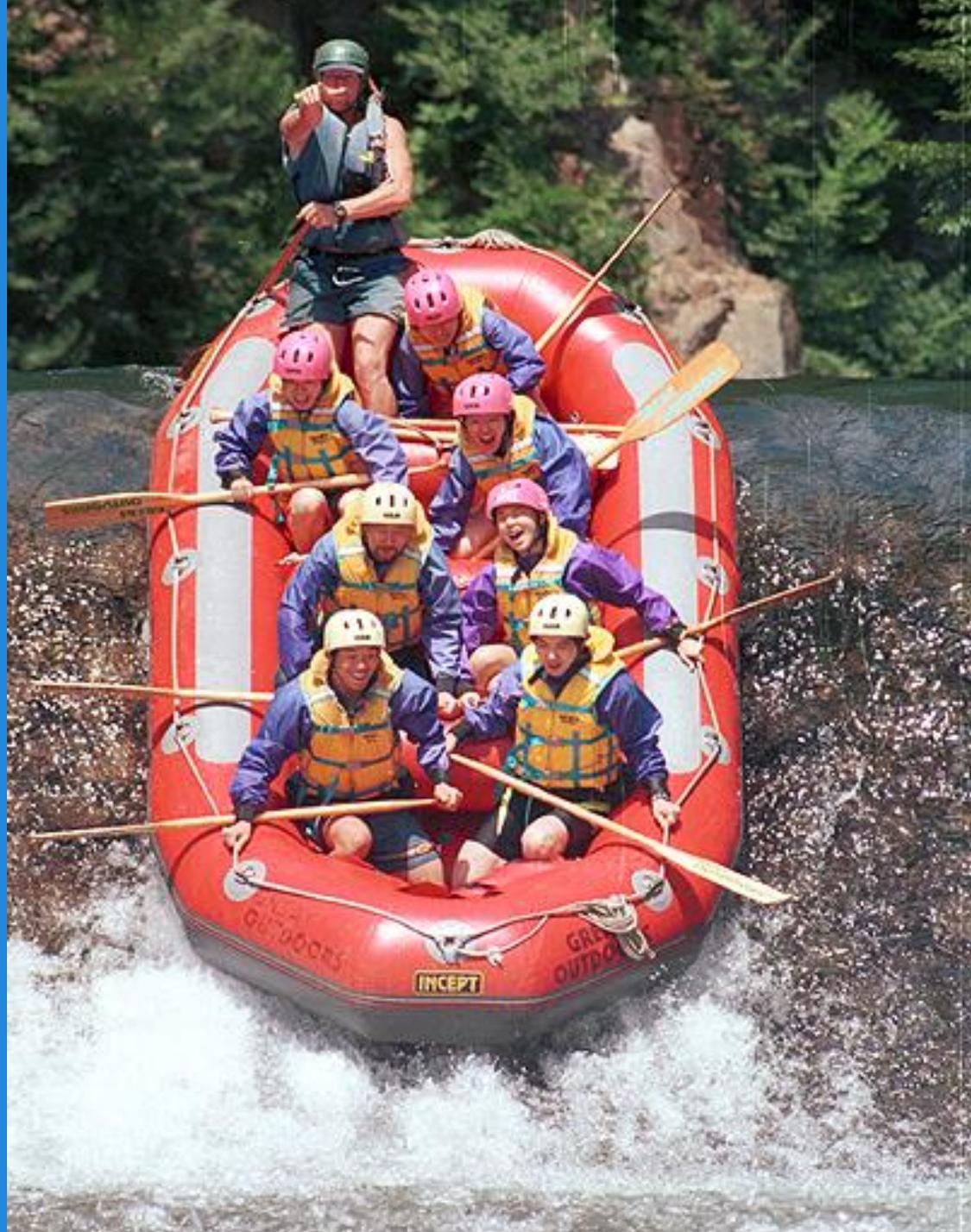




1995 利根川、みなかみ





Refresh your Mind, Body & Soul

アドベンチャー体験を通して、  
世界をリフレッシュします！

- 1998年から自営業。2005年株式会社

- オペレーションベース 5箇所;

