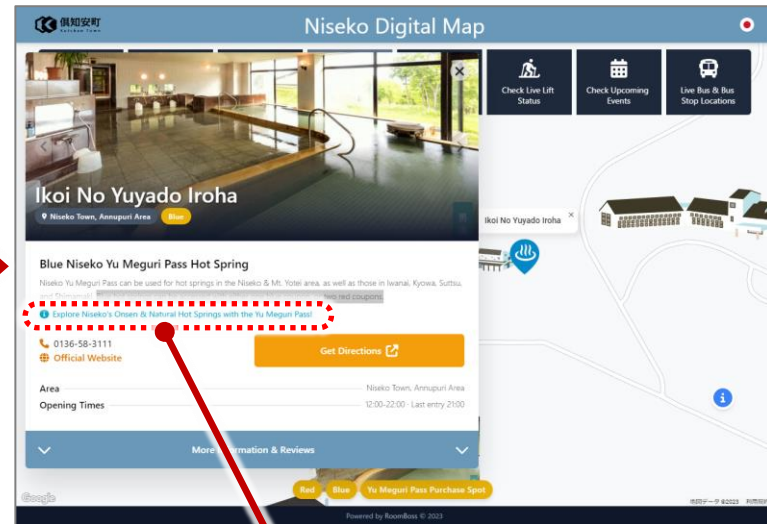
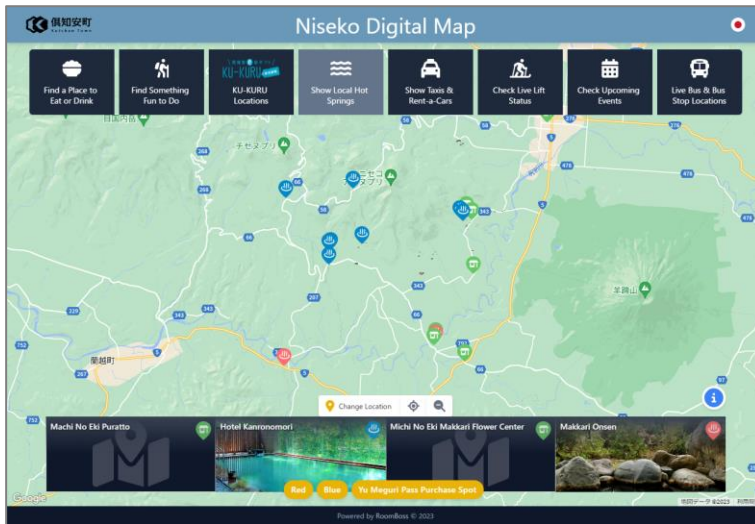


- ① 旅先納税KU-KURUと連携している施設を表示（飲食店・アクティビティの施設情報ともリンク）。アイコン・写真クリックにより、個別施設情報を表示（施設名、特徴、エリア、営業時間等）

※ Google mapと連動した施設へのアクセスルート等を表示、各施設の詳細情報（施設HPへリンク）は、飲食店と同様



■ 個別contents UI/UXデザイン\_温泉を探す

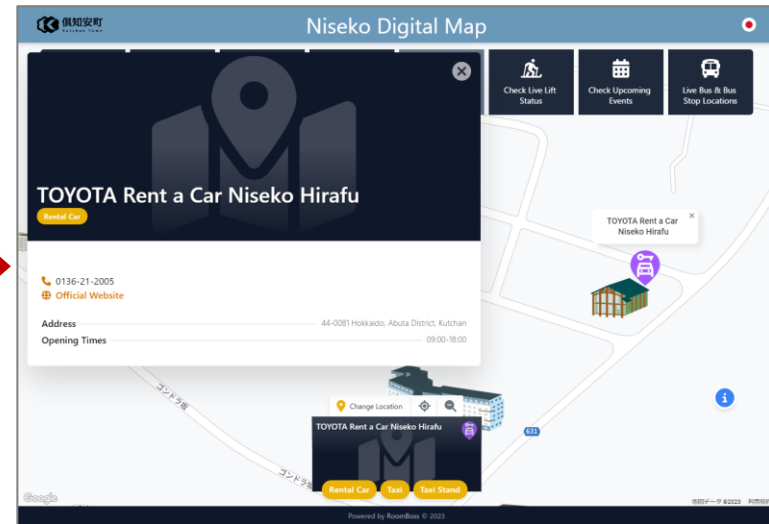
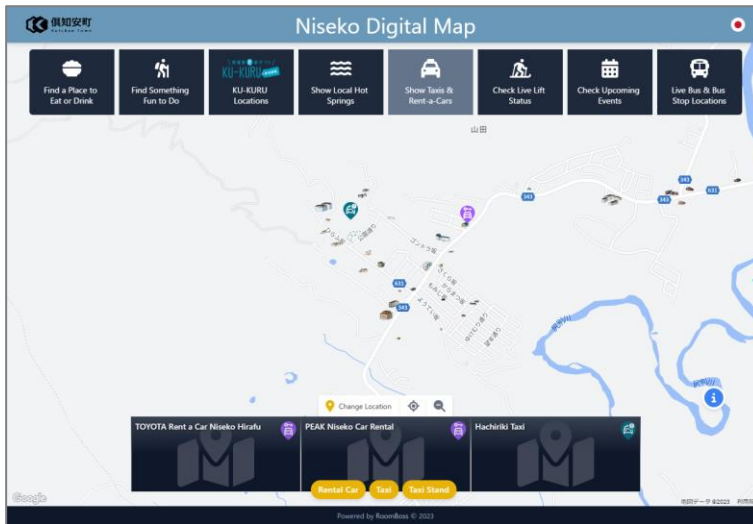


- ① アイコン・写真クリックにより、個別施設情報を表示  
(施設名、特徴、エリア、営業時間 等)
- ② ニセコ湯めぐりパスとの連携を視野に、パスの案内などを表示

※ Google mapと連動した施設へのアクセスルート等を表示、各施設の詳細情報(施設HPリンク)は、飲食店と同様



■ 個別contents UI/UXデザイン\_タクシー&レンタカーを探す

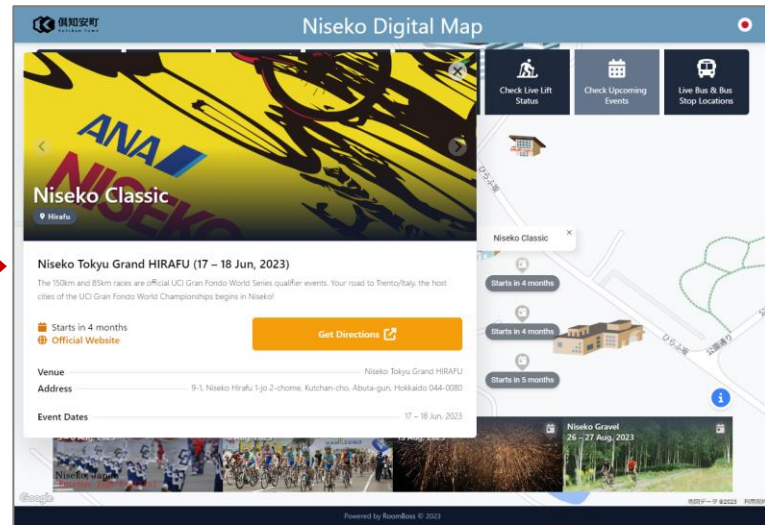
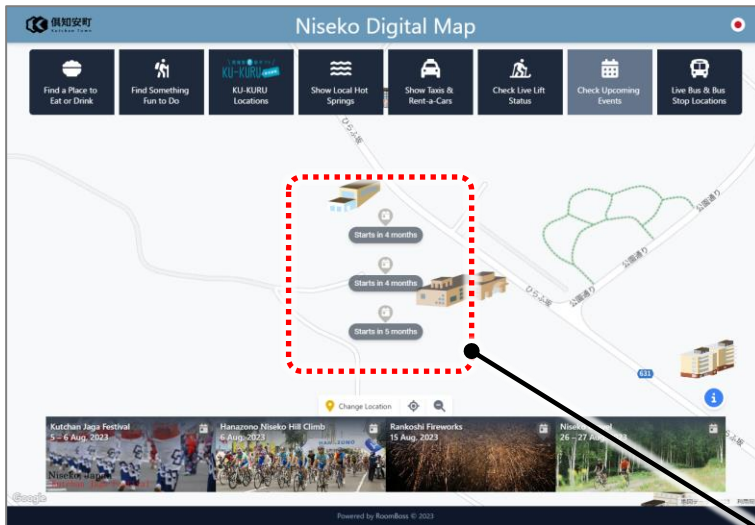


① アイコン・写真クリックにより、個別施設情報を表示  
(施設名、特徴、エリア、営業時間 等)

