

## 6. 総括

### (1) ATWS2023 の成果

#### ① 実行委員会による取組とその評価

これまで述べてきた通り、実行委員会は ATWS2023 の開催に向けて多角的に取り組んできた。あらためて、主な取組事項と評価を総覧する。

#### AT ツアーの充実

参加者が開催国で行われる AT ツアーである PSA・DOA を実際に体験できることは、ATWS の大きな特色の一つである。

実行委員会では、これらの AT ツアーを、参加者に北海道・日本の魅力を知ってもらうための重要な機会と位置付け、令和2年(2020年)からコースの選定・準備に取り組んだ。PSA 22 コース(道内15コース、道外7コース)・DOA 31 コースについて実踏を重ね、また専門家の助言を受けて磨き上げを行い、完成度を高めた。また、PSA・DOA に加え、ATWS2023 独自の取組として、実行委員会独自事業となるポストサミットアドベンチャーを4地域で造成・催行した。

時間を掛けて磨き上げを行ったことが奏功し、参加者からは、PSA は平均で4.5点、DOA は平均で4.0点(いずれも5点満点)と、過去の ATWS に比べても高い評価を得られた。

#### ネットワーキングの場の提供

全世界から AT 関係者が集まる ATWS は、海外の AT 関係者に北海道・日本の商品を売り込むチャンスであり、これまで海外への販路を持たなかった国内関係者にとって、世界の AT 市場の足掛かりを築くための有効な機会であった。

実行委員会は、ATWS2023 の主会場であった札幌コンベンションセンター内で「北海道ラウンジ」を出展した。隣接するブースで JNTO が出展した「Japan Lounge」と連携し、国内の事業者が国内外の参加者とのネットワーキングを行い、また複数の地域が連携して日本全体の魅力をアピールする場としての一体のラウンジとして運営した。実行委員会からは道内事業者に、また JNTO からは道外事業者に参加を募った。道内からは、旅行会社10社、地域観光団体12団体が出展・参加した。

このほか、国内の観光関係者に ATWS2023 への参加を案内し、商談の機会を設けた結果、札幌コンベンションセンター内で行われたマーケットプレイスやメディアコネクトに国内からも多くの参加を得られた。マーケットプレイス・メディアコネクトについての参加者からの評価は、概ね半数近くが商談・ネットワーキングの結果について「大変満足」又は「満足」、約3割が「想定どおり」となっており、全体の約8割が想定以上の成果を得られたという結果であった。

#### 北海道・日本の魅力の紹介

以上に挙げた取組により、体験ツアーやネットワーキングを通じて、北海道・日本の AT デスティネーションとしての魅力をアピールするとともに、海外から多くの参加者が訪れる機会を

活かし、ATに限定されない北海道・日本の魅力の紹介にも取り組んだ。

具体的には、オープニングプレナリーの書道や琴の演奏、オープニングセレモニーのステージでのアイヌの方々によるパフォーマンスといった形で、独自の文化をアピールした。またメイン会場の札幌コンベンションセンター内では、アイヌの方々の伝統的な衣服や工芸品の展示、アイヌ文様のタペストリーによる装飾を通じ、他のパフォーマンスとも関連付けて参加者がアイヌ文化に理解を深める機会とした。またこのほか、茶道や書道、空手などを実際に体験できる講座や、札幌市内や寺社を案内するミニツアーを用意し、大会の中で気軽に参加できる形で、日本の文化への理解を深めるきっかけを創出した。

北海道・日本の大きな魅力の一つであり、参加者からも期待が高かったものが「食」である。オープニングセレモニーを含め、会期中の食事・軽食は、ヴィーガンの方などへの配慮も行いつつ、日本食をメインとしたメニューを提供し、参加者からも、メイン会場内の食事は4.34点、オープニングセレモニーでの食事は4.43点（いずれも5点満点）と、高い評価を得ることができた。

このほか、会場外の飲食も楽しんでもらうべく、「ウェルカム飲食店」の募集を行った。これは、ウェブサイトやメニューを含め英語での対応が可能であること、北海道産の食材を使った料理を提供していること等の条件を満たす飲食店を「ウェルカム飲食店」として登録するもので、最終的に計130店舗が登録し、期間中参加者に案内を行い好評を博した。

## 国内広報・機運醸成

海外に向けたアピールだけでなく、ATWS2023の機会を活用し、国内に向けた、ATについての広報やAT推進に向けた機運の醸成にも取り組んだ。ATWS2023の開催にあたっては多くの企業から協賛を受けており、中でも特に前向きに協賛を行った企業である「トップパートナー」を「トップパートナー発表会」の場で発表することで注目度の向上に繋がった。

