



“森林資源を活用した観光”

推進に向けたマッチング・セミナー

～農山村地域と観光関連業者等とのネットワークづくりに向けて～

ショート・プレゼンテーション資料集

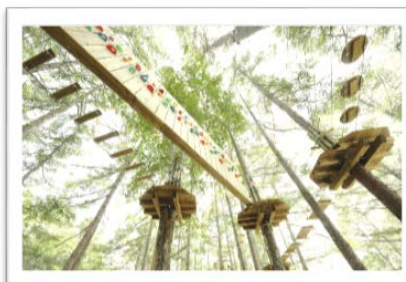
● グループA【旅行代理店】

- ① (株)JTBコーポレートセールス
- ② (株)阪急交通社
- ③ (株)日本旅行
- ④ 近畿日本ツーリスト(株)
- ⑤ (株)ジェイアール東日本企画



● グループB【旅行情報サイト】

- ⑥ アソビュー(株)
- ⑦ ベルトラ(株)
- ⑧ (株)スペーススキー
- ⑨ Fun Japan Communications



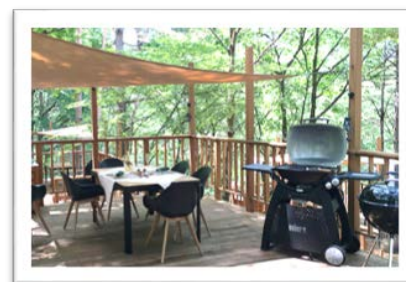
● グループC【プログラム提供者】

- ⑩ (NPO)森林セラピーソサエティ
- ⑪ (NPO)日本エコツーリズム協会
- ⑫ 日本クアオルト研究機構
- ⑬ (有)パシフィックネットワーク
- ⑭ (NPO)日本ロングトレイル協会



● グループD【コンサルタント等】

- ⑮ 楽天(株)
- ⑯ (株)リクルートライフスタイル
- ⑰ (公財)日本交通公社
- ⑱ (株)さとゆめ



【A】旅行代理店

①(株)JTBコーポレートセールス

感動のそばに、いつも。JTB

JTBグループの農林水産業×観光の取り組み

～“食”と“農”で地域を元気に！～

事業戦略

地域の“観光振興”と“農林漁業活性化”を支える魅力創造カンパニー

JTBグループは、日本の「食」「農林水産業」と「観光」、そして「文化」を結びつけ、国内外に“本物の日本の魅力”を伝えることにより、交流人口の拡大と豊かな地域づくりに貢献します。

・農林漁業を基点とした地域づくりを推進する
・地域と生活者（消費者）をつなぐハブ機能を構築する
・「人づくり」「ものづくり」「場づくり」により地域に「人流」を創出する

食農地域づくり

食農観光塾

人財発掘

地場産業の活性化を目指す人財の発掘・育成（農業者、観光事業者、事業者）

事業創出

地場産業を基点とした地域振興と連携した新しい事業づくり

地域の一次産業を振興と連携する上で活性化させたい

地域活性化の担い手となる「地域リーダー」を育成・育成したい

農山村の地域資源を有効活用し、人を呼び込む仕組みをつくりたい



旅行者が求める新しい旅の形

これまでの観光

全国で画一的な旅行

旅の形	旅の目的	地域との関係	旅の経済性
旅の形	旅の目的	地域との関係	旅の経済性
旅の形	旅の目的	地域との関係	旅の経済性
旅の形	旅の目的	地域との関係	旅の経済性

◆旅のスタイルは「団体」から「個人」へ変わっている。
◆「観光地」ではなく「生活地」を求めている。
(ライフスタイルツーリズムへ)

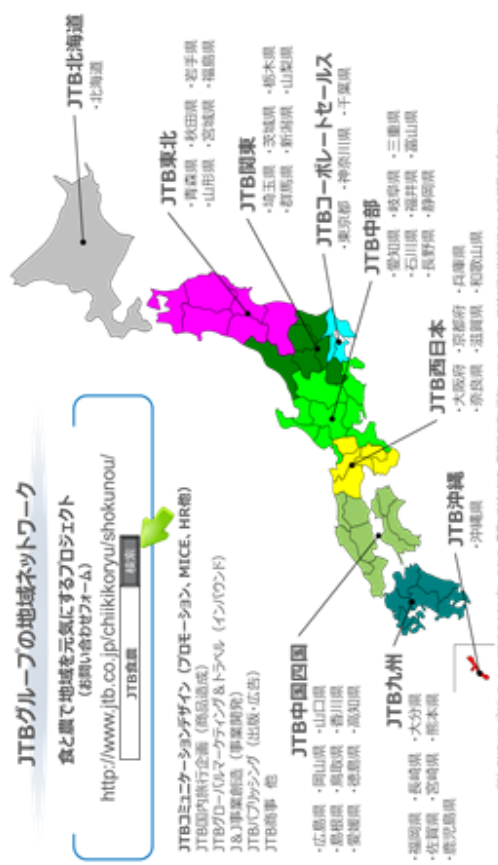
着地型観光の推進によってオンリーワンの地域へ

JTBグループの47都道府県DMCネットワーク

JTBグループの地域ネットワーク

食と農で地域を元気にするプロジェクト
(お問い合せ先はこちら)