※ Google mapと連動した施設へのアクセスルート等を表示、各施設の詳細情報(施設HPへリンク)は、飲食店と同様



■ 個別contents UI/UXデザイン\_イベントをチェック



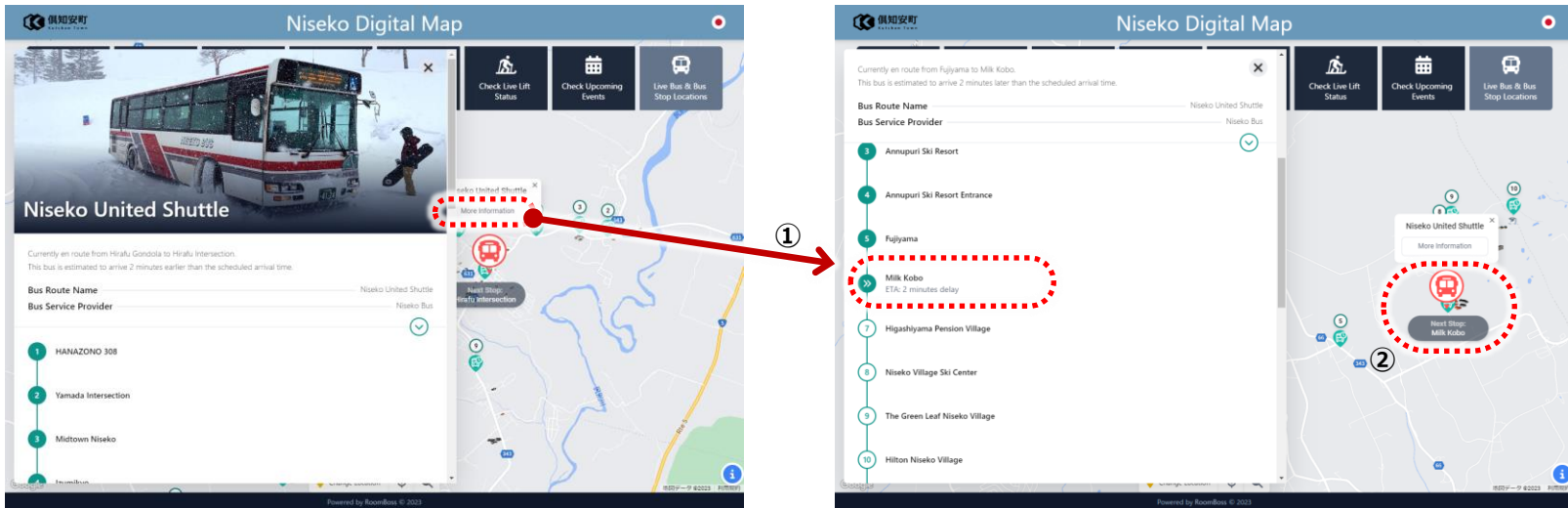
① アイコン・写真クリックにより、イベント情報を表示  
(施設名、特徴、エリア、営業時間 等)

※ Google mapと連動した施設へのアクセスルート等を表示、各施設の詳細情報(施設HPへリンク)は、飲食店と同様



地図上には、イベント開催地に加え、開催までの時間を表示

■ 個別contents UI/UXデザイン\_バス・バス停をチェック



- ① シャトルバスの位置をリアルタイムで地図上に表示  
「more information」クリックにより、バス停間のバスの位置、運行の遅延情報を表示
- ② バスアイコンには、次のバス停を表示

## トレイルマップ(Ⅱ.山MAP)

- ✓ リフト運行情報、飲食店情報、アクティビティ情報、バス運行情報などの観光情報は、アクティビティが集積する山間部エリア、アクティビティ後に過ごす街エリアに区分する。
- ✓ 山岳部エリアにおけるマップ（トレイルマップ）は、主たる要素がスキー場であるため、Google mapを活用するのではなく、滑走ルートやリフトの位置が判別しやすい既存の紙マップをデジタル化し、これにリフト運行情報、レストハウス・駐車場混雑情報、シャトルバス運行情報などのリアルタイムデータを付加して構築する。
- ✓ リアルタイムデータは、1分ごとに情報更新している。

図 トレイルマップ（紙媒体）



## ■トレイルMAPのシステム概要

[トレイルマップ (紙媒体)]



トレイルマップのデジタル化 (ウィジェット形式)



[掲載コンテンツ]

- ニセコ全山リフト運行状況
- レストハウス混雑状況  
(HANAZONOレストハウス・東急リゾートレストハウス)
- バス運行状況  
(運行中 (バスロケ) ・運休中)
- 駐車場混雑状況  
(駐車場開業情報、駐車場満空(混雑)情報)
- 天候情報  
(天気、気温、風向風速、積雪、雪質)

API接続  
等による

	システム設計内容	担当事業者名
トレイルマップ 山Map	「トレイルマップ」(ニセコUNITEDのアニメーションマップ)に、バス運行状況(運行中・運休中)追加 ◆方法:API (受け)	株式会社ユキヤマ
	AIカメラ、IoT手動式カメラの導入・設置 ・AIカメラ1台(花園レストハウス) ・手動式混雑度検知システム(駐車場2か所) 「トレイルマップ」への下記情報の反映 ・APIによりYukiyamaに接続	株式会社バカン
	「トレイルマップ」(Yukiyama社の制作)に反映するための、バスロケシステムのデータの吐き出し。◆方法:API	株式会社メディアマジック
	・レストハウス(キングベル)の混雑度の「トレイルマップ」への情報提供 ・APIによりyukiyamaに接続	東急リゾーツ&ステイ

■街MAPからのリンク(連動)

✓ニセコエリア全体の観光情報を一体的に提供するため、トレイルMAPは、街MAPからの連動を図るものとしている。



LIFT NAME	NIGHT SKIING	CURRENT STATUS	OPENING TIMES
Hanazono Hooded Lift #1	-	Today Closed	0:00 ~ 15:00
Hanazono Quad Lift #2	-	Today Closed	0:00 ~ 15:00
Hanazono Hooded Quad Lift #3	-	Today Closed	0:00 ~ 15:00
Hanazono Symphony Gondola	○	Today Closed	0:00 ~ 19:00



## ■トレイルMAP 掲載contents

図 PC上Webサイト表示画面



- ① リフト運行状況
- ② レストハウス混雑状況
- ③ シャトルバス運行情報

- ① リフト運行状況  
(テキスト形式)

- ④ 気象情報 (山麓・山頂)  
[気温、積雪深、降雪量、雪質  
風向風速]

図 スマートフォン表示画面

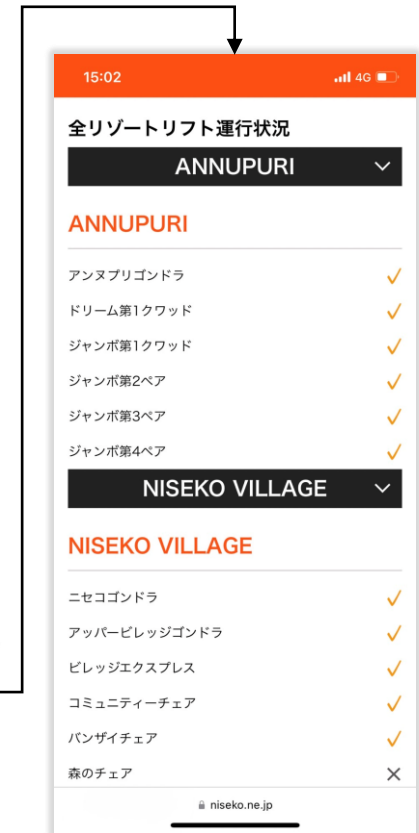
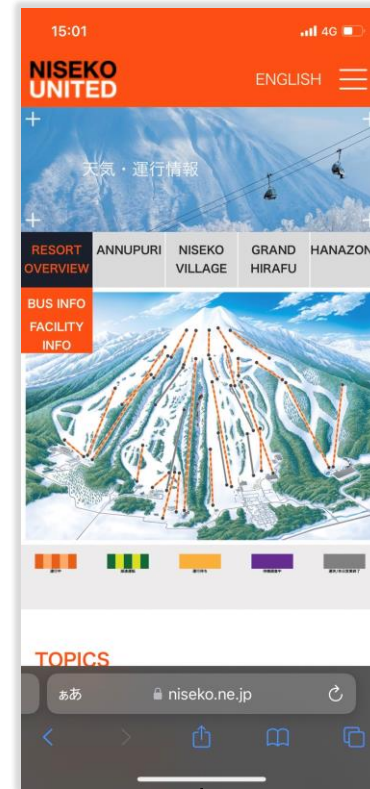


■ 個別contents UI/UXデザイン\_リフト運行情報

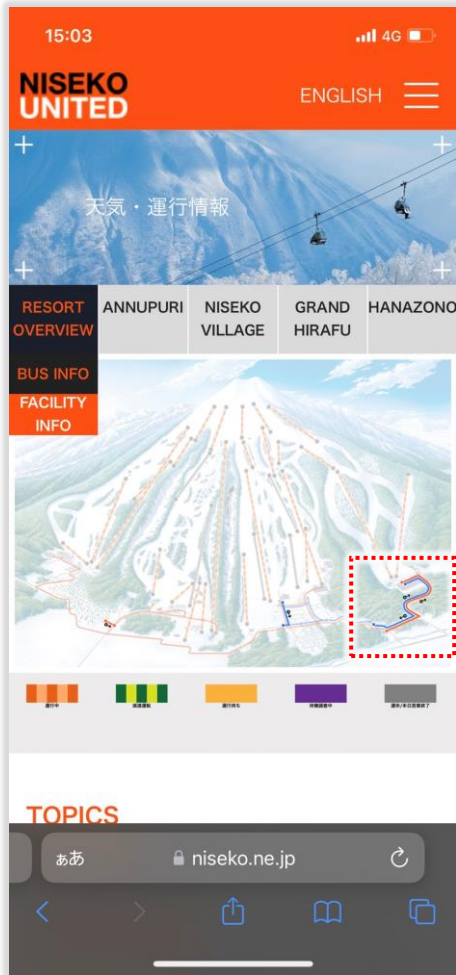
✓ リフト運行情報は、全山すべてのリフトを対象に、以下のステータスでリアルタイム表示。