- みなかみ
- 吾妻
- 奥多摩
- 湯沢
- 野沢



- スタッフ

- summer 50人 60% Japanese, 40% international
- winter 100人 20% Japanese, 80% international

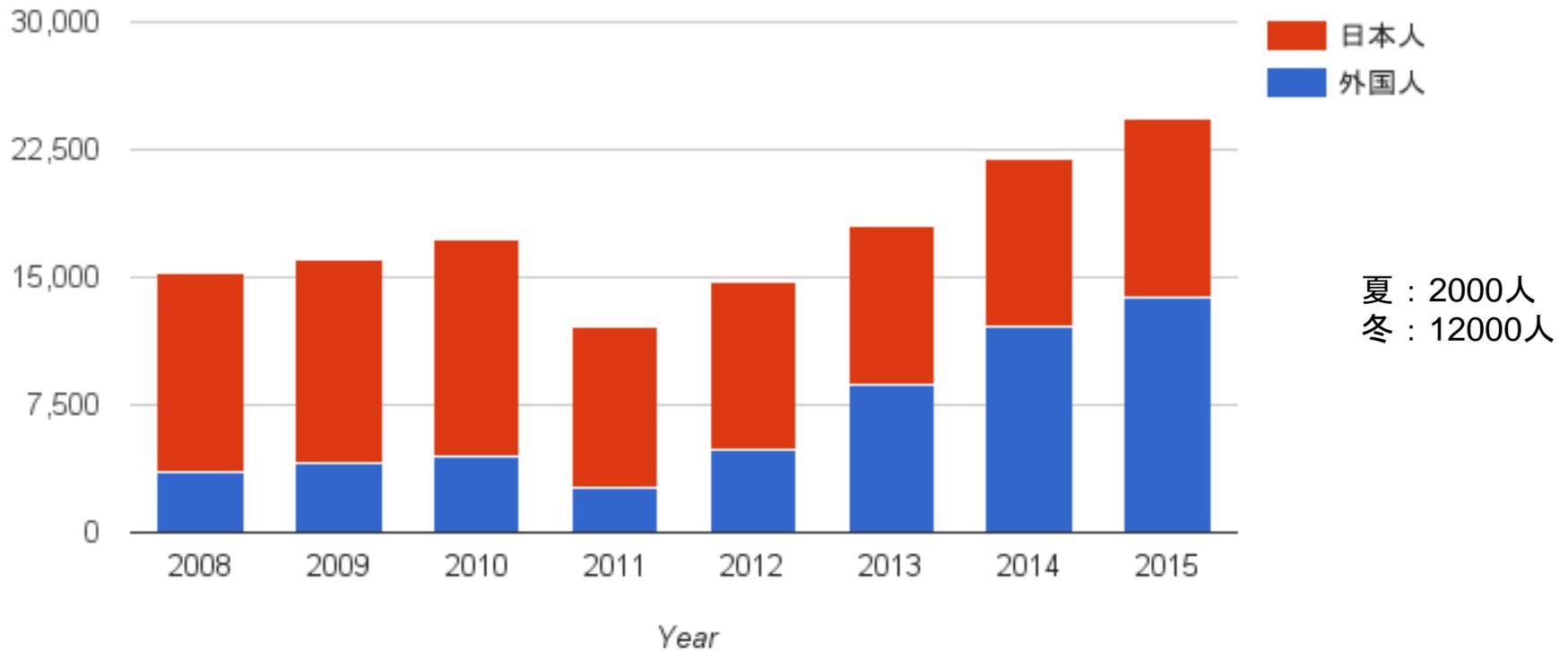
- お客様年間24000人



Refresh your Mind, Body & Soul

# インバウンドの成長

## Inbound Growth





Refresh your Mind, Body & Soul