<http://www.jtb.co.jp/chikikanyu/shokunou/>



(注) DMCは、JTBグループの各都道府県に設置された、観光振興を目的とした法人です。

【A】旅行代理店

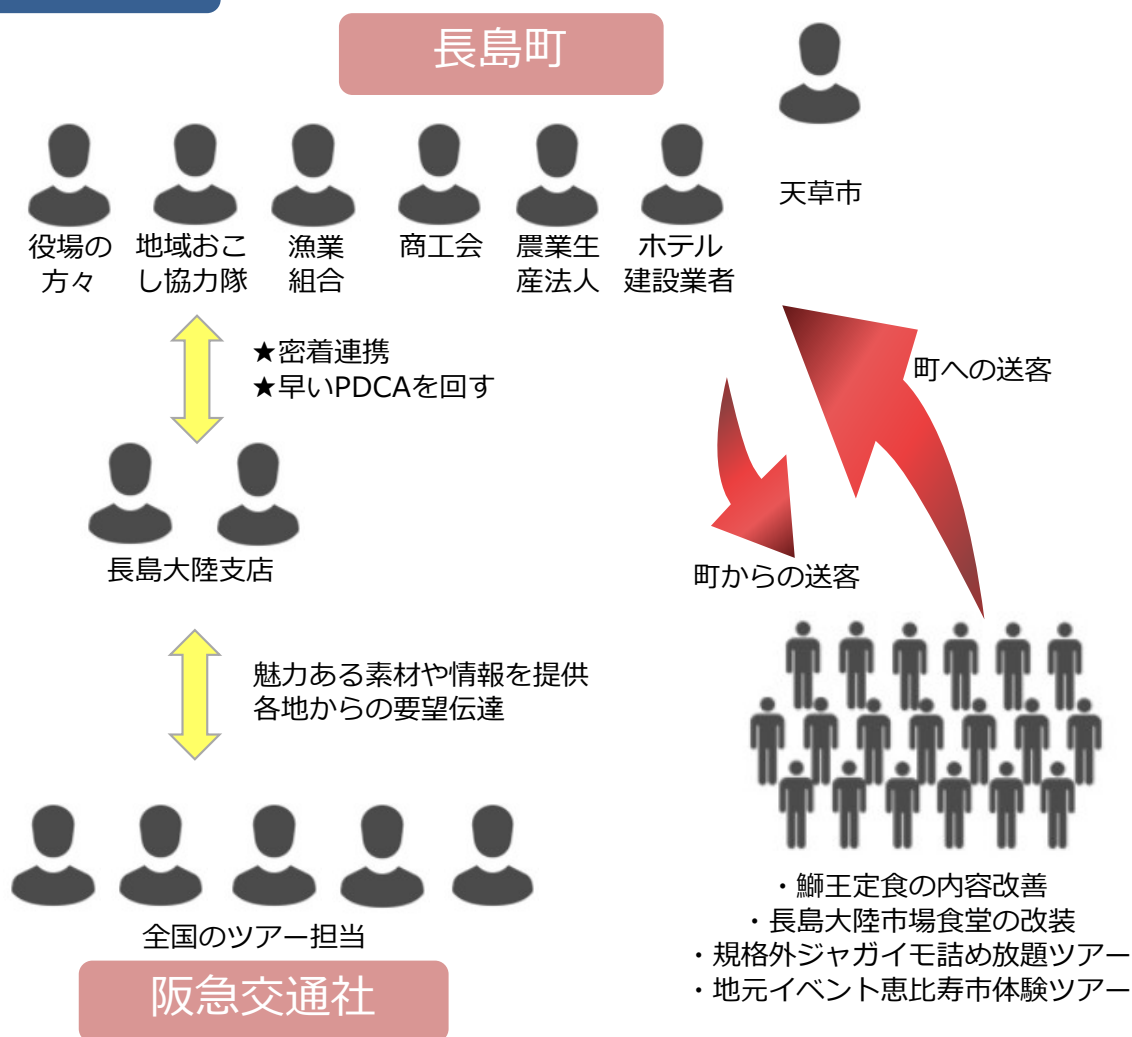
②(株)阪急交通社

地域“超”密着で新たな可能性を探る

概要

町の中に入り込み、役場だけでなく生産者や民間組織の方と地元で話し合うことで真の連携を作り、改善を繰り返すことで新たな価値を生み出し、お互いにとってベネフィットのある取組みにつなげていく。

連携イメージ



旅行会社が町に入り込み、様々なプレーヤーと意見を交わし、徹底した改善を繰り返します。その結果、1年で全国から4000名を送客。さらに町の最強コンテンツ「鰯王定食」を取り入れたツアーが当社お客様食事満足度で全国1位になりました。今後も地元特産品のツアーバス車内販売、ふるさと納税、大阪梅田フェアなど、超密着で新たな可能性を探っていきます。

【A】旅行代理店

③(株)日本旅行

ヘルスツーリズムによる飯山市の観光資源活用と 活性化への取り組み事例

①健康経営銘柄とホワイト500等への営業展開模索

・長野県「信州ACE（エース）プロジェクト」

⇒健康寿命促進・観光立国ニッポンをリードする長野県

*ACE（エース）＝「Action Check Eat」

②広義のヘルスツーリズムとは(運動・栄養・休養・メンタル) 自然回帰

⇒健康（セラピー/ストレスコーピング：メンタル） *森の家

観光（スポーツウォーク：運動） *山の家



写真イメージ



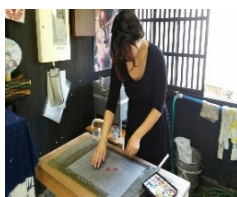
写真イメージ

③女性限定 森林セラピー（森の家）でのモニターツアー

⇒エビデンス取得



写真イメージ



④今後の展開について

⇒栄養（食）の素材

⇒地域住民と健康寿命延伸

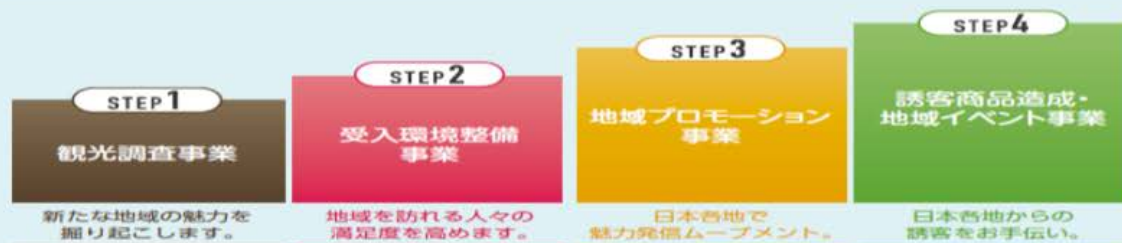
⇒訪日インバウンド *日本旅行ファーム（塩崎農園）



【A】旅行代理店

④近畿日本ツーリスト(株)

近畿日本ツーリストグループが取組む 地域の魅力創出・インバウンド推進について



東京オリンピックへ向けて、いっそうの増加が予想される訪日外国人旅行者。リピーターや個人旅行者へ向けて日本全国がインバウンド対応に取り組み、訪日外国人にも魅力ある地域をつくるために、観光庁は、日本に住む外国人をアドバイザーとして活用し着地型滞在プログラムを核とした観光資源の造成「外国人が見たい日本」づくりを支援しています。近畿日本ツーリストグループも、4つのモデル地域におけるインバウンド対応の実証や課題抽出、問題解決をお手伝いしました。

インバウンドを見据えた 着地型観光調査

観光庁観光地域振興部観光資源課・
近畿日本ツーリスト株式会社



「誰でも、どんな観光地でも、必ず行けるはず、楽しめるはず」。クラブツーリズムでは、はやくから高齢者や障がい者へ配慮したユニバーサルツーリズムに注力し、20年にわたり数多くの旅を実現してきました。

「条件が悪すぎる」「バリアフリー対応設備の改修費用が…」と悩む自治体へも、ユニバーサルツーリズムの観光まちづくりをトータルにサポートしています。

ユニバーサル対応 観光プログラムの開発

山梨県富士河口湖町・クラブツーリズム(株)