✓ マップ上表示だけでなく、テキスト形式でも表示。



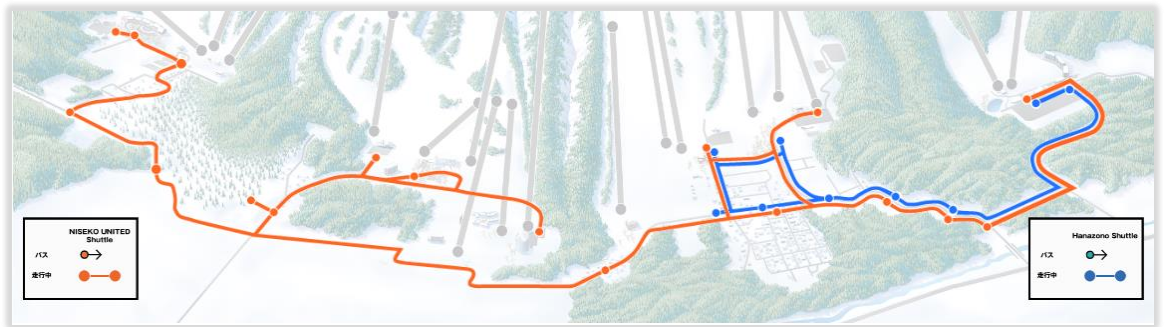
■ 個別contents UI/UXデザイン\_シャトルバス運行情報



<拡大イメージ>

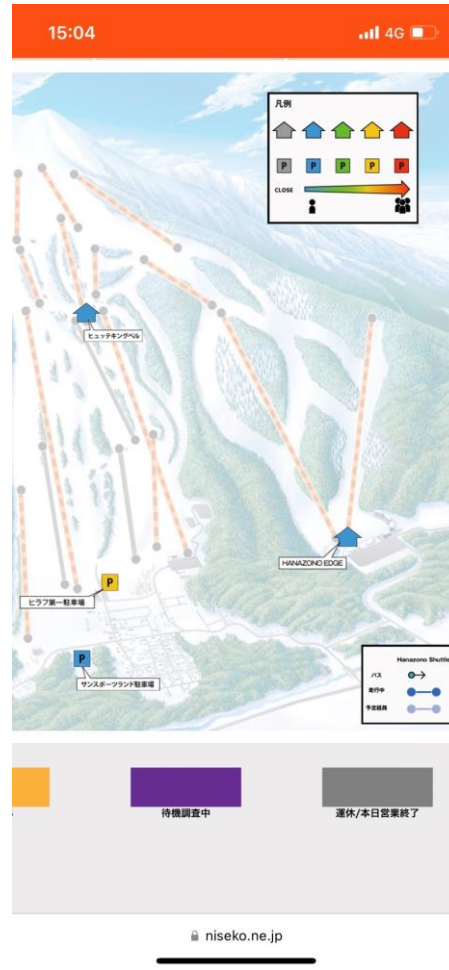
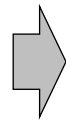
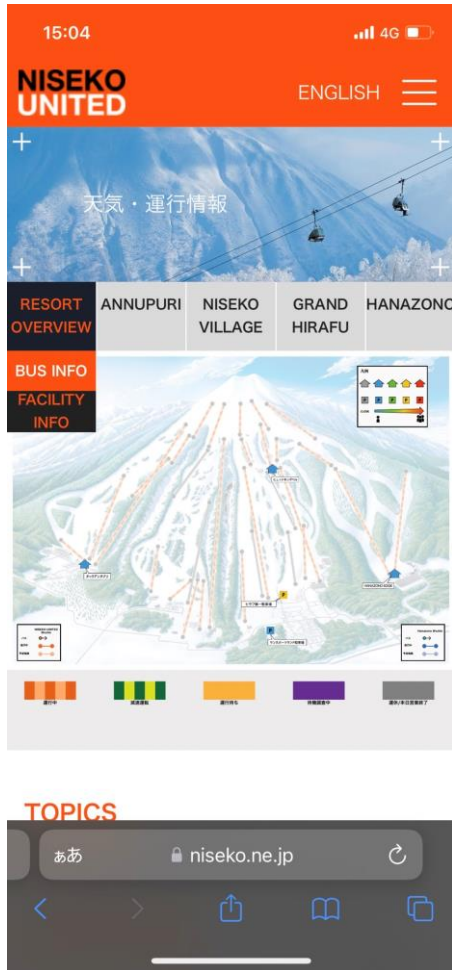


<シャトルバス全線>

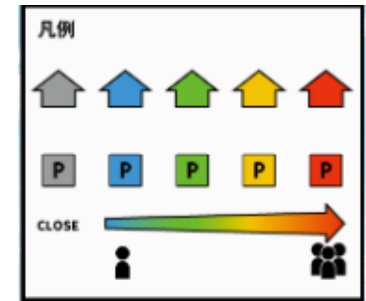


- ✓ シャトルバスの運行情報は、Google mapとは異なり、イラストマップに経度経度情報を持たないため、バスのGPSから発信される緯度経度情報をもとに、システム上で位置を特定、どこのバス停間を運行しているのかを判別して、バス停間をどの方向に移動しているのかが判別できる程度に表示。

■個別contents UI/UXデザイン\_レストハウス混雑情報



- ✓ レストハウスの混雑情報は、レストハウスの入口のAIカメラを設置し、利用者の出入り状況を観測し、入込者数から満空状況を以下のステータスで表示



- ✓ 一部のレストハウスについては、リニューアルの予定があるため、手動で満空情報を入力し、表示

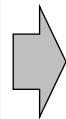
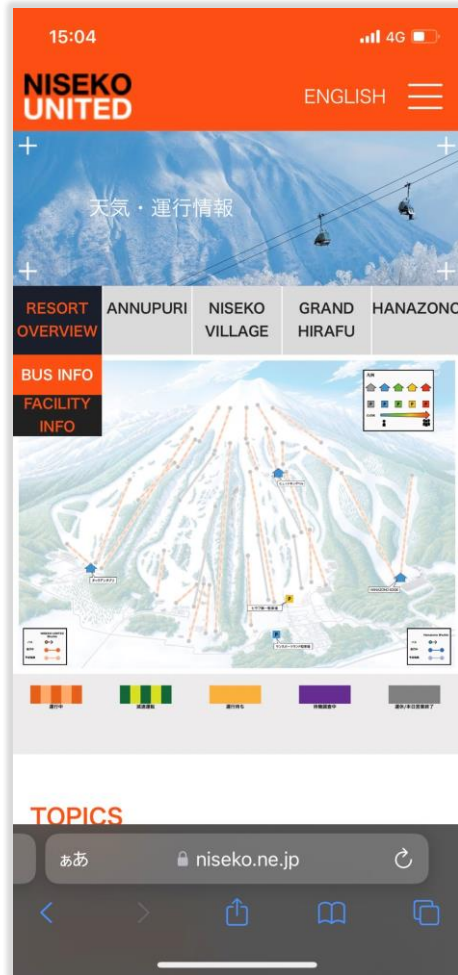
<AIカメラを設置したレストハウス>

- ・ HANAZONO EDGE
- ・ ヌックアンブリ

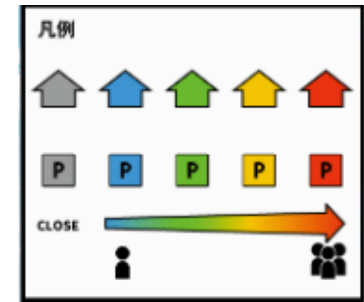
<手動対応としたレストハウス>

- ・ ヒュッテキングベル

■個別contents UI/UXデザイン\_駐車場混雑情報



- ✓ 駐車場の混雑情報は、シーズン中において混雑する駐車場を対象に、以下のステータスで満空情報を提供



- ✓ 満空情報は、駐車場スタッフが手動で満空情報を入力し、表示

＜対応している駐車場＞

- ・ヒラフ第一駐車場
- ・サンスポーツランド駐車場

## データ収集分析プラットフォーム

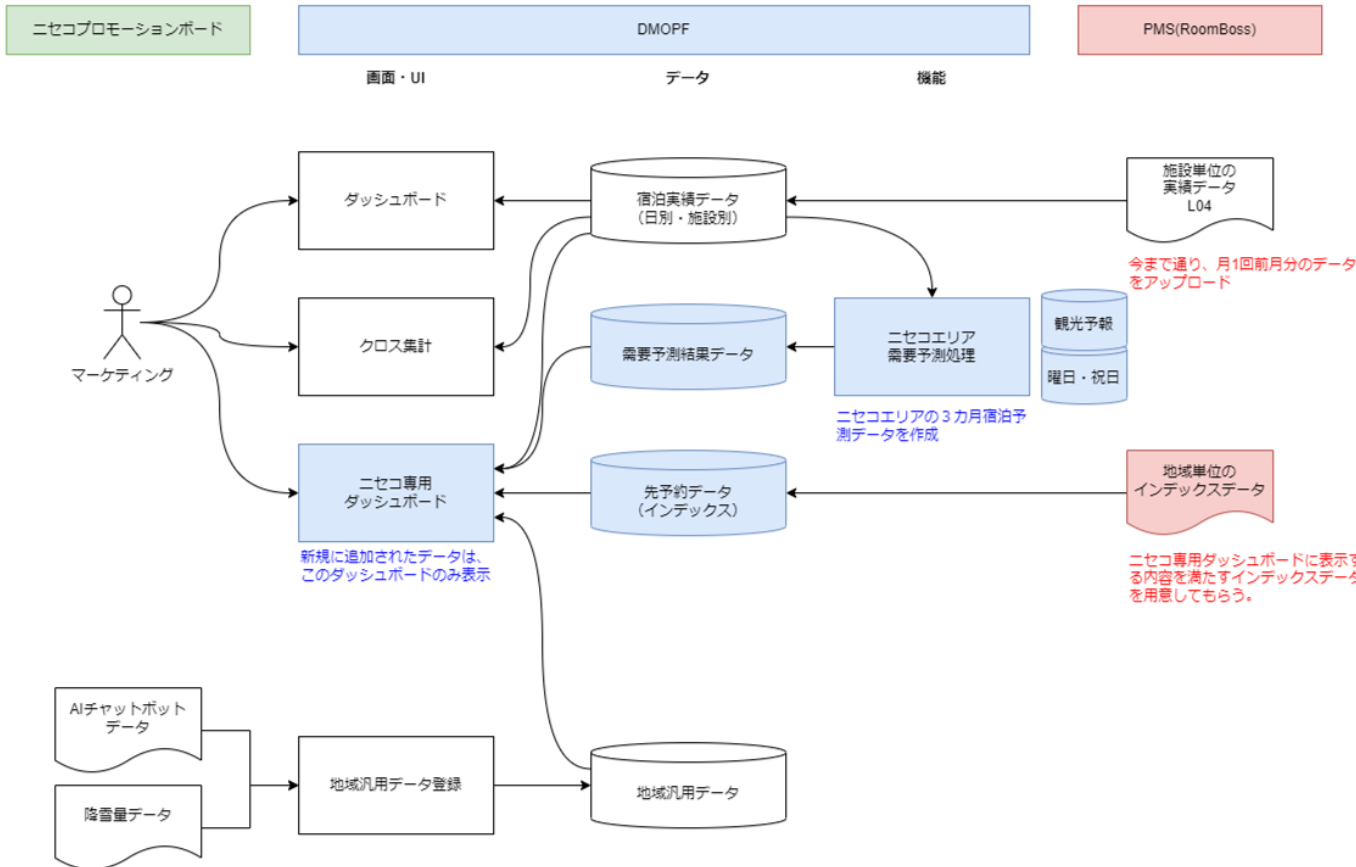
- ✓ 地域内における観光旅客流動の動きの全体像を把握するマクロ的視点でのデータ（宿泊者データ）に加え、その旅客流動の特性を把握するミクロ的視点データ（宿泊客個人属性データ）を収集する。
- ✓ 収集したデータは、宿泊者の属性に応じた詳細分析が可能なデータとして加工、プラットフォーム上での簡単操作でグラフ・図等を通じた見える化を図る。
- ✓ また、近い未来の需要予測（宿泊需要予測・観光需要予測）を系統的に実施し、プラットフォーム上での表示、及び地域データポータルサイトへAPI接続し、潜在的宿泊客・宿泊予定（予約済）客へ提供する。