# 3部門

アドベンチャーツアー



アウトドア教育



スノースポーツ





# Rafting



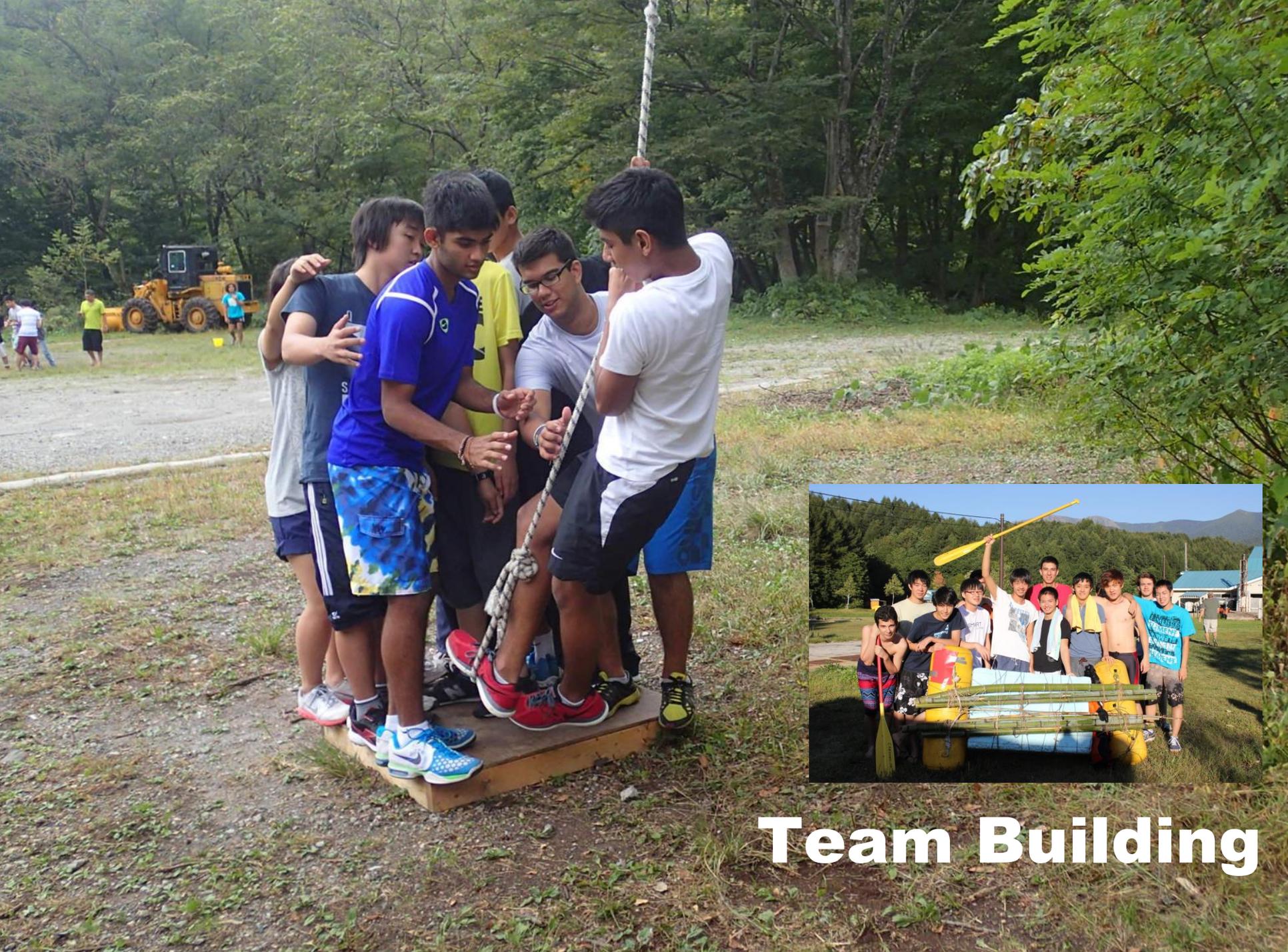
# Canyoning

# Hiking





**Caving**



# Team Building

# Orienteering/Geocaching







# **Snowsports Instruction**

# Snowshoe



# Snowcraft



# Snow canyoning



# Backcountry