※上記は取組のごく一部です。その他プロモーションや商品造成を含め広く地域の皆様のお手伝いをいたします。

近畿日本ツーリスト

【A】旅行代理店

⑤(株)ジェイアール東日本企画



【JR 東日本グループ×地域＝新しい価値創造】



ジェイアール東日本企画

1. 鉄道と森林の「切っても切れない」関係 当社のご紹介

- ・鉄道会社として保有する鉄道林 4000ha
- ・ノーザンステーションゲート秋田プロジェクト 2017「ウッドデザイン賞受賞」
- ・jeki のご紹介～JR東日本のマーケティング会社 総合広告会社としても売上第5位
- ・地域をトータルでプロデュースする事業多数
- ・グループ挙げて観光×産業×プロモーション×コンテンツ×インフラ策定×コンサル 何でもできます！

2. 旅行商品化や情報発信、プロモーション、プロデュース事例

例えば、こんなこと

100年の森で遊ぶ。汗をかいて遊ぶ。

左：地域がつくる書地型旅行商品「旅市」
左下：駅からのハイキングコースを整備「駅からハイキング」
上：子供連れ家族体験型ツアー「フレドミナー」

2017 Copyright © East Japan Marketing & Communications, Inc. All Rights Reserved.

例えば、こんなこと

世界自然遺産白神山 木の学校 東京校

2016.6.5(SUN) アーティスト 3331

↑シニア会員組織「大人の休日倶楽部」向けエコツアー「樹に宿る」シリーズ
←白神山の魅力伝えるセミナー「木の学校 東京校」

2017 Copyright © East Japan Marketing & Communications, Inc. All Rights Reserved.

例えば、こんなこと

大人の休日倶楽部 会員誌 月刊115万部

←新幹線内誌「トランセール」 月刊65万部

2017 Copyright © East Japan Marketing & Communications, Inc. All Rights Reserved.

例えば、こんなこと

New Days KINOKUNIYA

2017 Copyright © East Japan Marketing & Communications, Inc. All Rights Reserved.

- ・人づくり、セミナー/講演/シンポジウム、農商工連携、リサーチ&コンサルティング
など全てに豊富な実績！
- ・東日本のみならず、全国そして海外も！
中部支社・関西支社・北陸営業センター/シンガポールとマレーシアにも情報発信拠点

3. 「地域から逃げない」私たち

- ・走り始めたらずっと走り始める鉄道のDNA～地域から決して逃げない
- ・クルーズトレイン「TRAIN SUITE 四季島」にこめられた日本の木材とその匠の技たち
- ・jeki の本気×地域のやる気が継続的な成長につながります！

お気軽にお問い合わせください
ジェイアール東日本企画
ソーシャルビジネス開発局
info-sb@jeki.co.jp

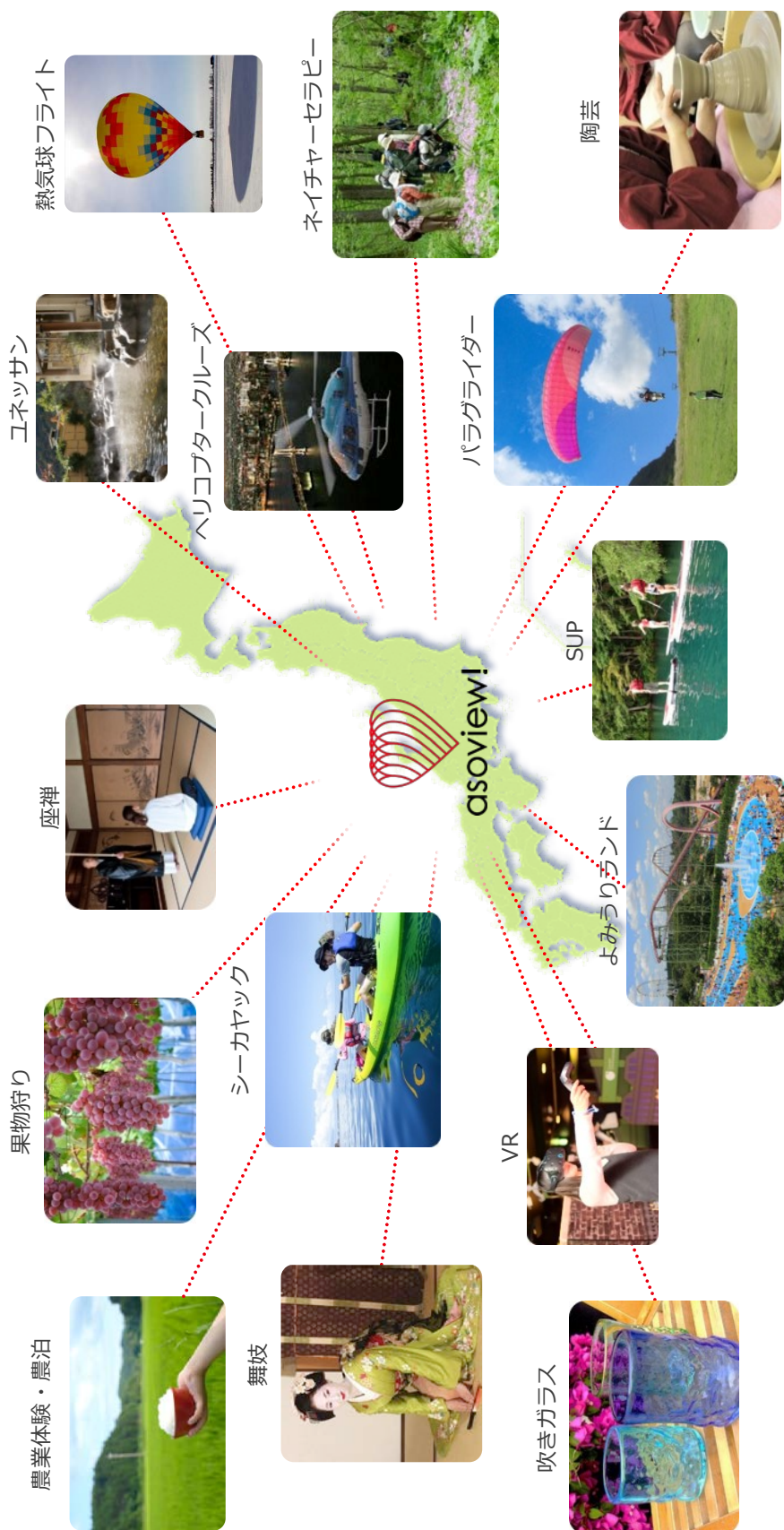
【B】旅行情報サイト

⑥アソビュー(株)