またこれに限らず、多くのパートナー企業が自ら有する媒体（一般向けのメディアだけでなく、機内誌・車内誌といったサービス利用者向けの媒体を含む）を活用し、ATに関する情報発信を行った。これまで国内でも十分に認知が進んでいなかったATについて、ATとは何か、何故ATを推進することが望ましいのか、またATデスティネーションとしての日本に寄せられる期待について、発信する機会を得た。これらの動きもあり、他の国内メディアでもATやATWS2023について取り上げられる機会が増え、国内におけるATの認知度向上に繋がった。

## イベント全体の円滑な運営

イベント全体を円滑に運営するべく、参加者の移動（DOA実施場所までの移動、宿泊場所から札幌コンベンションセンターまでの移動、オープニングセレモニーの会場である大倉山と市中的間の移動）の円滑化、会場の設営、会場内での食事・軽食の提供のオペレーション、オープニングセレモニーのステージの運営などについてもATTAや関係機関と細やかに連絡を取り合いながら準備を行った。

実行委員会は多くの機関から構成され、また対応するべき業務も多岐にわたったことから、業務ごとのWGを設け、それぞれのWGに実行委員会の参画機関から偏りなく人を配置することで、

WG 内・参画機関内それぞれで円滑に情報共有が行われる体制を構築した。また、定期的な ATTA と実行委員会のミーティング、WG 単位のミーティングに加えて、柔軟に実行委員会内の打合せの場を設けたほか、オブザーバー機関とも細かく連絡を取り合った。このことにより、過去に例のない規模の参画機関や関係機関が綿密に情報共有を行い、それぞれの機関の強みを活かしながら、連携して準備に取り組むことができた。

その結果、参加者からの総合満足度は 4.5 点、AT デスティネーションとしての日本の評価は 4.7 点（いずれも 5 点満点）、また親しい人に日本を勧めたいと答えた参加者は 97%と、過去の大会と比べても高い評価を獲得できた。

## ②ATWS2023 を開催したことによる効果

①で述べた成果のほか、ATWS2023 の開催により以下の効果を得られた。

### 誘客の促進

ATWS2023 では、公式行事であるマーケットプレイス・メディアコネクトに加えて、ラウンジでのネットワーキングの機会を設け、これらを活用して国内の旅行会社や地域観光団体が海外参加者とのネットワーキングを行った。マーケットプレイスには道内の旅行会社 8 社が参加し、計 63 件の商談を行うなど、効果的に海外バイヤーとの繋がりを得ることができた。

また、ATWS2023 に参加した海外バイヤー 80 者を対象としたアンケートの結果によれば、参加バイヤー 80 者のうち 83%が北海道における新たな旅行商品を取り扱うことを検討しており、平均して各バイヤー 3 件の旅行商品を造成することを予定していると答えた。これらのバイヤーが 2024 年から 2026 年の 3 年間で日本に送り出すことを想定している旅行者の数は約 2 万人に上る。

### 海外からの日本の AT の評価の収集

ラウンジでは、来訪者を対象にアンケートを実施した。現行の日本の AT への期待・評価や課題と感ずることについて、来訪者 225 名から聞き取った生の声をラウンジに参加した団体にフィードバックした。

### 海外メディアほか参加者からの発信による認知度向上

ATWS2023 の参加者のうち、半数以上が初めての日本への来訪となった。海外の AT 市場に対しては、北海道・日本の魅力をアピールする余地が多く残されているところ、上述のとおり、来訪した参加者からは北海道・日本に対し高い評価が寄せられた。ATWS2023 関係の主要な SNS における発信としては、Instagram でハッシュタグ「#ATWS2023」が付された投稿が約 800 件、また参加したメディアによる記事が 70 本以上発信されるなど、非常に高い露出効果を獲得することができた。

## (2) 今後の AT 推進に向けた取組

### ① ATWS2023 を通じて見出された課題とその対応

ATWS2023 の参加者等に対して行った各種アンケートにより、今後のアドベンチャートラベル推進に向けた課題も明らかとなった。今後はこうした課題への対応が求められていくこととなる。

#### 情報発信

Japan Lounge への来訪者に対するアンケートでは、日本の AT 推進における課題として「情報不足」を挙げる割合が高かった。また、今後必要な取組としても、「FAM トリップ」「ツアーオペレーターの紹介」など、海外旅行会社・メディア向け情報提供を求める意見が多くなっている。