### <過年度構築したデータ収集分析プラットフォーム>

The screenshot displays a web application interface for data collection and analysis. On the left is a dark blue sidebar with a menu containing the following items: データ分析 (Data Analysis), ホーム (Home), 表とグラフで表示 (Display as Table and Graph), 属性分析 (Attribute Analysis), 融合地域分析 (Integrated Regional Analysis), 需要予測 (Demand Forecast), 効果測定 (Effect Measurement), クロス集計 (Cross-tabulation), 地域データ管理 (Regional Data Management), データ提出状況 (Data Submission Status), マニュアル (Manual), and ログアウト (Logout). The main content area is titled 'データ分析' (Data Analysis) and features a '最新のお知らせ (最新の3件表示)' (Latest News (Display latest 3 items)) section with two notifications dated 2023-01-09 and 2023-01-02. Below this are several functional tiles: '表とグラフで表示' (Display as Table and Graph) for regional data, '属性分析' (Attribute Analysis) for comparing trends by attribute, '融合地域分析' (Integrated Regional Analysis) for comparing trends across regions, '需要予測' (Demand Forecast) for predicting trends from collected data, '効果測定' (Effect Measurement) for analyzing economic effects using data as KPIs, 'クロス集計' (Cross-tabulation) for analyzing data from two different perspectives, and 'データ提出状況' (Data Submission Status) for downloading accommodation statistics data files. The footer of the interface shows '© 2023'.

## ■データ収集分析プラットフォームのシステム概要

- ✓ 近い未来の需要予測（宿泊需要予測・観光需要予測）をシステム処理し、プラットフォーム上での表示を行うため、AIチャットボットデータ、先予約インデックスデータを収集し、そのデータをもとにニセコエリアの需要予測処理を実施、需要予測に関連するデータをプラットフォーム上の表示している。



### 各事業者の主な対応内容

#### ニセコプロモーションボード

- ① AIチャットボットデータなど保有するデータをDMOPFに登録

#### RoomBoss

- ① 先予約インデックスデータの作成および定期的なアップロード処理

#### DMOPF (OT)

- ① 本事業用の専用ダッシュボード画面の作成
- ② 宿泊実績をもとに需要予測データの作成及び表示
- ③ 先予約データの取り込み表示

## ■ 宿泊者数の予測手法の概要

- AI 学習に用いるデータ期間  
2020年12月01日～予測日前日までのデータ
- 予測対象  
二セコエリアに宿泊する日別の宿泊者数  
(二セコ町、倶知安町、蘭越町)
- 予測期間  
予測実行日から180日間
- 予測に利用したデータ
  - ・ 休日・祝日 (内閣府HPより)
  - ・ 周辺地域宿泊状況データ (観光予報PF)
  - ・ 海外祝日 (中国・オーストラリア)
- 予測対象項目
  - ・ 延べ宿泊者数\_日別
  - ・ 居住国

## ■ 宿泊者数と各データの相関

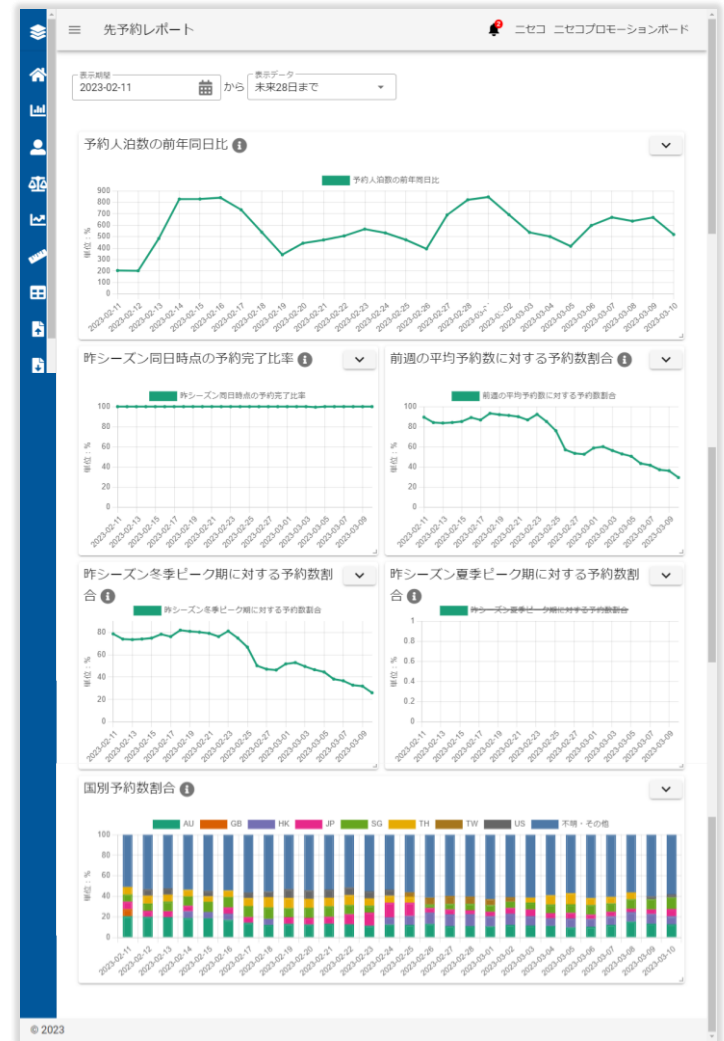
関連データ	相関係数
延べ宿泊者数	1.000000
周辺地域宿泊状況 (観光予報PF)	0.708665
休日 (日本)	0.274306
休暇 (中国)	0.129839
休暇 (オーストラリア)	0.214142



## ■先予約レポート（ダッシュボード）

- ✓ ダッシュボードでは、推定を行った予約データをもとに前年比との比較をベースに、以下のデータを表示。

表示データ	概要
予約人泊の前年同月比	最新の各日にち毎予約人泊数を昨シーズン同日の予約人泊数で割った値
昨シーズン同日時点の予約完了比率	昨シーズン同日の予約人泊数を昨シーズン同日の宿泊実績で割った値
前週の平均予約数に対する予約数割合	最新の各日にち毎予約人泊数を「表示時間」の前一週間前の平均予約人泊数で割った値
昨シーズン冬季ピーク期に対する予約数割合	最新の各日にち毎予約人泊数を昨シーズン冬季ピーク週の平均宿泊実績値で割った値
昨シーズン夏季ピーク期に対する予約割合	最新の各日にち毎予約人泊数を昨シーズン夏季ピーク週の平均宿泊実績値で割った値
国別予約数割合	未来28日間の総予約人泊数のうち、最も予約人泊数が多い国から上位9ヶ国、及び10ヶ国目以下の国毎予約人泊数の割合



## 6. 事業の成果

### 事業目標に対する成果

本事業を通じた中長期的な事業目標として、以下のようにKGI・KPIを設定した。

以下のKGI・KPIについては、中長期的な事業目標であり、現時点での評価は行わず、数年後において調査を実施するものとする。

#### ○観光客変動予報に基づくリコメンドによる冬期における需要の平準化

区分	目標項目	目標値	達成状況
KGI	年間・地域別の繁閑差の解消	繁閑差 対前年比減	※現時点では計測不能
KPI	冬季の閑散/繁忙	現状48% → 55%	43% <small>最小宿泊者数/最大宿泊者数（冬期レギュラーシーズン）</small>

#### ○ニセコリゾートエリア全体のリフト運行状況・リフトステータス等の一括表示による、観光行動の最適化

区分	目標項目	目標値	達成状況
KGI	リピーターの確保	リピート率 対前年比増	※現時点では計測不能
KPI	リゾート体験満足度の向上	満足90% (2019年 88.9%)	※現時点では計測不能

#### ○旅先納税（KU-KURU）の利用促進

区分	目標項目	目標値	達成状況
KGI	経済波及効果	対2021年度以上 (2021年度 2,830千円)	18,754千円 達成率556% (2023年2月上旬まで)
KPI	旅先納税額	対2021年度以上 (2021年度9,645千円)	72,610千円 達成率653% (2023年2月上旬まで)

## 6. 事業の成果

### 実証内容に対する成果

本事業期間における事業目標として、以下のようにKGI・KPIを設定した。

#### ①観光客変動予報に基づくリコメンドによる冬期における需要の平準化

区分	目標項目	目標値	達成状況
KGI	冬期における宿泊施設のプチ繁閑差の解消	対前年同期間比 減	2021年度シーズン 20% 2022年度シーズン 43%
	冬期休業店舗数の抑制（飲食店等）	対前年同期間比 減	※統計調査は、現時点では未調査であり、計測不能
KPI	事業期間内の繁閑の平準化（冬季の閑散/繁忙）	現状20% ➡ 40% (宿泊データより算定)	43% 最小宿泊者数/最大宿泊者数（冬期レギュラーシーズン）

#### ②ニセコリゾートエリア全体のリフト運行状況・レストハウス混雑度等の一括表示による冬期の観光行動の最適化

区分	目標項目	目標値	達成状況
KGI	リピーターの確保	リピート意向 50%	※実証期間が十分ではなく、取組の普及には至っておらず、現時点での計測は実施しない。このため、利用者視点での街MAP、トレイルMAPの利用の評価についてアンケート調査を実施した。
KPI	冬期におけるリゾート体験満足度の向上	現状(未計測)➡実証後(60%)	