遊びのマーケットプレイス「asoview!」

日本全国**4,500**以上の提携パートナー・**390**ジャンル・**17,800**以上の体験プランやチケットがインターネット上で予約・購入できるサイトです。

仕事帰りや週末のおでかけ、旅行先の過ごし方まで、素敵な体験をご提案します！



【B】旅行情報サイト

⑦ベルトラ(株)

世界のオプショナルツアー「ベルトラ(VELTRA)」

VELTRA(ベルトラ)とは？

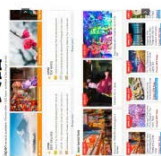
VELTRA(ベルトラ)は、14,000種類以上の海外・国内の体験アクティビティ、現地ツアー、現地サービスが予約できる専門サイトです。



多言語サイトのローカライズ運用

Webサイト

英語



中国語



韓国語



日本語



Facebook



モバイルアプリ 日本語、英語、中国語(簡体字、繁体字)



VELTRA アプリと一緒に旅によう キービジュアル



ベルトラ(VELTRA)が提供する旅の体験

体験アクティビティ



現地ツアー

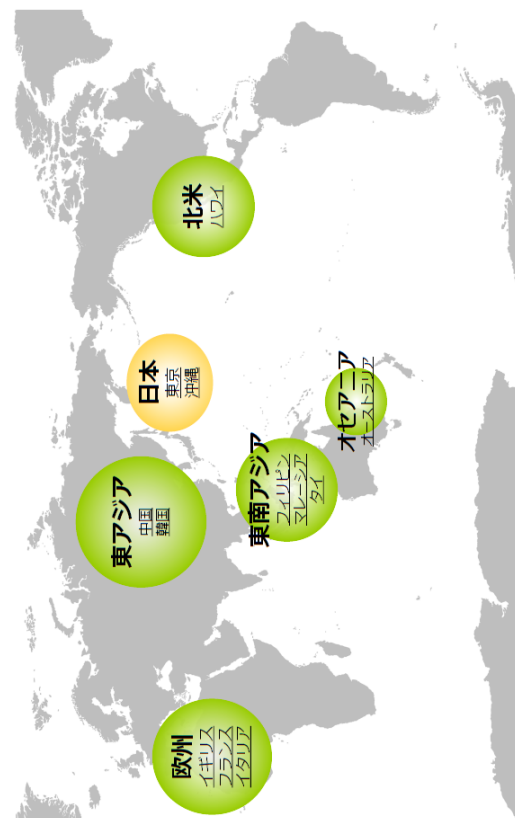


現地サービス



旅行者ニーズの把握と対応

世界 主要都市に拠点 → 各エリアの旅行者への徹底したマーケティング
日本 → 世界拠点と連携しニーズに応える体験アクティビティの仕入れ



【B】旅行情報サイト

⑨Fun Japan Communications

親日アジア圏430万人のコミュニティ『FUN! JAPAN』が創り出すデジタルマーケティング

□ 企業概要

アジア親日経済圏430万人との繋がりを基に、認知から購入に至るデジタルマーケティングを提供しています。

社名	株式会社 Fun Japan Communications (ファン ジャパン コミュニケーションズ)		
営業開始日	2016年10月18日	代表取締役	藤井 大輔
資本金	払込資本金 15億円	事業内容	インターネット広告事業、市場調査事業、およびこれらに付帯する事業
株主・ 持ち株比率	株式会社ジェイティービー 日本通運株式会社 株式会社三越伊勢丹ホールディングス 日本航空株式会社		



このような課題をお持ちではありませんか？

情報サービスのインフラが不十分な
アジア新興国では、**市場ニーズや
消費者の生の声を把握しにくい。**

認知度向上のための施策は、短
期間かつ高コストなものが多く、**投
資に対する効果が見えにくい。**

消費者のターゲティングが難しく、
個人と繋がった上での**長期的な関
係を築きにくい。**

上記課題の解決手段の1つが、デジタルを用いて
中長期的な売上に繋げる Webメディア "FUN! JAPAN" になります。

□ FUN! JAPANのご紹介

アジア親日経済圏の日本好き消費者と日本の企業・自治体とを、Webメディア"FUN! JAPAN"で繋ぎます。

FUN! JAPANの規模

▼ Facebook

インドネシア・タイ・マレーシアで
No.1

Facebook
ファン数 **434** 万人

WEB
会員数 **56** 万人

▼ FUN! JAPANサイト

各国のフェイスブックファン数と
Web会員数

インドネシア	ファン数 1,805千人 会員数 282千人
タイ	ファン数 1,234千人 会員数 140千人
マレーシア	ファン数 740千人 会員数 76千人
台湾	ファン数 513千人 会員数 68千人
ベトナム	ファン数 51千人

インドネシア タイ マレーシア 台湾

2017年3月にはベトナムにFacebook開始
2018年1月に香港にも拡大

特徴①

日本紹介記事の
継続配信

様々なジャンルの日本の記事を毎日配信
(4ヶ国で1万記事以上)

特徴②

双方向の
コミュニケーション

現地ユーザーとFun! Japanスタッフとの
双方向のコミュニケーション

特徴③

ユーザーを
飽きさせない
仕掛け

特徴④

ユニークな
消費者
データベース

● 森林セラピーとは？

森を健康のために使う、新しい森の活用方法です。

森林セラピーは、**健康のために森に入る**という新しい概念です。

森林浴の研究結果をもとに、森を歩きながら心と身体の健康維持・増進、病気の予防を行うことを目指します。

具体的には、森林の中で呼吸法やヨガ、アロマテラピー等を組み込んだ心のリラクゼーション・プログラムや、ウォーキングやノルディックウォーキングの運動を通じた身体のフィットネス・プログラムを行います。

森林セラピーでは、普通に歩けば30分程度の遊歩道でも、2時間程度かけてゆっくりと楽しめます。普段運動不足の方や、身体に障がいのある方でも問題なく森林に入れるのが、森林セラピーの大きな特徴です。



● 地域の森にスポットライトを

森林セラピーの認定は2006年から始まり、現在では北海道から沖縄まで60ヶ所以上の森が認定されています。

ゆたかな自然を活かした観光・町おこしのひとつとして、また地域に住む方々の健康増進に役立つ交流と活性の場として、各地域で森林セラピーが導入されています。

森林セラピー基地の認定を受けるには、道幅が広く緩やかな傾斜で、歩きやすい散策路が2本以上、滞在・宿泊施設が必要です。 森林セラピーロードの場合は、道幅が広く緩やかな傾斜で、歩きやすい散策路が1本以上あれば認定審査を受けることができます。