このため、ATWS2023 開催後、特に注目が高くなっている機会を捉えて、引き続き、北海道・日本の認知度向上に向けた魅力発信を行うことが必要である。

#### 商品造成

PSA・DOA 等のエクスカージョンの参加者に対するアンケートでは、体験内容とツアーストーリーとの整合性について課題があるとの指摘があった。ATWS2023 の参加者は、日本・北海道独自の文化体験を重視しており、また日本特有の文化を旅のストーリーに求める傾向があることから、これらの視点を踏まえた上で、ツアー商品の磨き上げや、今後獲得を目指す AT 旅行者層に向けた新たなツアー造成を進める必要がある。

#### ガイド人材の育成・強化

PSA・DOA 等のエクスカージョンの参加者からは、体験したツアーのガイドについて、説明の丁寧さ、対応の親切さなどにより、概ね満足度は高いと評価した。その一方で、地域の歴史や文化の背景など、さらに踏み込んだ説明・解説を求める意見があった。また、PSA、DOA の参加者だけでなく、Japan Lounge への来訪者からも、ガイド事業者の英語対応力の向上を求める声が多く上がった。さらに、国内の参加者からはガイド人材の不足を課題とする声も多く、ガイド人材の能力向上や人材確保に向けた取組が必要とされている。

#### サステナビリティへの配慮

ATTA が実施した参加者へのアンケートの結果によれば、北海道の持続可能性への取組についての評価は、ATWS2023 を通じて大きく向上した。その一方で、ツアーの参加者からはプラスチックを使用した包装、ペットボトルの飲料や、車両の使い方（アイドリング）などについて改善の余地がある旨の意見が多く出た。

今後に向け、サステナビリティへの配慮、また参加者への取組の見せ方について改善の余地がある。

### 販売に向けた体制の構築

ATWS2023 に向けて準備したエクスカージョンや、今後作るツアーについて、販売するための体制が十分に整っていないところがある。ATWS2023 に参加した道内のデスティネーションに対して行ったアンケートでは、最も大きな課題として「ツアーオペレーター不足」が挙げられている。また、同じく ATWS2023 に参加した道内関係のツアーオペレーターに対して行ったアンケートでは、最も大きな課題として「ガイド人材不足」が、それに次ぐ課題として「手配・オペレーション」が挙げられており、ツアーオペレーターの体制強化と、AT ツアー実施・運営に関わる関係者間の連携強化が重要である。

### 受入に向けた連携の促進

今後、北海道・日本への送客の需要はさらに大きくなることが期待されるが、機会損失を発生させることなくこの需要を取り込むためには受入態勢の強化が必要である。このため、道内の AT 関係者からは、道内における AT 商品のオーダーに対応するためのプラットフォームづくりを求める声が上がっている。また、ツアーオペレーターからはガイド不足が、地域の関係者からはツアーオペレーター不足が課題として挙げられており、これらの人材の育成や、関係者同士の連携促進が必要と考えられる。また、道内だけでなく、日本国内全域でのツアーオペレーター同士の連携を求める意見もあり、今後の対応が求められている。

## ②共同ステートメント

今後対応が必要な課題が多く残されているものの、AT デスティネーションとしての北海道・日本への期待は高い。ATWS2023 終了後の令和5年（2023年）9月20日、ATTA のシャノン・ストウエル CEO と実行委員会の鈴木直道会長との間で共同ステートメントを取りまとめ、北海道・日本の世界的な AT デスティネーションとしての地位の確立に向けて、今後も、実行委員会の構成機関と ATTA が共に取り組んでいくことなどを国内外に発信した。

September 20<sup>th</sup>, 2023

### Joint Statement

The Adventure Travel Trade Association (ATTA) and the ATWS Hokkaido Executive Committee are pleased to announce the success of ATWS2023, a sold out event and Asia's first on-site Adventure Travel World Summit.

And while both organizations gained much from the virtual ATWS2021, the in person event, ATWS2023, provided delegates with an opportunity to experience the beauty of nature, delicious food, diverse cultures, and the “Chowa(Harmony)” of these elements in Hokkaido and across Japan. As well, delegates made lasting relationships for future economic opportunities in adventure tourism for Hokkaido.