# Cultural activities



## Crafts;

- Soba, paper, mask making
- pottery
- glass
- stone

Temple Visits

Drum workshop

Hot Springs

Tokyo Sightseeing



# ADVENTURE TOURISM

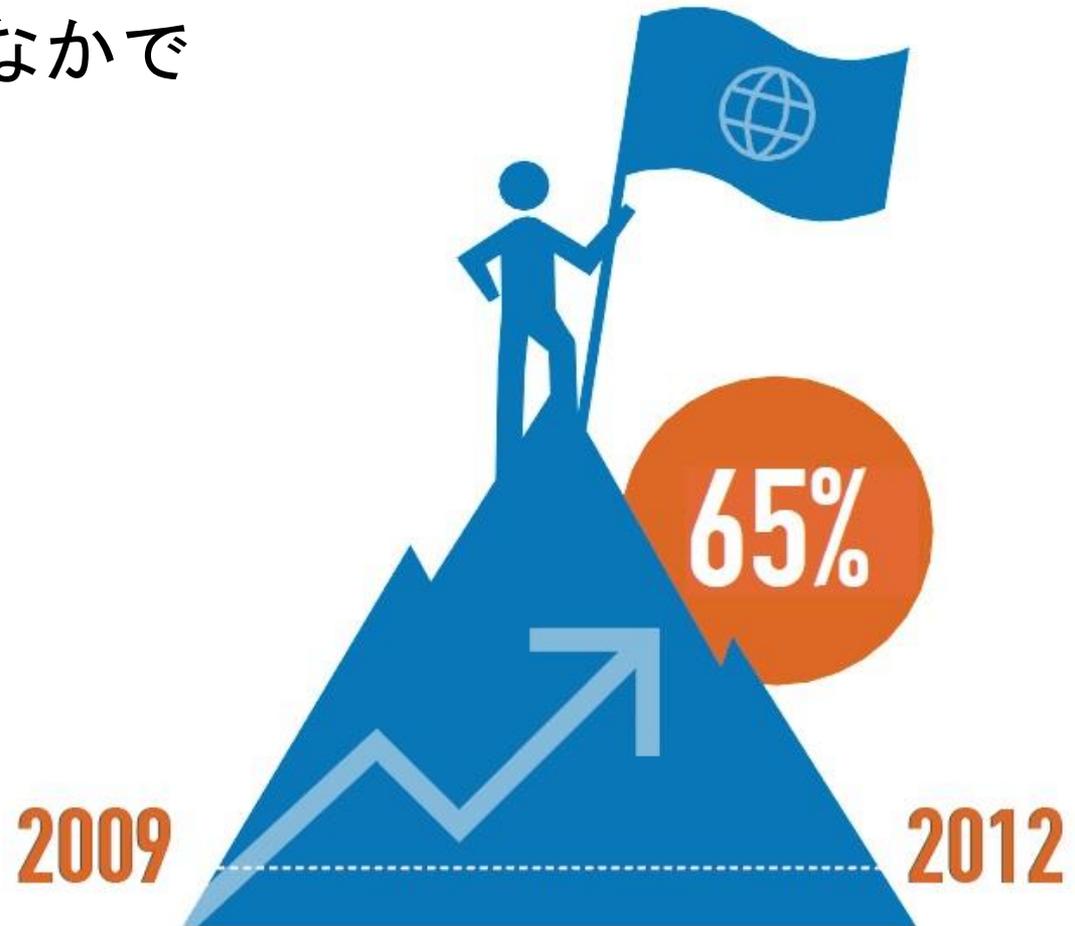
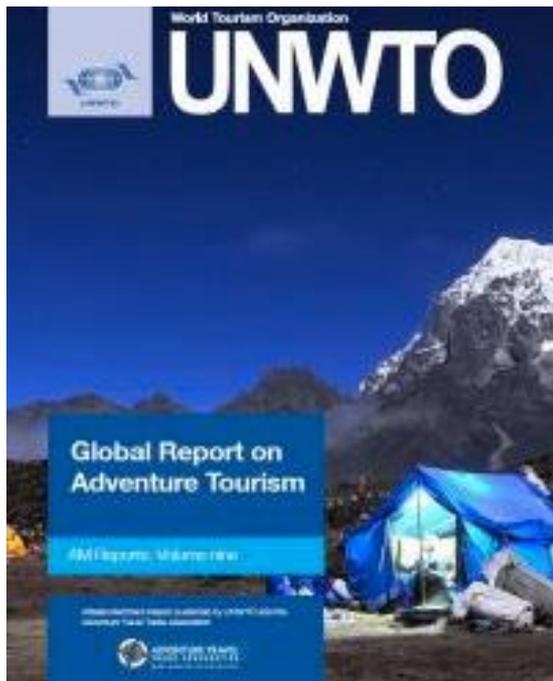
# Adventure Tourism