審査では、リラクセス効果の実験結果、自然・社会条件等の評価、(基地の場合)滞在型施設面等の評価によって審議され、適否が決定します。

詳しくは、森林セラピー総合サイトをご覧ください。

森林セラピー

検索

JESとエコツーリズム

地球を大切にする旅人へ

日本エコツーリズム協会 (Japan Ecotourism Society, JES) は、エコツーリズムの推進を目指す特定非営利活動法人 (NPO) です。エコツーリズムの理念を日本国内に普及し、一人でも多くのエコツーリストを育てることを目的に設立されました。

●活動目的

エコツーリズムの普及促進
地域振興、地域と共に創る持続可能な観光の促進
観光による環境と文化への社会的貢献

●沿革

1998年3月：エコツーリズム推進協議会 (JES) として設立
2002年7月：エコツーリズムの広がりとともに「日本エコツーリズム協会」へと改名
2003年2月：特定非営利活動法人 (NPO 法人) として内閣府より許可を得る
2013年2月：東京都知事登録旅行業 第2-6622号 登録



グッドエコツアー

Q エコツーリズムとは？

⇒エコロジカル・ツーリズムのこと

自然や生態系の不思議さ、素朴さ、自然に育まれた暮らしや文化にふれ、深い感動を生む旅の考え方は、そして地域の自然や暮らしの文化を守り続ける旅なのです。

⇒単なるゴミ拾いはエコツアーではありません！(とても良い事です)

「エコツアーは難しそう」とも言われますが、そんなことはありません。エコツアーガイドさんは、参加者に楽しんでいただくことを一番に考え、参加者の興味、関心を上手に引き出すスキルを磨いています。だからこそ、エコツアーに参加した時の感動、満足度は高く、リピーターが多いのが特徴です。また、エコツーリズムは参加者から参加費をいただいて、そのお金が地域を元気にし、地域の資源を守っていくことにつながっていきます。

JES おすすめグッドエコツアー

「自然を楽しみたい、エコツアーに参加してみたい。でも、どれが良いツアーなの？」と思いませんか？そんな方のために、ステキなエコツアーをおすすめします！
本誌で、このロゴマークが付いているツアーは日本エコツーリズム協会 (JES) がおすすめするグッドエコツアーです。楽しいだけでなく、エコツーリズムの概念に基づいた運営がされているかチェックしたツアーが、一目でわかるシステムが「グッドエコツアー」制度です。ぜひ、一度HPをご覧ください。



JESより

エコツーリズム大賞

エコツーリズムの取組を表彰し、広く紹介するものです。日本エコツーリズム協会と関係省の共催で実施。今年で13回目を迎えます。エコツアーの実施とツナグマの保護管理活動を両輪で行う団体や、地域の回体が行う様々な体験プログラムをエコツーリズムのもとに一元的に情報発信、質の管理を行う協議会など、各地からさまざまな団体が受賞されました。詳しくはHPをご覧ください。



NPO 法人日本エコツーリズム協会役員
【会長】 渡辺和男 日本エコツーリズム協会 会長
【副会長】 阿部宗広 一般財団法人自然公園財団 専務理事
田川博己 株式会社ジェイティビー代表取締役会長
【理事】 33名

【C】プログラム提供者

⑪(特非)日本エコツーリズム協会



JESの事業

エコツーリズムを広めるためにJESはエコツーリズムの普及を目指し、多岐にわたる事業を展開しています。エコツーリズムに取り組む自治体や協議会、NPO、事業者などの団体方には取組段階に応じたサポートを開催、旅行や観光などのイベントへの出展、国内外的エコツーリズムに関する情報発信、広報活動などを通じて、エコツーリズムに関わる様々な人を支援する活動を行っています。

【取組段階に応じたサポート】

- 取組への推進の醸成、資源の掘り起し
- エコツーリズムを理解するための講師派遣・紹介
- 地域の資源(宝)を掘り起こす「宝さがしワークショップ」の実施

●人材育成とプログラムの企画・開発

- エコツーリズムの担い手のひとつ、エコツアーガイド・プロデュース養成講習会の実施
【実績】講習会修了者は1000人以上(2017年)
- 地域の資源を活用したエコツアー・プログラムの企画立案及びモニタリングの実施(旅行業2種)
- エコツアー向け保険(傷害保険・賠償責任保険)の提供

●マーケティングと商品化、持続化

- 観光客の意識調査
- エコツーリズムの取り組みを全国に発信する「エコツーリズム全国大会」などの開催
- エコツーリズム推進のためのビジョン、計画づくり
【実績】岩手県エコツーリズム推進全体構想、鳥羽エコツーリズム推進全体構想作成支援

【広報、情報発信、ネットワークづくり】

- 情報発信・広報
 - 各地の優良な取り組みを表彰するエコツーリズム大賞の実施
 - グッドエコツアー、エコツアー総覧などを通じたエコツアーの紹介
 - 旅行や観光などのイベントへの出展
 - 会報誌の発行(年4回)
- JESフォーラム、エコツアーカフェの開催
- 海外のエコツーリズム関係団体との交流など

