

報道関係各位

2021年6月29日  
BEENOS Travel 株式会社

## BEENOS Travel が海の京都と開催した 「海の京都 与謝娘酒造オンラインツアー」参加者に聞きました —越境 EC を活用したハイブリッド型オンラインツアーの 満足度について、台湾人観光客が回答—

BEENOS 株式会社(東証一部:3328)の連結子会社で、日本の魅力を世界に拡げ、インバウンド市場成長の加速を支援する BEENOS Travel(ビーノス トラベル)株式会社(以下、BEENOS Travel)とインバウンド誘客等に積極的に取り組む、国の「重点支援 DMO」に選定された一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社(通称:海の京都 DMO)は、オンラインツアー×越境 EC によるインバウンド向け施策として、台湾人観光客に向けた「海の京都 与謝娘酒造オンラインツアー」を3月27日(土)に開催いたしました。オンラインツアーは好評を博し、動画再生回数は 52,752 回以上(アーカイブ込み)となりました。

このたび、越境 EC とオンラインツアーを組み合わせた今回の企画について、参加者のうち、56 人にアンケートを実施、結果をお伝えいたします。

### 「海の京都 与謝娘酒造オンラインツアー」の参加者向け調査 概要

#### TOPICS

- オンラインツアーの参加者は 20 代~50 代と幅広い世代で、男女比は 4:6 という結果に。コンテンツ内容によって参加者年代・性別は左右するため、特産物など、ターゲットを考えたコンテンツ設計がカギに。
- ツアーを知った経緯として、63%のお客様が、「トラベルパーのメルマガ」「トラベルパーの SNS」と回答。
- ツアー内容に関しては、アンケート回答者のうち、98%のお客様が満足と回答し、全員が「ぜひ訪れたい」「機会があれば訪れたい」と回答。オンラインツアーにより、インバウンド意向は高まることが見受けられた。
- コロナ収束後に訪れたい日本国内の場所としては「東北」が 27%と「北海道」が 23%、次に「九州」と「関東」がそれぞれ 13%という結果となり、北部への興味が伺える結果に。

調査方法 : インターネットによるアンケート調査  
調査期間 : 2021年3月27日~2021年4月12日  
調査対象 : オンラインツアー参加者 166 名のうち 56 名が回答  
※本リリースの調査結果をご利用いただく際は、【BEENOS Travel 株式会社調べ】とご明記ください。



#### ■京都オンラインツアー概要

「海の京都 与謝娘酒造オンラインツアー」は、BEENOS Travel が手配したインフルエンサー東京走著瞧(Bob) が実際に 1887(明治 20)年から酒造りを行っている与謝娘酒造 (<http://yosamusume.com/>) へ足を運び、酒蔵見学をする体験型ツアーです。酒造の歴史やお酒に込める想いなどを参加者に届けています。

オンラインツアー参加予定のお客様先着 50 名様には与謝娘酒造の日本酒をプレゼントし、日本酒を飲みながらツアーに参加いただくことで、臨場感を演出しました。また、越境 EC サイトとの連動企画となっており、オンラインツアーやアーカイブ動画を通じて商品に関心を持った海外在住のお客様は、BEENOSグループが提供している越境代理購入サービス「Buyee」上の「海の京都」ストア (<https://buyee.jp/rakuten/shopping/store/top/uminokyoto>) にて商品を購入注文することができます。