#### ③旅先納税（KU-KURU）の利用促進

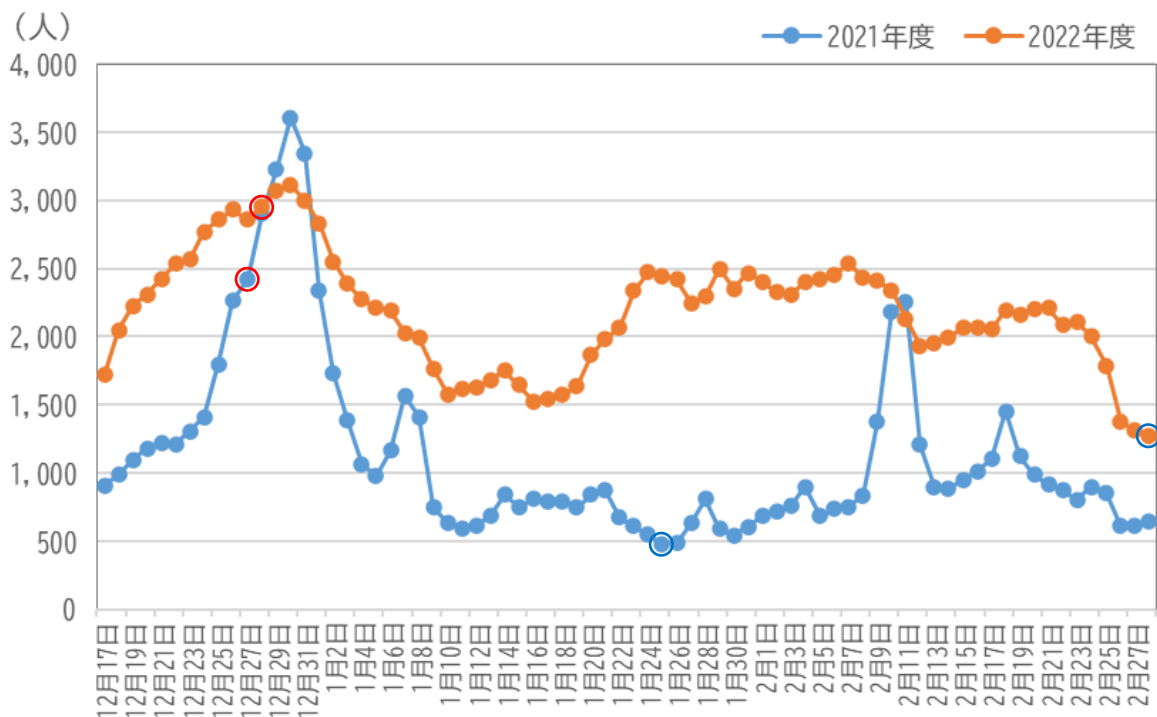
区分	目標項目	目標値	達成状況
KGI	KU-KURUを経由したふるさと納税額の増加	対前年同期間比 5%増	553%増
KPI	KU-KURU公式ウェブサイトへのアクセス数	対前年同期間比 10%増 (サイト利用者数で観測)	11%増 21年：9,402PV 22年106,472PV

## 6. 事業の成果

### 実証内容に対する成果 [①観光客変動予報に基づくリコメンドによる冬期における需要の平準化]

#### ■冬期における宿泊施設のプチ繁閑差の解消、事業期間内の繁閑の平準化

- ✓ 宿泊データ分析システムによる集計による冬期レギュラーシーズン（12/17～2/28）の2022年度・2023年度の延べ宿泊者数の推移は、以下の通りである。
- ✓ 期間内延べ宿泊者数の差は、コロナ感染拡大防止措置の緩和に伴い、2021年度に比較し、2022年度は明らかに小さくなっている。



	2021年度	2022年度
期間内最大値	2,426	2,957
期間内最小値	479	1,268
繁閑率 (閑散/繁忙)	20%	43%

※対象期間：冬期レギュラーシーズン（12/17～2/28）

※除外日：正月前後（12/29～1/3）

※繁閑率：期間内最小値/最大値

## 6. 事業の成果

### 実証内容に対する成果 [②ニセコリゾートエリア全体のリフト運行状況・レストハウス混雑度等の一括表示による冬期の観光行動の最適化]

#### ■利用者によるトレイルMAPの評価

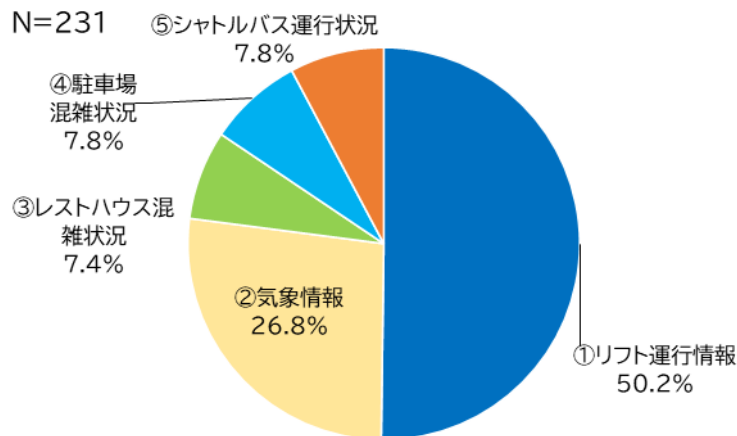
- ✓ トレイルマップの評価にあたっては、右表の通り調査を実施し、231のサンプルを得た。
- ✓ アンケート調査の集計結果は、以下に示す通りである。

#### ＜役立つ情報カテゴリー・改善してほしい情報カテゴリー＞

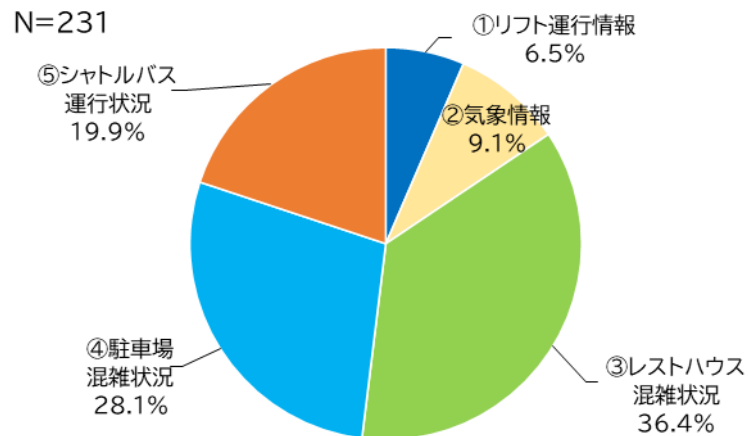
- ✓ 役に立った情報は、リフト運行情報、及び気象情報である。
- ✓ 改善が求められる情報は、レストハウス・駐車場混雑状況・シャトルバス運行情報となっており、リフト運行情報・気象情報ともに、情報の必要性ニーズが高いものと考えられる。

項目	内容
調査期間	2023年2月10～29日
サンプル数	231サンプル
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 関連Webサイト経由のアンケート調査</li> <li>➢ 現地での聞き取りによるアンケート調査</li> </ul>

#### 【一番使いやすく役立つ情報カテゴリー】



#### 【一番使いにくく改善してほしい情報カテゴリー】

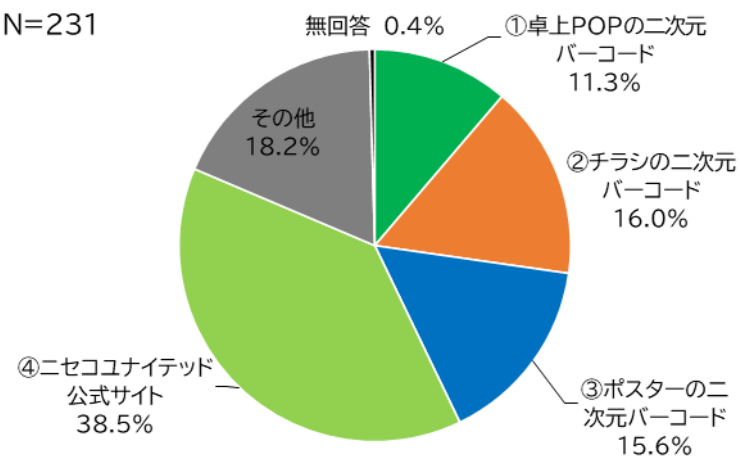


## <トレイルMAPの入手先>

- ✓ トレイルMAPの入手先は、主にニセコユナイテッド公式サイトからである。トレイルMAP公開以前より、多くの観光客がニセコユナイテッド公式サイトでスキー場情報を得ていたことを裏付けている。

## [トレイルMAPをどこで入手したか]

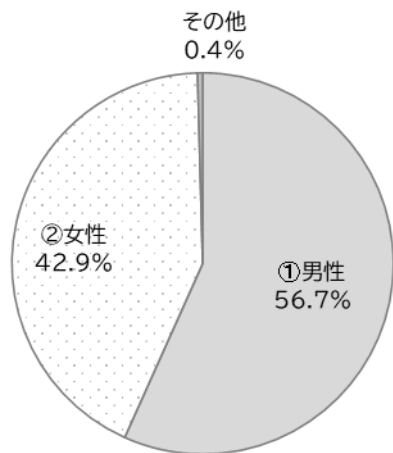
N=231



## <サンプルの属性>

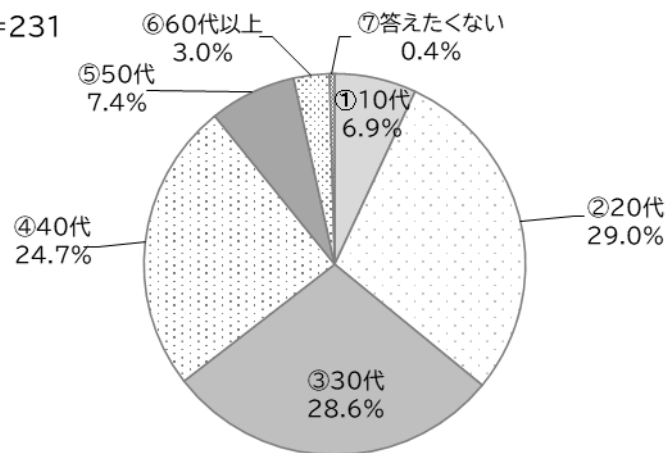
### [性別]