## アドベンチャー・ツーリズム



# Adventure Tourism トレンド

- ツーリズム産業のなかで一番成長率高い



UNWTO Global Report on Adventure Tourism (Oct 2014)

# Adventure Tourism

## 日本の可能性

### Adventure Tourism Development Index (ATDI)

(2015 ATTA)

- 潜在的な競争力
- 10基準

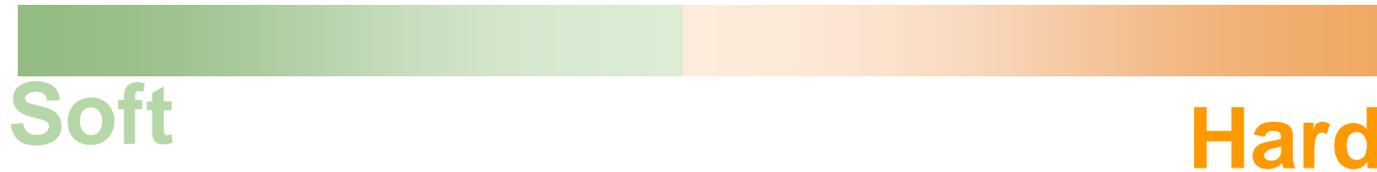
Sustainable Development Policy
Safety
Health
Natural Resources
Adventure Resources
Entrepreneurship
Humanitarian
Cultural Resources
Infrastructure
Image



Rank	Country	ISO3/10	ADTI score
1	Iceland	ISL	12
2	Germany	DEU	19
3	New Zealand	NZL	23
4	Norway	NOR	25
5	Switzerland	CHE	26
6	Canada	CAN	30
7	Australia	AUS	33
8	Finland	FIN	33
9	Austria	AUT	35
10	Denmark	DNK	35
11	Ireland	IRL	35
12	Japan	JPN	36
13	United Kingdom	GBR	38
14	Luxembourg	LUX	39
15	Belgium	BEL	41
16	Sweden	SWE	43
17	Italy	ITA	47
18	Netherlands	NLD	47
19	France	FRA	48
20	Spain	ESP	51