#### 【本件に関するお問い合わせ先】

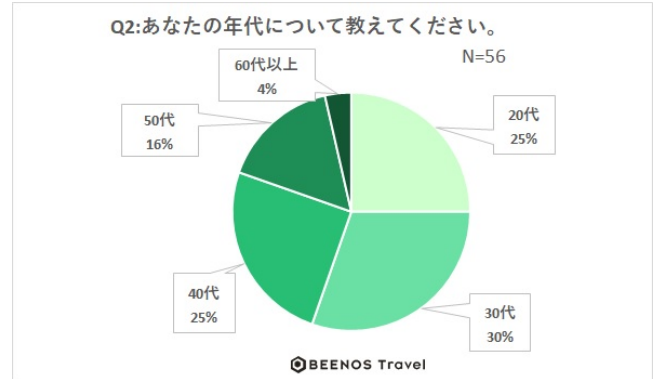
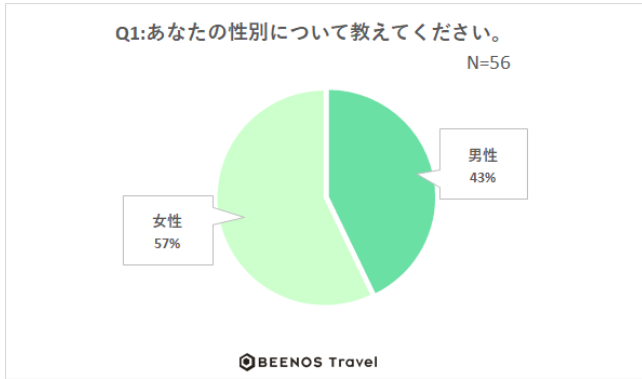
BEENOS 株式会社 広報担当 Tel: 03-5739-3350  
海の京都DMO 広報担当 Tel: 0772-68-5055

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)  
Email: [info@uminokyoto.jp](mailto:info@uminokyoto.jp)

■ 調査結果詳細

▼ 参加者の性別・年代について

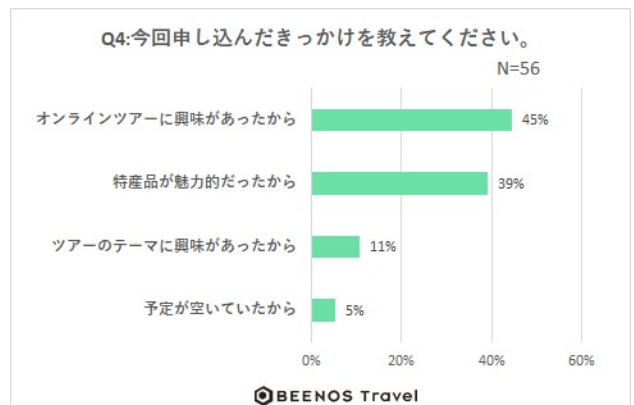
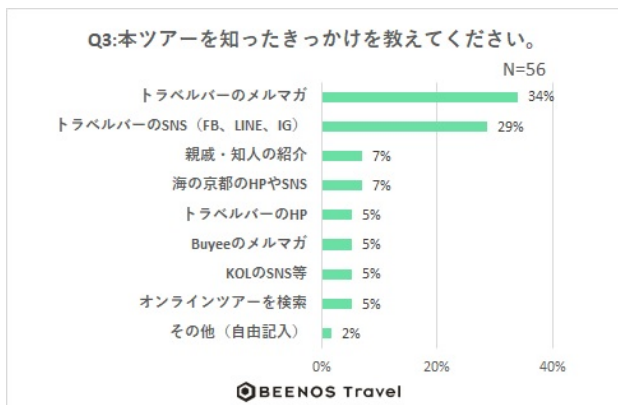
海の京都オンラインツアーへ参加したお客様は、6割が女性で4割が男性となりました。また、20代～40代だけでなく、50代以降の参加者も一定数獲得しています。今回はお酒を自宅で楽しみながら酒造見学体験というコンテンツだったこともあり、お酒を飲める年代の方に幅広く参加いただきました。



▼ ツアーを知った経緯と申し込み結果

ツアーを知ったきっかけの質問では、「トラベルバーのメルマガ」と答えた人が最も多く34%、次いで Facebook や LINE、Instagram を使った「トラベルバーの SNS」活動による認知が29%という結果となりました。その他、知人の紹介や他の SNS やメルマガ等からの認知は5～7%という結果で、訪日への意欲が高いお客様が集まっているメディア、トラベルバーでの情報提供が効果的であることがわかりました。