N=231



### [年齢別]

N=231



## 実証内容に対する成果 [②ニセコリゾートエリア全体のリフト運行状況・レストハウス混雑度等の一括表示による冬期の観光行動の最適化]

### ■利用者による街MAPの評価

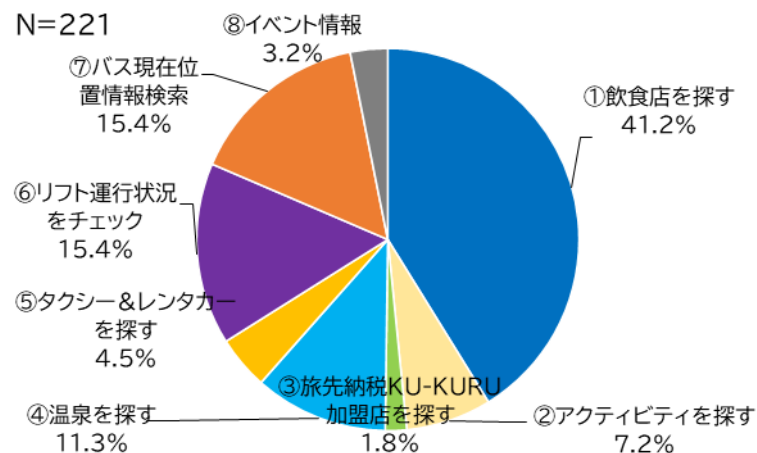
- ✓ 街マップの評価にあたっては、右表の通り調査を実施し、221のサンプルを得た。
- ✓ アンケート調査の集計結果は、以下に示す通りである。

項目	内容
調査期間	2023年2月10～29日
サンプル数	231サンプル
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 関連Webサイト経由のアンケート調査</li> <li>➢ 現地での聞き取りによるアンケート調査</li> </ul>

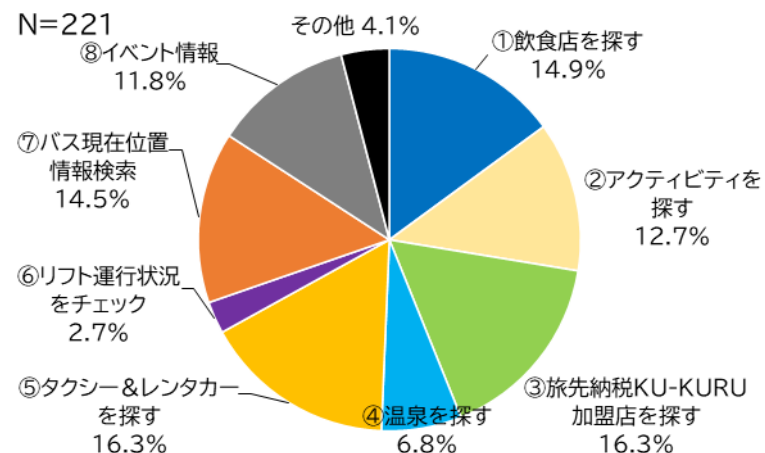
### ＜役立つ情報カテゴリー・改善してほしい情報カテゴリー＞

- ✓ 役に立った情報は、飲食店、バス位置情報である。両情報は改善も求められており、共に重要な情報であるといえる。
- ✓ 改善が求められる情報は、飲食店、アクティビティ、旅先納税、タクシー、バス情報位置、イベントなど多岐にわたり、かつ改善が求められている点から情報の必要性ニーズが高いものと考えられる。

### 【一番使いやすく役立つ情報カテゴリー】



### 【一番使いにくく改善してほしい情報カテゴリー】

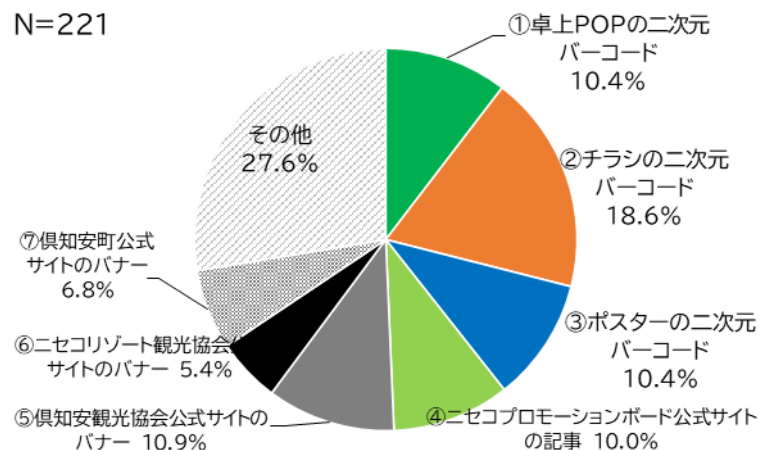


## <街MAPの入手先>

- ✓ 街MAPの入手先は、チラシ・卓上POP・ポスターの二次元バーコードからが多くなっており、一定のPR効果が表れている。
- ✓ また、ニセコユナイテッド公式サイト、倶知安観光協会公式サイトなど、既存の観光関連サイトからのアクセスも多くなっている。

## 【街MAPをどこで入手したか】

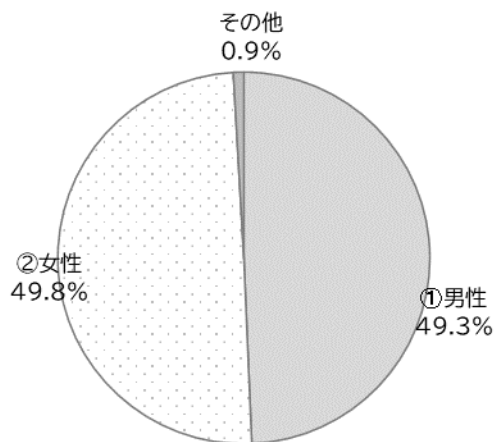
N=221



## <サンプルの属性>

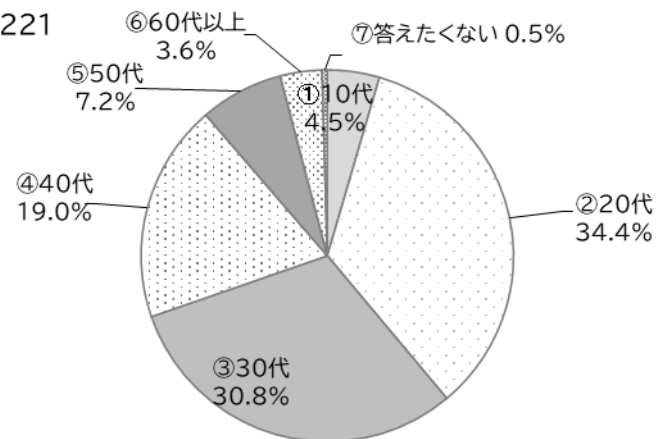
### 【性別】

N=221



### 【年齢別】

N=221





## 6. 事業の成果

### 6-3. 上手くいった点とその要因

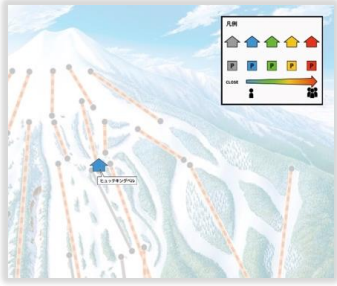

上手くいった点	要因（工夫した点など）
街MAPの構築	<p>■来訪者視点 ※街MAP公開後、十分なPR期間がなかったが、ごく一部の観光客において以下のような行動が見られた。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>街MAPを宿泊客等が利用することにより、アフタースキー(食事・買い物等)のための場所検索、Google mapとの連携によるルート検索が容易、写真を掲載することで店舗イメージが直観的に確認でき、宿泊客の街なかでの回遊を促進することができたものと考えられる。現在は、従業員不足のため、ホテル内レストランを営業できないホテルもあり、夕食のための街なかを歩く多くの人々が確認された。類似する情報については、Google mapの施設検索でも情報を得られるが、店舗等の情報鮮度はまちまちであり正確性に欠けるが、街MAPは最新の情報提供しており、店舗の閉店等による観光客の不満の発生も抑制できている。また、店舗等へのルート検索には、国内外の多くの人々が頻繁に利用するGoogle mapを利用することで、認知性・操作性の向上に寄与している。</li><li>今シーズンにおいても、降雪の中、バス停でバス待ちのための来街者が見られた。一方、少数ではあるが、街MAPにてリアルタイムにバス位置情報を提供することで、スマートフォンを手にシャトルバスの到着数分前にバス停に移動する人も見られた。同様にホテルにおいてもバスの到着と同時にホテルを出てバスに乗車する訪日外国人も確認された。</li><li>街MAPの拡大時においてランドマークとなる建物をイラストにて地図上に表示することで、慣れない地でのスマホ上の地図と現地のイメージリングが用意となったとの意見が聞かれた。</li></ul> <p>■事業者視点</p> <ul style="list-style-type: none"><li>街MAP完成後、街MAPに掲載されている事業者に対し、街MAPへの掲載について報告を行った。その結果、一部の事業者(飲食店)において、新しく考案したメニューの写真への変更依頼など、各店舗のPRに向けた能動的な行動が見られた。</li></ul>