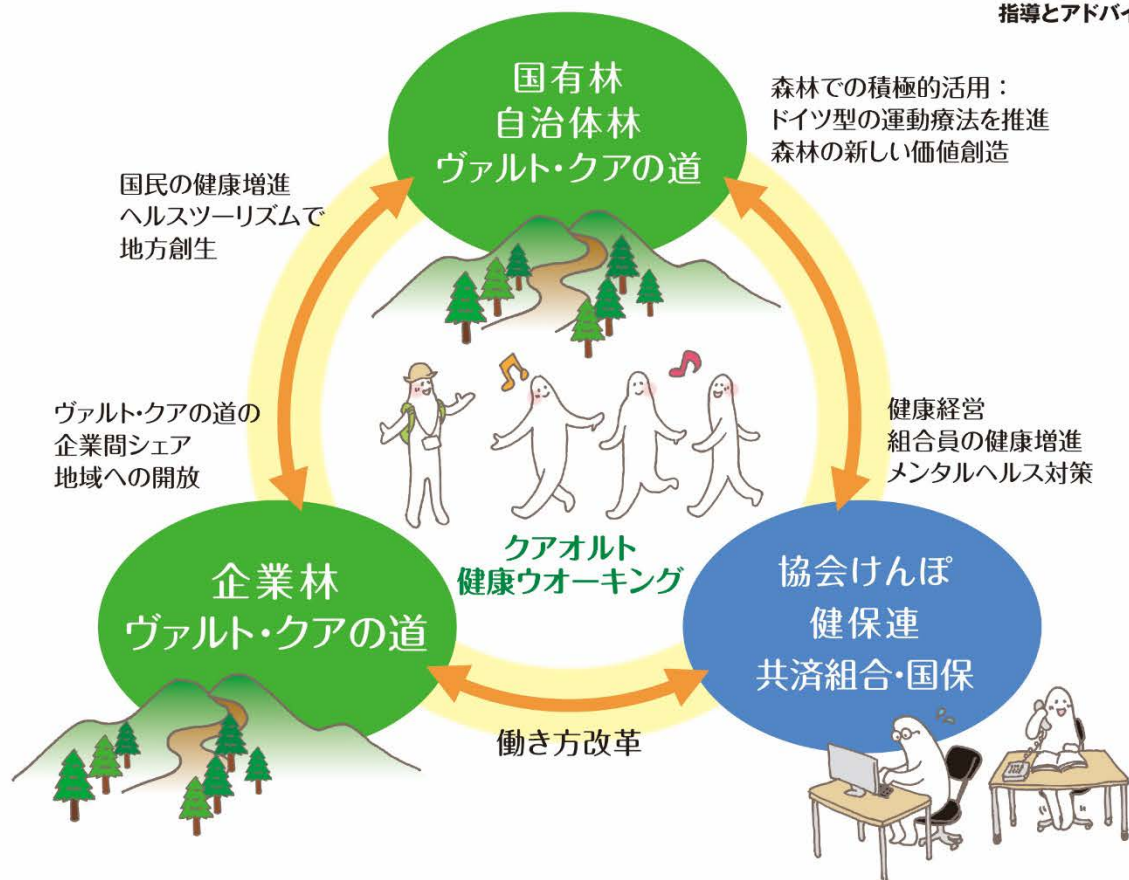
ヴァルト・クアで地域振興

森林を仲介に、国民、組合員、企業の健康
「良い環境こそ、良い健康へ」



日本クアオルト研究機構
KURORT

ミュンヘン大学
アンゲラ・シュー教授が
指導とアドバイス



クアオルト健康ウォーキングとは？

運動でのリスクを回避し、がんばらなくても、安全で効果的なウォーキング

ドイツでは治療に利用されている

ドイツのクアオルトで治療に利用される「気候性地形療法®」（下記参照）の手法を用い、日本の気候に適合させたウォーキングが「クアオルト健康ウォーキング」です。

医科学的な裏付けのあるウォーキング

気候性地形療法

運動の強さを計測した傾斜のある
野山のコースをウォーキングする運動療法

体表面を
冷たくさらさらに
(体表面 平均2℃低くする)

ポイント

体力に合った
スピード
(心拍数 160~年齢)

通常の運動より楽に、より大きな効果を得ることができる

- 心筋梗塞や狭心症のリハビリテーション
- 高血圧、骨粗しょう症などの治療

クアオルト健康ウォーキングの効用

- 1 生活習慣病の予防
(高血圧、高血糖、高脂血症など)
- 2 認知症の予防
(記憶中枢である海馬の再生)
- 3 ロコモティブ・シンドロームの
予防(足腰の障害、寝たきり予防)
- 4 メンタルヘルス
(脳内物質セロトニン▶夜、睡眠が
深くなるメラトニンへ変化)
- 5 質の良い睡眠で、
細胞修復の免疫系活性化

注意：腰や下肢に痛みのある人、疾病のある人は、
医師の許可の上、運動しましょう。

ヴァルト・クアとは

森林の様々な資源を多面的に活用した心身の保養・療養のこと。特に、国有林や企業林等、地形や気候など様々な森林環境のほか、温泉や水を積極的に利用し、地域住民の健康づくりや健康経営・健保組合が積極的に活用する保養の手法。中心になるのは、自然の中の運動療法であるクアオルト健康ウォーキング。



【C】プログラム提供者

⑬(有)パシフィックネットワーク

自然共生型アウトドアパーク
フォレストアドベンチャーによる観光推進



フォレスト
アドベンチャーとは？

森を森のまま活用する森林体験施設

特徴

- ▲ 自然木に設置するため、**大規模な開発が不要**。環境負荷が少ない。規制が少ない。
- ▲ **高い収益性**を持つビジネスモデル。低投資、高客単価、高利益率を実現。
- ▲ 山間部でも観光客を誘導でき、雇用が生まれ、**地域振興**に貢献できる。
- ▲ 森の価値を再認識でき、整備の財源が生まれ、**森林再生**の手段となる。

実績

- ・ 2006 年より **30 ヶ所以上の設置実績**。(フォレストアドベンチャーとして運営しているのは 25 ヶ所)
- ・ **累計利用者数 175 万名、年間 38 万名。重大な事故ゼロ。**
- ・ **森業山業創出支援事業** (H17、18) に採択。
- ・ **市町村主体の導入実績**
山梨県小菅村、茨城県つくば市、長野県松川町、熊本県美里町、群馬県上野村、長野県長野市
- ・ **公有地での導入実績** (上記以外)
山梨県鳴沢村、埼玉県秩父市、福岡県糸島市、鹿児島県曽於市、広島県廿日市市、徳島県三好市
- ・ **土地の区分別設置実績**
国立公園、都市公園、県営公園、市町村有林、私有林、保安林区域、一級河川、ダム湖

目指すところ

森林再生、地域振興に寄与できる「成功する」アウトドア事業のビジネスモデルを創出すること。フォレストアドベンチャーの次の事業として MTB (マウンテンバイク) トレイルを活用したツーリズムビジネスを推進予定。

【C】プログラム提供者

⑭(特非)日本ロングトレイル協会

ロングトレイルと「歩く旅」の魅力

特定非営利活動法人日本ロングトレイル協会
事務局 安藤伸彌

ロングトレイルとは・・・「歩く旅」を楽しむために造られた道

登頂を目的とする登山とは異なり、登山道やハイキング道、自然散策路、里山のあぜ道、ときには車道などを歩きながら、その地域の自然や歴史、文化に触れることができる。

ロングトレイル発祥の欧米には3,000kmを超えるトレイル(アパラチアン・トレイル、フットパス、巡礼街道など)もあり、世界各国から多くの人々が訪れている。

※日本ロングトレイル協会ホームページより

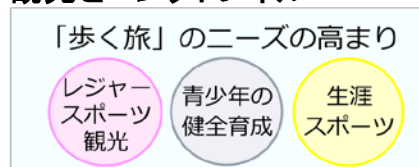
なぜ注目されているか？

- ・自然に親しむ遊びへの関心が高まる(健康志向、自然志向)
- ・山歩きの要素＋旅の要素が楽しめる(自然や生き物、歴史・文化に出会える)
- ・ルートや日程を自分で決められる(スルーハイク／セクションハイク)
- ・歩くこと以外の楽しみもある(グルメ、温泉、交流・ふれあいなど)