申し込んだきっかけとしては、「オンラインツアーに興味があったから」と回答した方が45%という結果になり、訪日ができない中でのオンラインツアーの需要が見受けられます。次いで、「特産品が魅力的だったから」という結果が39%を獲得し、オンラインツアーには特産物の内容も参加意向に影響することがわかりました。今回のオンラインツアーでは“数量限定”で台湾の自宅にお酒が事前に届き、手元のお酒を飲みながらツアーを楽しむことができるといった体験型コンテンツでした。



【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当  
海の京都DMO 広報担当

Tel: 03-5739-3350  
Tel: 0772-68-5055

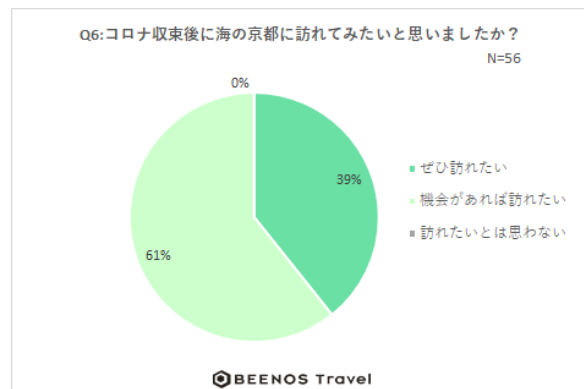
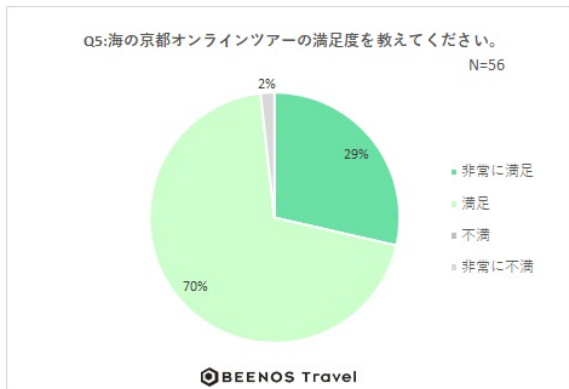
Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)  
Email: [info@uminokyoto.jp](mailto:info@uminokyoto.jp)

## ▼満足度と今後の行動

海の京都オンラインツアーの満足度について、「非常に満足」が29%、「満足」と答えた人が70%と、回答者のうち計98%が満足していると回答しました。

「不満」と答えたお客様の理由については、特産物(自宅へ届く数量限定のお酒)の数をもう少し増やしてほしいという意見が見られ、オンラインツアーの内容と並行して充実したコンテンツによって満足度が左右されることが伺えます。また、コロナ収束後に海の京都を訪れてみたいかという質問では、「ぜひ訪れたい」が39%で、「機会があれば訪れたい」が61%と回答。全員が「訪れたい」という意向を持っていることがわかりました。

これにより、将来的なインバウンド需要の取り込みのためオンラインツアーを開催し、「忘れられない接点を作り、今後の訪問につなげる」ことに一定の効果があったことが見受けられました。



## ▼海外のお客様が行きたいと思っている場所

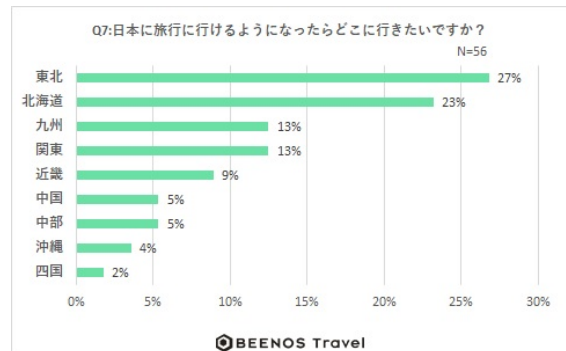
日本へ旅行に行けるようになったらどこに行きたいかといった質問には、「東北」が最も多く27%。次いで「北海道」が23%と日本の中でも北側への需要が多く、次いで「九州」と「関東」が13%という結果になりました。