<p>上手くいった点</p>	<p>要因（工夫した点など）</p>
<p>トレイルMAP の構築</p>	<p>■来訪者視点 ※トレイルMAP公開後、十分なPR期間がなかったが、ごく一部の観光客において以下のような行動が見られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• トレイルMAPにおいては、スキー場に数多く立地するレストハウス全てを対象に混雑状況を把握するための設備を導入することは、コスト的に困難であったため、多くのレストハウスの内、過去の利用傾向から利用者数が多く、混雑が見られるレストハウスを対象にAIカメラを設置し、その情報をもとにレストハウスの混雑情報を提供した。これにより、混雑情報を提供しているレストハウスでは、スマートフォンを片手にレストハウスの混雑状況を見ながら、混雑している時間帯をさけて入店する人も数名ではあるものが見られた。</li> <li>• このことから、今後、トレイルマップの利用が進むことにより、昼食をとるレストハウスの変更、時間帯の変更などにより、レストハウスの利用の平準化、ひいては利用者の満足度の向上も期待できる。</li> </ul>
<p>データ収集分析 プラットフォーム</p>	<p>■宿泊事業者視点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 先の宿泊需要の提供にあたっては、実数を提供するのではなく、昨年シーズン同日比較、ピーク時比較などにより、データ提供を行った。このことにより、宿泊事業者においては、感覚的にどの程度忙しい状況となるのかが理解しやすくなり、一部の事業者において、店舗の人員配置やコストコントロールに活用されたことの声が聞かれた。</li> </ul>

## 6. 事業の成果

### 6-4. 上手くいかなかった点とその要因

上手くいかなかった点	要因、改善点
全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業期間が十分ではなかったことに加え、それぞれのシステム構築に際し、システムのあり方や情報の見せ方を協議しながらシステム構築を進めたことにより、システム構築に手戻りが生じ、システムの公開が遅延した。このため、システムの仕様を確定ための協議期間と、システム開発期間を明確に区分したスケジュールで事業を推進し、システム開発の手戻りの抑制を図っていくことが必要である。特に、システムの仕様を確定ための協議については、関係者間で十分な意見交換を実施し、システム仕様にとりまとめ、この仕様に対する合意形成を期間内で図ることに留意する。</li> </ul>
街MAPの構築	<p><b>■来訪者視点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>街マップでは、アクティビティ・イベント情報を提供している。両情報については、グリーンシーズンの情報も含まれており、現地の来訪者にとっては、不要な情報となった。但し、一方では、スノーシーズン・グリーンシーズンを区分し、切り替え表示することで、グリーンシーズンの魅力をPRすることもできるものと考えられる。</li> <li>特に、グリーンシーズンに関する情報発信については、観光客の気持ちの高揚感が得られるタイミング(夕食～就寝時間帯、帰宅道中)についてカスタマージャーニーを想定しつつ検討し、着実に再来訪につながる時間帯での効果的な情報発信方法(アプリを介したpush通知)を検討・実施することが必要である。</li> </ul> <p><b>■事業者視点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>飲食店の混雑情報の提供については、「混雑していない＝人気がない」と捉えられかねないとする事業者の声があり、総体としての同意が得るにいたらず実現できなかった。「混雑していない＝人気がない」というネガティブな発想を払拭すべく、実際の利用者の声(例:空いているところを探すことを優先など)を個別事業者に届けるための説明会を開催するなど、システム意義を周知していくことが必要である。</li> </ul>

上手いかなかった点	要因、改善点
<p>トレイルMAPの構築</p>	<p>■事業者視点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>バスの運行情報、レストハウスの混雑情報については、機器設置コストの問題のため、今期事業では、一部手動での情報収集となっている。このため、通常業務に加えて、混雑情報の発信も必要となる。このため、バス運転手・レストハウススタッフの手が回らない繁忙時間帯においては、混雑情報の発信まで手が回らないとの声が聞かれた。その結果、一部時間帯においてデータの正確性にも影響している。</li> <li>バスの運行情報、レストハウスの混雑情報は、繁忙時間帯にこそ重要な情報であり、バスについては、GPSの全車両への搭載、レストハウスではAIカメラの設置などにより、人的負担の軽減と正確な情報の集約を図る必要がある。</li> </ul> <p>&lt;システム上の表示(空き)&gt;                      &lt;実際の状況&gt;</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>データ収集分析プラットフォーム</p>	<p>■宿泊事業者視点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊施設の予約情報については、データ収集分析プラットフォームでの先予約データ(需要予測)の推計だけでなく、旅マエ(予約時)に有用な情報として街Map等を通じて混雑情報としての提供を想定していたが、飲食店の混雑情報の提供の問題と同様に、「混雑していない＝人気がない」と捉えられかねないとする事業者の声があり、総体としての同意が得るにいたらず実現できなかった。「混雑していない＝人気がない」というネガティブな発想を払拭すべく、実際の利用者の声(例:空いているところを探すことを優先など)を個別事業者に届けるための説明会を開催するなど、システム意義を周知していくことが必要である。</li> </ul>

## 参考：実証地現地利用者インタビュー結果

区分	要因、改善点
街MAP 関連	<p>▶日本人宿泊客（40代夫婦）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スキーが好きであり、ニセコには数年毎に来ている。これまでは、いろんなサイトを見て情報を集めていたが、一度に必要な情報が見られる「街MAP」は便利と思う。</li> <li>コロナ過では、営業しているお店を探すのが一苦勞であり、営業情報も確認できると良い。</li> </ul> <p>▶日本人宿泊客（50代夫婦+その子供）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>イベント情報の多くは、来年度の夏の情報しかない。アクティビティも夏のものが多いと感じた。この時期に必要なのでしょうか？。地図上のマッピングされていると混乱する。スノーシーズンとグリーンシーズンを区分して見ることができれば、グリーンシーズンに来てみたいと思うかもしれない。</li> <li>先ほど、HANAZONOでジップラインをみた。夏に来てみたいと感じた。</li> </ul> <p>▶中国人宿泊客（カップル？・夫婦？、年齢不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>イラストは良い。わからない土地なので、地図と現地が頭でリンクできる。宿泊しているホテルと行きたいお店までの方向も直観的にわかる。</li> </ul> <p>▶オーストラリア人宿泊客（男性2人組、年齢不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>シャトルバスの運行情報は、正確だね。Good！。</li> </ul> <p>▶オーストラリア人宿泊客（男女グループ、年齢不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>どの店がオープンしているのか、正確な情報が欲しい。飲食店を探すために多く歩いた。</li> </ul>
トレイルMAP 関連	<p>▶日本人（30代男性）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>山頂の天気は変わりやすいので、積雪や気温だけでなく、視界がどうなっているのか情報があるといい。</li> </ul>

## 参考：実証地現地利用者インタビュー結果

区分	要因、改善点
トレイルMAP 関連	<p>▶日本人宿泊客（50代夫婦+その子供）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベント情報の多くは、来年度の夏の情報しかない。アクティビティも夏のものが多いと感じた。この時期に必要なのでしょうか？。地図上のマッピングされていると混乱する。スノーシーズンとグリーンシーズンを区分して見ることができれば、グリーンシーズンに来てみたいと思うかもしれない。</li> <li>・ 先ほど、HANAZONOでジップラインをみた。夏に来てみたいと感じた。</li> <li>・ リフトの運行情報に加えて、そのリフトがフード付きなのか、一人乗り用なのかかわかるといい。子供をつれていると、一人乗り用は、ちょっとつらい。</li> </ul> <p>日本人宿泊客（30代男性グループ）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ レストハウスの混雑は、すべての施設が載ってないよね。この(ヒュッテキングベル)の上のあの施設が載ってない。混雑情報がなくてもよいので、レストハウスが載っているとよい。</li> <li>・ リフトの混雑情報もわかるといい。HANAZONOの一番上のリフトは、長蛇の列ができていたので、回避して下に降りてきた。</li> </ul> <p>▶アメリカ人宿泊客（男性4人組、年齢不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ニセコの雪は、最高だ。山頂で、昨夜どのくらい積もったんだ。これから山頂へいくけど、情報があるといい。</li> </ul> <p>▶オーストラリア人・中国人宿泊客（男女カップル、年齢不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ここ(ヒュッテキングベル)は空いている表示だったけど、混んでるね。システムエラーかな？。</li> </ul> <p>▶中国人宿泊客（男女カップル、年齢不明）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ リフト付近からバス停へのルート検索ができるといい。ボードを担いでどのくらい歩かないといけないのかわかると降りてくる場所も決めることができる。</li> <li>・ バスが走っていることがわかるのはよい。雪が降っているので、どのくらい待ち続ければよいのかわかって良い。</li> </ul>

## 参考：実証地現地利用者インタビュー結果

区分	要因、改善点
データ収集分析プラットフォーム	<p>▶ホテルA</p> <ul style="list-style-type: none"><li>ニセコ宿泊予想レポートを店舗の人員配置やコストコントロールに活用させていただき大変助かっています。ありがとうございます！</li></ul> <p>▶ホテルB</p> <ul style="list-style-type: none"><li>現時点では前年同日比など比較データの閲覧しかできないのですが、純粹にニセコエリアの宿泊人数を知ることできますか？</li><li>実際にどのくらいの人が動いているのかを知りたいです。</li></ul>

## 7. 事業で得られた成果

### 7-1. 成果の分析・評価

#### ■ 来街者の視点

- ✓ 様々な観光情報を集約、ポータル化することで、旅ナカシーンでまとめて必要な観光情報等を確認しやすくなった。
- ✓ レストハウスや駐車場の混雑情報、リフトやバスの運行情報など、リアルタイムな情報提供は、来街者の効率的（スマート）な行動を促すことにつながっているようである。

#### ■ 地域観光関連団体の視点

- ✓ 本実証を通じて、多くの事業者が一つのテーブルの上で観光DXについて意見交換できた。これにより観光DXの有効性を共有でき、地域としてのDX化に向けて、出来ること・懸念点が明らかとなった。
- ✓ 但し、データの開示範囲については、各事業者の営業上の思惑から共通理解を得るには至らなかった。
- ✓ 各事業者がそれぞれに提供している情報+新たなリアルタイムデータのポータル化により、情報を集約した基盤構築の有用性について確認することができた。

#### ■ 個別観光事業者の視点

- ✓ 本実証を通じて、個々の施設情報を来街者へ提供することをきっかけに、個々の事業者においては、施設情報を最新のもの、もしくは特徴あるものに変更するなど、能動的な動きも見られた。