日本ロングトレイル協会の役割

- ・ロングトレイルの普及促進
- ・歩く文化の醸成
- ・地域の活性化・観光促進
 - 歴史・文化の見直し 観光資源としての活用
 - 地域観光ビジネスの創出 雇用の創出
- ・自然の保全
 - 「歩く」ことは環境教育や自然体験活動の基本
- ・指導者・ガイドの養成
- ・その他

観光とロングトレイル



自然体験型観光需要
4,000万人以上の市場を想定

「スポーツツーリズム推進基本方針」
国(国土交通省)の施策として推進

- ・自然体験型観光需要を大きく喚起
- ・地域観光の活性化、新しい市場の創造



【D】コンサルタント

⑮ 楽天(株)

楽天トラベル

登録宿泊施設数・利用会員数は、ネット宿泊予約サイトの中で国内最大級！



宿泊施設数 国内30,894軒

※2017年11月実績

月間平均予約数 558万泊/月

集計期間：2016年12月～2017年11月

口コミ数 934万件

※2017年10月実績

旅行業界サイト訪問者数ランキング（2017年6月）

順位	サイトタイトル	サイト	カテゴリ
1	楽天トラベル	travel.rakuten.co.jp	メディア
2	格安・ホテル予約 じゃらんnet	www.jalan.net	メディア
3	全日本空輸 (ANA)	www.ana.co.jp	ショッピング
4	日本航空 (JAL)	www.jal.co.jp	ショッピング
5	トリップアドバイザー	www.tripadvisor.jp	クチコミ・掲示板
6	楽天トラベル (Rakuten Travel)	www.rakuten.co.jp	メディア・サービス
7	Yahoo! トラベル	travel.yahoo.co.jp	メディア
8	ジェイティービー (JTB)	www.jtb.co.jp	ショッピング
9	Booking.com	www.booking.com	ショッピング
10	RETRIP (リトリップ)	retrip.jp	メディア

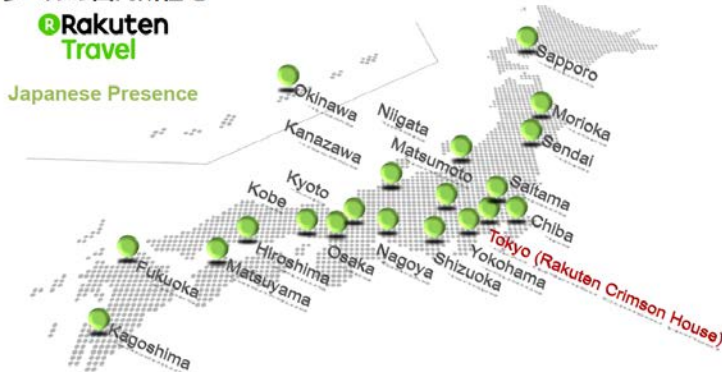
※ULI統計：該当サイトを訪問したと推定されるUnique User数。
VALUESは有価モビリティでの出費率を基に、国内ネット人口に照して推測。 株式会社ヴァリュース調べ

**旅行業界
サイト
訪問者数
No.1！**

CONFIDENTIAL

Rakuten

楽天トラベルの国内所在地



全国各地に20のオフィスを展開しています。

楽天のビジネスモデル

【B to B to C】

楽天との取り組みだから、永続的予算投下を要しない自走型事業を目指せる



【事例】

環境省 楽天 (市場)
福島県 楽天 (市場)
岐阜県 楽天 (トラベル)

家電販売店舗
県内出店店舗
県内宿泊施設

家電ユーザー
食品グルメユーザー
旅行ユーザー

Rakuten

CONFIDENTIAL 17

自治体・観光協会・DMO関係の皆様へ



こんな団体様はお気軽にご相談ください

- ✓ 体験施設様の体験プランづくり・サポートに悩んでいる
- ✓ 遊び・体験コンテンツに関するお問い合わせ対応に手間がかかる
- ✓ プロモーションを実施しても効果が見えづらい

■ 地域で着地型観光体験が増えるための3つの取り組み

① 地域で体験施設様向け勉強会を開催し、プラン作成のお手伝いをしております

ご希望の地域で体験施設様向け勉強会を開催し、地域を盛り上げお手伝いをしています。弊社のデータに基づいて課題や対策事例をご紹介し、着地型観光の現状やじゃらんnet遊び・体験予約についてご説明します。その他、ご要望に応じて内容のアレンジも可能です。

※実施事例 青森県様、福島県会津若松市様、熊本県水原市様 等多数



福島県 会津若松市様 勉強会風景

② 各団体様のHPに「体験予約機能と自主財源確保」の仕組みを導入

地域の自主財源確保を目的として、アフィリエイトの設置をサポートいたします。また、この仕組みでHPからの体験予約も可能となります。

※アフィリエイトとは…

ホームページに、じゃらん遊び・体験予約へのリンクを貼り、そこを経由してじゃらんに入った予約に関して紹介手数料3%をお支払する仕組みです。アフィリエイトのお申込みは、無料で行えます。お気軽にご連絡ください。

※アフィリエイトの導入は無料でご利用いただけます。

※ホームページの改修費用が別途発生する場合がございます。ご利用のWeb管理会社へお見積りください。

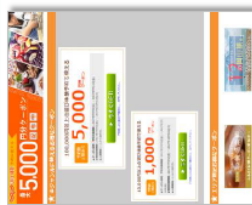


③ 地域限定のクーポンにより、地域内消費の促進が可能です

地域での消費促進のために、地域限定のクーポンを設置いただけます。「遊び・体験予約」ページに、地域限定でクーポンを配布することで、遊び体験への関心が高い来訪者を呼び込むことができます。