都道府県でも見てきましたが、過去におこなった『来日に関するアンケート調査』※1では、次の訪日時に訪れたい場所として、全体の83%が、「自然が多い場所」と回答。都市部だけでなく、地方にもインバウンド取り込みのチャンスが到来していることがわかりました。

### ※1「来日に関するアンケート調査」概要

・調査方法：インターネットによるアンケート調査・調査期間：2020年6月5日～2020年6月25日

調査対象：台湾在住のトラベルバー会員1538人が回答



## ■オンラインツアー後に売れた商品例



### 【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当 Tel: 03-5739-3350  
 海の京都DMO 広報担当 Tel: 0772-68-5055

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)  
 Email: [info@uminokyoto.jp](mailto:info@uminokyoto.jp)

## ■準備・発信が重要、インバウンドへの BEENOS Travel の取り組みについて

BEENOS Travel は地方自治体や事業者へのサポートとして、海外の方との接点づくりに重点を置き、オンライン上で、日本の文化や商品の良さ、観光スポットの紹介などを行うサービスを提供してまいります。ご当地商品や日本限定商材を詳しくオンラインライブ上で説明することにより、認知向上施策として海外ユーザーに情報を発信、訪日時の購入や今後のオンライン購入に繋がる可能性の最大化を図ります。

オンラインツアーを通して、情報を発信することで、消費者から「忘れられてしまう」可能性を減らし、オンライン上での購入、または訪日が可能になったときの旅中での消費につなげることができます。訪日客を向かえるときの対応を考えるのみならず、訪日客を迎える日までのお客様との接点強化に目を向けることがインバウンド対策として重要であると BEENOS Travel は考えております。そのため、オンラインツアーや外国人に対してのアンケート調査などを行うことで、そのご当地への訪日意欲を高める魅力の創造や発信に努めてまいります。

## ■BEENOS Travel への問い合わせ

- ・オンラインツアーを検討したい
- ・トラベルバーの台湾人ユーザーに向けたアンケート調査をしたい
- ・インバウンド対策について相談したい

BEENOS Travel 株式会社

トラベルバー事業部

メールアドレス: [btl\\_sales@beenos.com](mailto:btl_sales@beenos.com)

上記のようなインバウンドに対して、訪日までの期間をどう対策していくかについて相談がある方は窓口へご連絡ください。

## 【旅行酒吧(トラベルバー)について】

2013年に開設された台湾最大級の訪日旅行メディアサイトとして、台湾、香港、マカオなどのユーザーに支持されています。ユーザーはサイト内で日本旅行の情報収集やスケジュールサーチ、旅行計画づくりが可能です。月間平均PV数は550万にも上り、掲載ブログ数7.3万、ユーザー作成旅行プラン数9万、プラン作成したユーザーの95%がサイト上で作成したプランに沿って旅行をするなど、訪日旅行の情報取得から作成した旅行プランの実施まで1つのサイトで訪日旅行のプランニングを完結できるのが特徴です。

## 【BEENOS Travel 株式会社概要】

WEBメディアとしての価値を高めるとともに国内の旅行事業者様への窓口としての機能を強化し、ユーザーの来日動機となる良質なコンテンツ数の拡大や広告事業のさらなる成長を目指してまいります。また、既存エリアを戦略的重点地域と位置づけプロモーションなどを行う予定ですが、中長期的にはエリアを拡げ、多言語対応も視野に事業を展開してまいります。

## 会社概要

社名：BEENOS Travel 株式会社

代表者：代表取締役社長 竹内 拓

本店所在地：東京都品川区北品川四丁目7番35号

設立年月：2019年12月

資本金：1億円

以上

## 【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当 Tel: 03-5739-3350  
 海の京都DMO 広報担当 Tel: 0772-68-5055

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)  
 Email: [info@uminokyoto.jp](mailto:info@uminokyoto.jp)