## 7. 事業で得られた成果

技術やツールを用いて解決した課題

### ■ 来街者の視点

- ✓ 街MAPの提供により、飲食店の営業情報を入手しやすくなったとの意見が見られた。コロナ過の影響により、一部のホテルではスタッフ不足により、夕食の提供が難しくなっており、コロナ過において度々見られた夕食難民の軽減に貢献しているものと考えられる。
- ✓ レストハウスや駐車場の混雑情報の提供により、ごく一部ではあるが、混雑していないスキー場レストハウスや駐車場を利用しようとする行動も見られた。今後、こうした観光客の動きが多くなることで、スムーズなスキー場利用が実現し、観光客の満足度も向上するものと考えられる。
- ✓ アクティビティ情報やイベント情報については、グリーンシーズンにおけるコンテンツも含んでおり、こうした情報を閲覧した観光客の一部からは、グリーンシーズンでの再来訪を思考する声も聞かれ、スノーシーズンとグリーンシーズンの繁閑差の緩和に貢献できるものと考えられる。

### ■ 地域観光関連団体の視点

- ✓ 宿泊データ分析システム（先予約レポートの算出）を実現することで、今後の取組みの検討へのデータ活用に期待を寄せる声も聴かれた。

## 7. 事業で得られた成果

技術やツールを用いて解決した課題

### ■ 個別観光事業者の視点

- ✓ 街MAPの提供により、来街者が飲食店情報を入手できるようになり、夕食をコンビニやスーパーで済ませようとする宿泊者が飲食店を利用するようになったことで、繁忙期にはどこの飲食店も一様に混雑が見られ、売上の貢献につながっているものと想定される。
- ✓ 宿泊データ分析システム（先予約レポートの算出）を実現することで、一部のホテルでは、仕入れの検討、スタッフ配置にデータを活用しようとする声が聞かれ、効率的な経営の実現に貢献するものと期待される。

## 8. 次年度以降の自走に向けて

### 8-1. 次年度の体制

- ✓ 街MAP・トレイルMAPの構築によって、観光客へ効果的に情報提供を行うことのできる基礎的な基盤を整備することができた。今後は、この基盤を地域の行政機関・DMOだけでなく、個々の宿泊施設や飲食物販店での活用が期待される。このためには、各MAPや宿泊データ分析システムの構築意義や活用方法を個々の宿泊施設や飲食・物販店に周知していくことが必要であり、倶知安町・ニセコ町の行政機関、観光協会、DMO、各業界団体が連携して周知や活用へのセミナーなどを実施していく。

例) 宿泊事業者 : エリアにおけるPMSの導入率の向上と、集積したデータ活用による効率経営の実現 等  
飲食・物販事業者 : 観光協会やDMOへの加盟、各MAPを通じた旬な情報の発信 等

### 8-2. 次年度以降に解決すべき課題

#### ✓ 宿泊事業者、飲食・物販事業者の意識変容の促進が必要

現時点では、個々の事業者により営業上の思惑からデータ提供そのもの、もしくはデータの見える化に難色を示している。その背景には、自らのデータを他の事業者が見ることができ、結果として自社の営業へマイナスの影響がでるとの考えがある。自らのデータは他事業者は閲覧できないこと、個々の事業者から提供されるデータの集合体を形成することに有意性があること、そのデータ活用を通じて地域の観光振興に寄与することの理解を、研修会や個別説明等により、促していくことが必要である。

#### ✓ データを集める仕組みからデータを活用した観光振興を実現する仕組みへの移行

令和4年度事業では、地域資源データ、リアルタイムデータを収集し、観光客等への見える化を実現した。このシステムを活用・拡充し、各事業者が地域の観光動向・潜在的顧客動向を把握し、新たな収益や効率的な事業運営へとつなげていく仕組みへ移行していくことが必要である。

## 8. 次年度以降の自走に向けて

### 8-3. 次年度以降の取組方針

#### ✓ 街MAP・トレイルMAPの拡充

- 各MAP構築の目的は、有効な観光情報の提供による地域の繁閑差の解消である。令和4年度に構築したMAPにより、一定の効果が期待されるが、スノーシーズンとグリーンシーズンのコンテンツが混在、一部の施設のリアルタイム情報提供にとどまっているなどの課題も顕在化している。
- 次年度以降においては、シーズンに合わせたコンテンツの仕分け、リアルタイム情報の拡充、旬な情報提供を可能とする仕組みを構築するなど、街マップ・トレイルMAPの拡充を推進する。

#### ✓ 宿泊データ分析システムへの投入データ拡充、先予約推計モデルの強化

- 宿泊データ分析システムへ投入されている宿泊データのシェア率は、約20%である。先予約推計結果の精度を高めるためのモデル構築を進めて、システムの有用性を高め、宿泊データのシェア率向上を図っていく。
- また、先予約データの宿泊施設、飲食・物販施設での活用の際しての有効性を高めていくため、エリアを細分化した先予約データの提供、入込状況（混雑状況）の提供を行うことができるシステムへ拡充する。

#### ✓ 情報閲覧のとどまらない、観光客のスマートな行動を支援するデータ活用の仕組みの構築

- 令和4年度を取組みを契機に、BtoBコンテンツとBtoC向けコンテンツを繋げる取組について、地域の主たる事業者から能動的な提案があり、この提案を具現化により、情報閲覧のとどまらない、観光客のスマートな行動を支援するデータ活用の仕組みの構築を図る。

#### ✓ 地域一体化を目指した個別事業者（宿泊事業者、飲食・物販事業者）との連携体制の強化

- 地域事業者の経営能力の向上、観光客ニーズを踏まえたサービス提供とマーケティング能力を向上させ、地域が一体となった持続的な観光地づくりを目指し、個別事業者（宿泊事業者、飲食・物販事業者）のデータ活用への意識醸成を図っていく。

# 9. その他

## 海外プロモーション施策

## 台湾インフルエンサー

台湾在住



胡誌麟氏

北海道ファン層に特化した人気ブロガー  
グループFB、出版著書にて  
訪道リピーター層への訴求と情報拡散に期待！

台湾はもちろん香港でも人気ブロガー。  
講師を務めるセミナーは有料でも毎回満員御礼。  
主催を務めるFBグループ@北海道旅游情報のメンバーの  
約2割は香港在住。



facebook  
@北海道旅游情報  
グループメンバー  
19.2万人



facebook  
@誌麟姊妹私藏北海道  
フォロワー3.7万人



@誌麟姊妹  
Blog: PV約50,000

発信媒体：Blog/WEB記事

誌麟姊妹 私藏北海道

<https://chihlinsister.com/?p=2435>



## 9. その他

### 海外プロモーション施策

### 台湾インフルエンサー



Aiky一点GO瘋旅行 (aikygo) 氏

台湾在住

台湾旅行系の大型YouTuber。  
北海道に来たことのない潜在層への掘り起こしが期待大！

人気YouTuber、カメラマンとして台湾各所の美しさを発信YouTubeチャンネルでは、台湾のルートや特徴、食べ物など、台湾の魅力を紹介している。台湾国内の自治体との実績多数。とりあげるジャンルが多彩であることから台湾・香港、幅広い層に人気がある。

YouTube

@Aiky一点GO瘋旅行



チャンネル登録者数 22.4万人  
総再生回数 2,837万4千回

発信媒体：YouTube

Aiky一点GO瘋旅行

<https://www.youtube.com/watch?v=A9sHKVOuikM&t=14s>



## 9. その他

### 海外プロモーション施策

### 香港インフルエンサー



#### 和泉素行 氏

香港在住

香港をベースに芸能活動をする日本人タレント兼モデル。  
露出度の高さから、幅広いファン層へ高い訴求力が期待できる！

香港地上波TV局の日本紹介旅番組「じゃぱなび」や、その他Viu TV 旅行番組多数出演中。AKB 48のイベントや、日本の地域プロモーションイベント等の出演も多数。

TOYOTA、吉野家、Ricoh、100毛のYouTubeCMや広告起用で現地知名度が高い。TVB、蘋果日報から取材を受け、香港ローカルをよく理解する日本人として熱い支持を得ている。広東語、中国標準語、日本語を使う。



facebook



@我は何しに香港へ？  
@SOKO 和泉素行

フォロワー11.3万人 (合計)

YouTube



@SOKO 和泉素行  
我點解來咗香港? 我は何しに香港へ?

チャンネル登録者数 2.2万人



Instagram



@sokoizumi  
フォロワー1.7万人

#### 発信媒体 : Facebook

我は何しに香港へ？

<https://www.facebook.com/profile/100063896407294/search/?q=%E8%A2%AB%E7%A8%B1%E7%82%BA%E6%97%A5%E6%9C%AC%E5%94%AF%E4%B8%80%E5%98%85%E8%8B%B1%E8%AA%9E%E5%9C%88>

SOKO 和泉素行

<https://www.facebook.com/profile/100044080733874/search/?q=%E8%A2%AB%E7%A8%B1%E7%82%BA%E6%97%A5%E6%9C%AC%E5%94%AF%E4%B8%80%E5%98%85%E8%8B%B1%E8%AA%9E%E5%9C%88>



## 9. その他

### 海外プロモーション施策

### 香港最大級の日本情報発信オンラインメディア



複数のチャンネルからの直接配信により  
拡散幅アップ

メインサイトに情報を集約する従来型のオンラインメディアとは異なり、LIKE JAPANはFacebookなど各SNSチャンネルから直接情報を発信していく「分散型メディア」として展開するのが特徴。これにより各ソーシャルチャンネルのターゲット層に接触することができ、より早いスピードで情報を拡散していくことが可能。また、公式サイトは月間70万PV/50万UU、Facebookは90万人を超えたフォロワーを抱える大型メディアとなっている。

発信媒体：Facebook

<https://www.facebook.com/likejpn/posts/pfbid02cNQhCuwGvUS1yRBFjMNUPTehcXsQA9vTjXs6DgLWHmoLTSd3p4Rc4KfRBET9C2KI>

発信媒体：Instagram

<https://www.instagram.com/p/CpT86jEhQtq/>

発信媒体：WEB記事

<https://www.likejapan.com/hokkaido/hokkaido-winter-travel-part2/>

発信媒体：YouTube

<https://youtu.be/RCddAimCjrk>