<http://www.adventureindex.travel/>

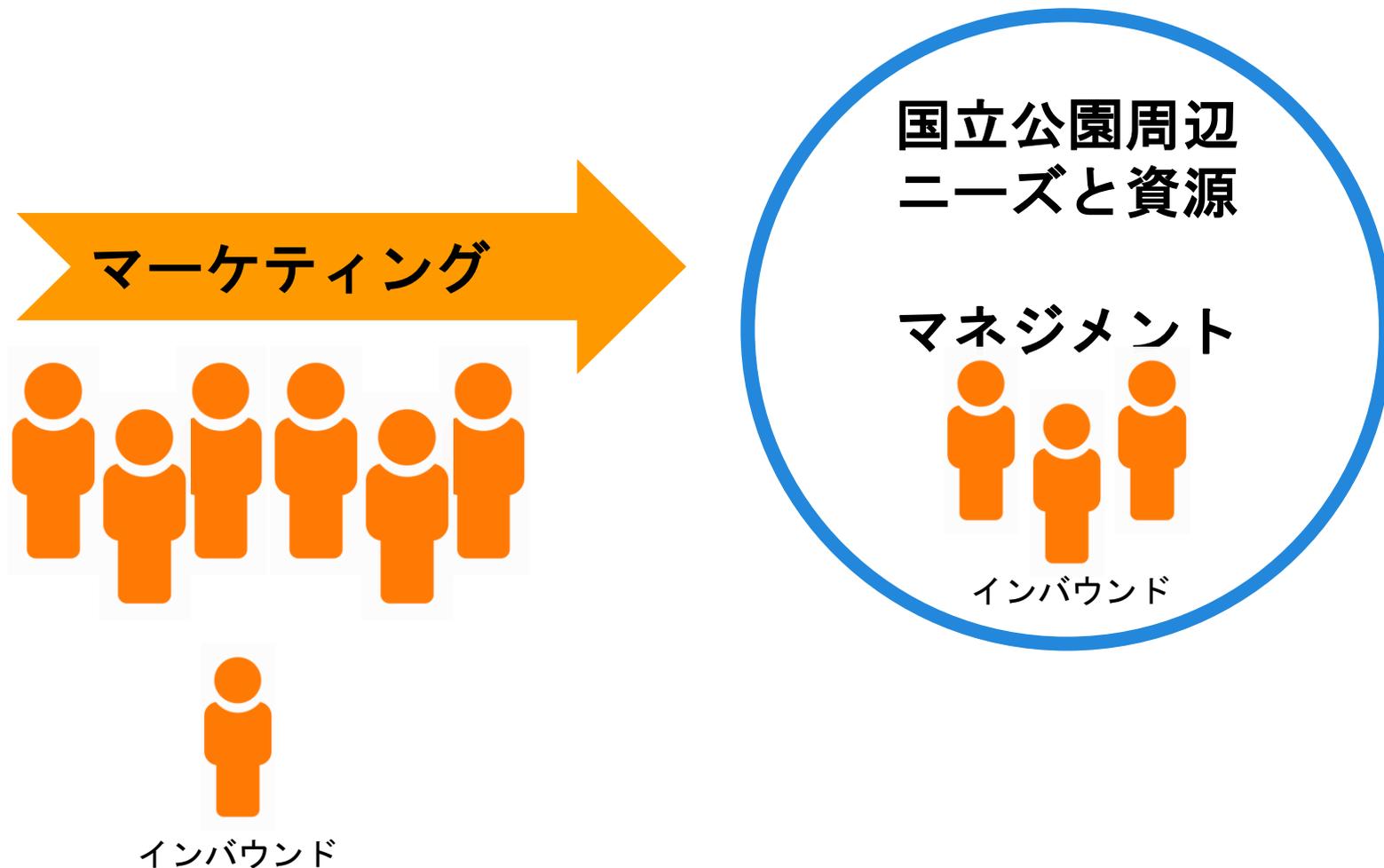
# Adventure Tourism スペクトラム



Hiking  
Lake kayak  
Cycling  
Fishing  
Birdwatching  
Skiing.....

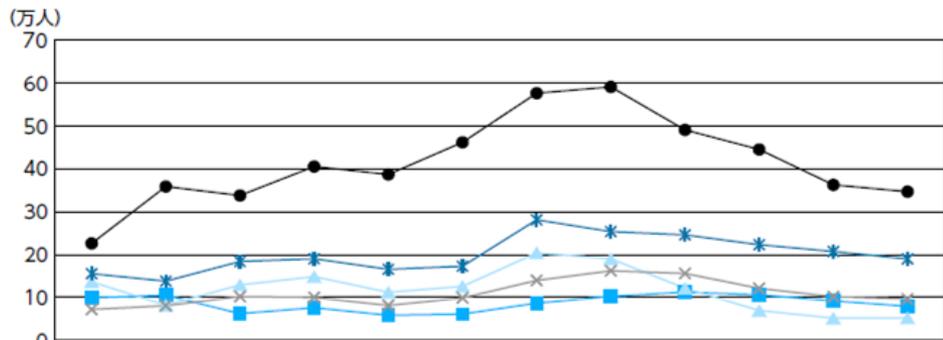
Rafting  
Canyoning  
Sky Diving  
Mountaineering  
Bungy  
.....