The ATWS Hokkaido Executive Committee, on behalf of relevant parties in Hokkaido and Japan, would like to thank ATTA for their efforts in organizing this Summit, and ATTA would like to thank Hokkaido and Japan for being such wonderful hosts. We also thank all the delegates who attended the Summit as well as all the staff who supported ATWS2023.

The ATTA and the ATWS Hokkaido Executive Committee are once again convinced that Hokkaido, Japan is a promising destination for Adventure Tourism. We also reaffirmed that the Asian market is promising and, in the current context of growing interest in tourism sustainability, Adventure Tourism, with its emphasis on local connections and environmental considerations, will increasingly become a global representative of sustainable tourism.

ATTA hopes to use ATWS2023, the first ATWS to be held in Asia, as an opportunity to continue to promote cooperation with relevants in Hokkaido and Japan and the development of initiatives across Asia. In addition, the ATWS Hokkaido Executive Committee and relevants in Hokkaido and Japan are committed to the establishment of a world-class Adventure Tourism destination so that more adventure travelers who will visit Japan in the future can experience and be satisfied by in-depth tours filled with intellectual curiosity and the hospitality that only Japan can offer. We will continue to work hard to establish Japan as a world-class Adventure Tourism destination utilizing ATTA's expertise and resources. The ATTA and members of the ATWS Hokkaido Executive Committee will build a road-map for the future of Adventure Tourism in Hokkaido and Japan with Japan Tourism Agency and Japan National Tourism Organization.

Furthermore, we are determined to continue to work together for the development of the global Adventure Tourism globally. The ATWS Hokkaido Executive Committee and relevants in Hokkaido and Japan will work closely with ATTA on how to maximize the value for the whole country and make Japan a top Adventure Destination and one of the leading destinations in Asia-pacific.

Shannon Stowell  
CEO of Adventure Travel Trade Association

Naomichi Suzuki  
President of ATWS Hokkaido Executive Committee

2023年9月20日

## 共同ステートメント（和訳）

我々、アドベンチャートラベルトレードアソシエーション（ATTAとアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会（ATWS北海道実行委員会）は、アジア初の現地開催となり、また参加者チケットが完売したアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本（ATWS2023）が成功したことを喜ばしく思う。

バーチャル開催であったATWS2021によっても我々は多くのものを得たが、現地開催することができたこのATWS2023は、参加者に、北海道・日本の美しい自然、美味しい食、様々な文化、そしてそれらが織りなす「調和」を体験する機会を提供できた。同様に、参加者は、北海道のアドベンチャーツーリズム（AT）における今後のビジネスチャンスに向け、持続的な関係を築いた。

ATWS北海道実行委員会として、北海道・日本を代表し、本サミットの開催にご尽力いただいたATTAに対して感謝するとともに、ATTAとして、素晴らしいホストだった北海道・日本に対して感謝する。また、本サミットに参加されたすべての参加者、本サミットを支えた全てのスタッフに感謝する。

我々、ATTAとATWS北海道実行委員会は、北海道・日本がATの有望なデスティネーションだと改めて実感した。また、我々はアジアマーケットが有望であること、観光の持続可能性への関心が高まりつつある現下の状況において、地域とのつながりと環境への配慮を重視するATは、持続可能な観光を代表するものとして、今後ますますその存在が世界で大きくなることを再認識した。

ATTAは、アジア初の現地開催となった本サミットを契機として、引き続き北海道・日本の関係者との連携、アジアにおける取組の展開を進めていきたいと考えている。また、ATWS北海道実行委員会をはじめとする北海道・日本の関係者は、本サミットを契機に今後日本に訪れるであろうより多くのアドベンチャートラベラーが、日本ならではのおもてなしとともに知的好奇心に満ちたより深いツアーを体験し、満足できるよう、ATTAの専門知識とリソースも活用しながら、世界的なATデスティネーションとしての地位の確立に向け、精励していきたいと思う。ATTAとATWS北海道実行委員会の構成員は、これからの北海道・日本におけるATの推進に向けた道のりを、観光庁・JNTOと共に描いていく。

さらに、今後ますます世界的なATの発展に向けて、我々は、引き続き協力して取り組んでいくことを決意する。ATWS北海道実行委員会と北海道・日本の関係者は、ATTAと密に連携しながら、日本全体の価値を最大化するべく、そして日本を優れたATデスティネーションとして、またアジア太平洋地域を先導する地域のひとつとして確立するべく、取り組んでまいりたい。

アドベンチャートラベルトレードアソシエーション  
CEO シャノン ストーウェル

アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会  
会長 鈴木直道