訪れた地域での体験予約へのきっかけをつくり、集客につなげます。クーポンは対象地域のみでのご利用指定が可能です。地域内消費の促進ツールとしてご利用いただけます。

※ご予算に応じて、発行額、数量を設定いただけます。



■ お問い合わせ先

弊社の各エリアの担当プロデューサーまたは、下記担当者へご連絡ください。

株式会社リクルートライフスタイル 旅行営業統括部 事業推進部 着地型観光企画グループ

坪内 克徳 Tel 080-2106-0031 Mail 00991849@r.recruit.co.jp

岩田 翼 Tel 080-2362-7529 Mail 01001608@r.recruit.co.jp



【D】コンサルタント

⑩(株)リクルートライフスタイル



■ じゃらんnet「遊び・体験予約」サービスとは？

旅行者が、旅先やお出かけ先の魅力的な現地体験・アクティビティをネット上で予約できる国内No.1のアクティビティ予約サービスです。

じゃらんは、旅行者が訪れた地域をより楽しめるように着地型観光の振興をお手伝いしています。

※ネット予約可能プラン数、施設数 2017年5月時点 調査委託先 株式会社リクルート

※ネット予約利用率No.1 2017年3月時点 調査委託先 株式会社リクルート

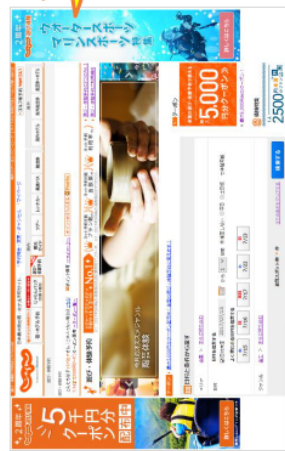
■ じゃらんnet「遊び・体験予約」サービスがオススメの3つの理由

国内の体験予約率No.1 国内ネット予約利用率シェア68%の実績

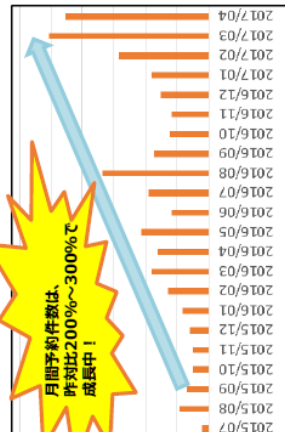
品揃え数No.1 約200ジャンル、約18,000プランを掲載

宿泊予約サイト「じゃらんnet」と連動 宿泊予約者へ地域の遊び・体験予約をご紹介します

■ じゃらんnet「遊び・体験予約」サービスSTOP画面



■ 予約件数推移



→ 続きは裏ページへ

【D】コンサルタント

⑪(公財)日本交通公社



旅行・観光に関する学術的、実践的な調査研究を通して 観光文化の振興と豊かな社会の実現を目指します

観光文化の振興に貢献する「実践的な学術研究機関」として

公益財団法人日本交通公社は、1912年（明治45年）3月、当時のインバウンド事業の推進を目的に「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」として設立されました。それから半世紀後の1963年（昭和38年）11月に、旅行業をはじめとする営業事業部門（現在の株式会社ジェイティービー）を分離し、観光分野における調査研究専門機関として、調査研究活動、出版やシンポジウムの開催、旅の図書館運営などの事業を進めてまいりました。

さらに半世紀後、創立から100年を迎えた2012年（平成24年）に、これまでの公益的な活動が認められ公益財団法人に移行しました。公益財団法人への移行にあたり、社会的信頼感と高い競争力を備え、国や地域の諸課題に対する解決力を発揮できる組織として、「旅行・観光分野の実践的な学術研究機関」を目指すビジョンを掲げました。

2016年（平成28年）には文部科学省から学術研究機関の指定を受けました。今後は研究員のさらなる専門性の向上に取り組むとともに、南青山の「日本交通公社ビル（同年7月竣工）」を拠点にネットワークを構築し、観光研究のプラットフォームとして観光分野やそれ以外の研究者、実践者の方々と積極的に協働し、観光研究の創造的な成果を生み出す「実践的な学術研究機関」となるべく事業を推進してまいります。

今後も、当財団はわが国の観光研究の進展、観光政策による国家・地域の発展、魅力ある観光地の形成に貢献し、観光文化の振興と豊かな社会の実現に将来に亘って寄与する所存です。

何卒ご支援・ご協力をお願い申し上げます。

公益財団法人日本交通公社
会長 末永 安生

●おもな事業

詳細は☎ <http://www.jtb.or.jp/>

調査研究

観光分野に関する独自の調査研究とともに、国・都道府県、市区町村等の観光政策、観光戦略の立案等に取り組んでいます。

シンポジウム・出版

独自の調査研究の成果を、シンポジウムやセミナー、機関誌『観光文化』や各種刊行物を通して発信しています。

旅の図書館

1978年に開設。観光の研究と実務に役立つ図書館として、国内外の観光研究に関する図書、資料等を収集・公開しています。



◎ロゴマークの由来

2012年4月に公益財団法人として認定を受けたことを機に、新たなロゴマークを制定しました。このロゴマークは、知性を表すブルーを基調に、『「公益性」「学術性」「実践性」の3つの柱（帆）を掲げ、観光文化の振興に向けて力強く前進する姿』を表現しています。

【D】コンサルタント

⑱(株)さとゆめ

長野県信濃町の
保養地としてのビジョン策定



長崎県・対馬市
環境基本計画の策定



三井不動産の
コミュニティ指針の策定



宮城県・気仙沼の商品開発
・プロモーション



道の駅さすげ（山梨県小菅村）
のプロデュース



Vision
地域振興・観光等の
ビジョン策定・ブランディング

Produce

アンテナショップ等の
施設のプロデュース、運営支援

長野県アンテナショップ（銀座）の
初期プラン立案



Promotion

商品開発・
プロモーション

宮城県・瀬戸諸島の商品
開発、プロモーション



Media

地域系・ソーシャル系の
メディア展開支援

日本百貨店しょくひんかん（秋葉原）の
立上げ・運営支援



千葉県アンテナショップ（期間限定）の
企画・運営



NPO とメディアの連携
プロジェクトの支援（環境省）



「グループ相談会」 スケジュール

	グループ A	グループ B	グループC	グループ D
セッション1	①JTB コーポレートセールス	⑥アソビュー	⑩森林セラピーソサイティ	⑮楽天
セッション2	②阪急交通社	⑦ベルトラ	⑪日本エコツーリズム協会	⑯リクルートライフスタイル
セッション3	③日本旅行	⑧スペーススキー	⑫日本クアオルト研究機構	⑰日本交通公社
セッション4	④近畿日本ツーリスト	⑨Fun Japan Communications	⑬パシフィックネットワーク	⑱さとゆめ
セッション5	⑤ジェイアール東日本企画	〇ピカ	⑭ロンクトレイル協会	〇東急リゾートサービス

「グループ相談会・個別相談」 会場レイアウト

	《ステージ》						
	ピカ	東急リゾート サービス	はこねのもり コンソーシアム	airbnb	全国健康保険協会 東京農業大学	農林水産省 (農泊・レク森)	
①JTB コーポ レートセールス	【グループA】			【グループC】			⑩森林セラピー ソサイティ
②阪急交通社							⑪日本エコ ツーリズム協会
③日本旅行							⑫日本クアオルト 研究機構
④近畿日本 ツーリスト							⑬パシフィック ネットワーク
⑤ジェイアール 東日本企画	【グループB】			【グループD】			⑭ロンクトレイル 協会
⑥アソビュー							⑮楽天
⑦ベルトラ							⑯リクルート ライフスタイル
《荷物置き場》	⑧スペーススキー	⑨Fun Japan Communications	《出入口》		⑱さとゆめ	⑰日本交通 公社	《荷物置き場》