# 国立公園の開発 マーケティング+マネジメント



# インバウンド ターゲットは？

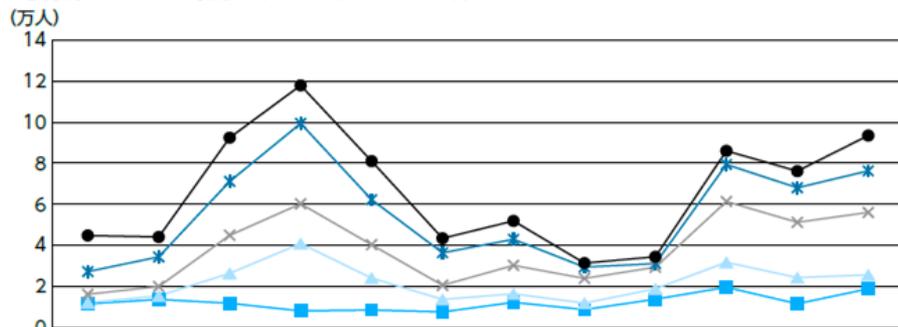
## (4) 月別訪日中国人の推移 (2011年～2015年)



単位：人

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
■ 2011年	99,131	105,362	62,450	76,164	58,608	61,419	86,963	102,640	112,493	106,174	92,154	79,688
▲ 2012年	136,665	81,966	129,302	148,793	112,152	125,983	204,270	190,254	121,673	69,713	51,993	52,336
× 2013年	72,301	80,903	102,265	100,160	81,571	98,996	139,905	162,288	156,201	121,335	101,940	96,572
✱ 2014年	155,605	138,236	184,064	190,558	165,784	173,046	281,309	253,802	246,105	223,214	207,462	189,973
● 2015年	226,214	359,080	338,121	405,731	387,170	462,248	576,868	591,510	491,201	445,562	362,950	347,034

## (4) 月別訪日タイ人の推移 (2011年～2015年)



単位：人

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
■ 2011年	11,412	13,597	11,718	8,001	8,457	7,507	12,180	8,631	13,701	19,517	11,488	18,760
▲ 2012年	12,092	15,345	26,313	40,821	24,016	13,608	16,347	11,812	18,775	31,701	24,239	25,571
× 2013年	16,101	19,890	44,848	60,212	40,263	20,502	30,189	23,849	29,278	61,306	51,185	56,019
✱ 2014年	27,161	34,334	71,122	99,396	62,254	36,323	42,891	29,355	31,058	79,388	68,024	76,264
● 2015年	44,770	44,038	92,438	117,930	81,015	43,390	51,852	31,289	34,385	86,001	76,145	93,478



- いつ欲しい？
- FIT/Group？
- 家族・夫婦・友達
- 期待しているもの？
- 情報源
- 価値観

# アドベンチャーツーリズム の参加に当たっての動機

楽しさ、チャレンジ、感動

非日常体験

自然と繋がる

成長

運動

交流

アイデンティティ・ステータス

# インバウンド 商品 = WORLD CLASS



# Why World Class?



DESTINATION競争

# インバウンド “World class”の体験

=世界基準

- 安全
- ユニーク
- 本格的（本物）
- 優れたサービス(期待を上回る)
- 価値が高い
- 地域の文化と環境の情報

ターゲット  
の期待

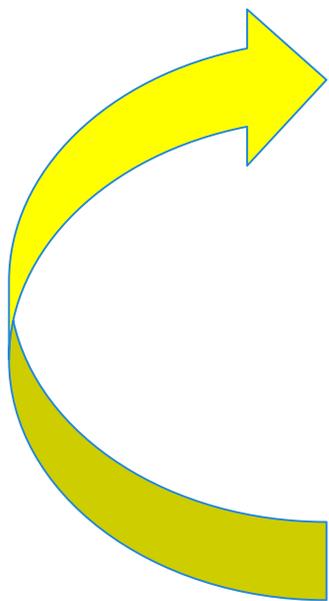


# ガイディング

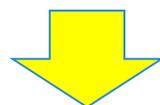
体力レベル  
運動能力  
アドベンチャー経験  
文化

- コース選択
- コース内カスタマイズ
- エンターテイメントスタイル

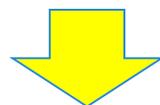
# フィードバックループ



商品プラン



実行



フィードバック

- >お客様
- >スタッフ
- >その他

**THANK  
YOU**