



Terroir
CAMP

キャンプを観光にする地方創生事業

「**TerroirCAMP**」

 **ENGI**

株式会社Engi 取締役クリエイティブディレクター
山崎 繁幸

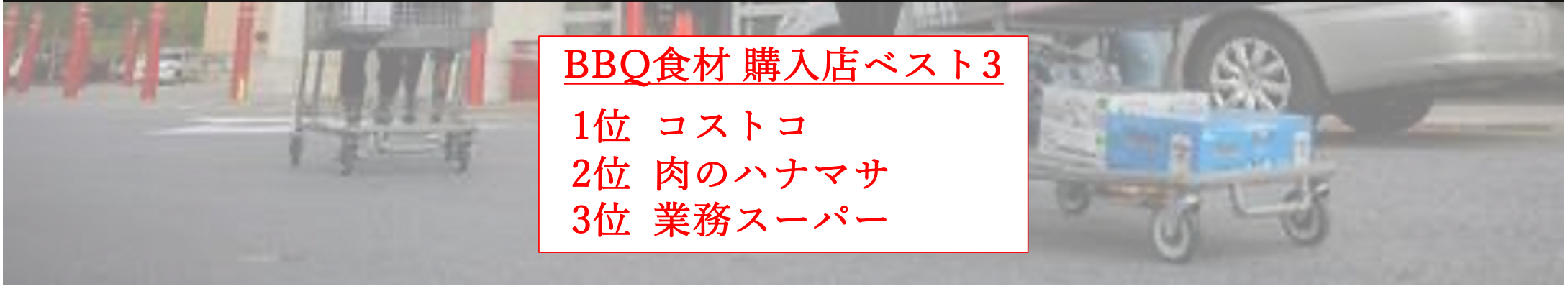
時はまさに、空前のアウトドアブーム

「キャンプで地方にお金が落ちていない」



～ 課題 1 ～

キャンパーは、その土地で食材を購入しない

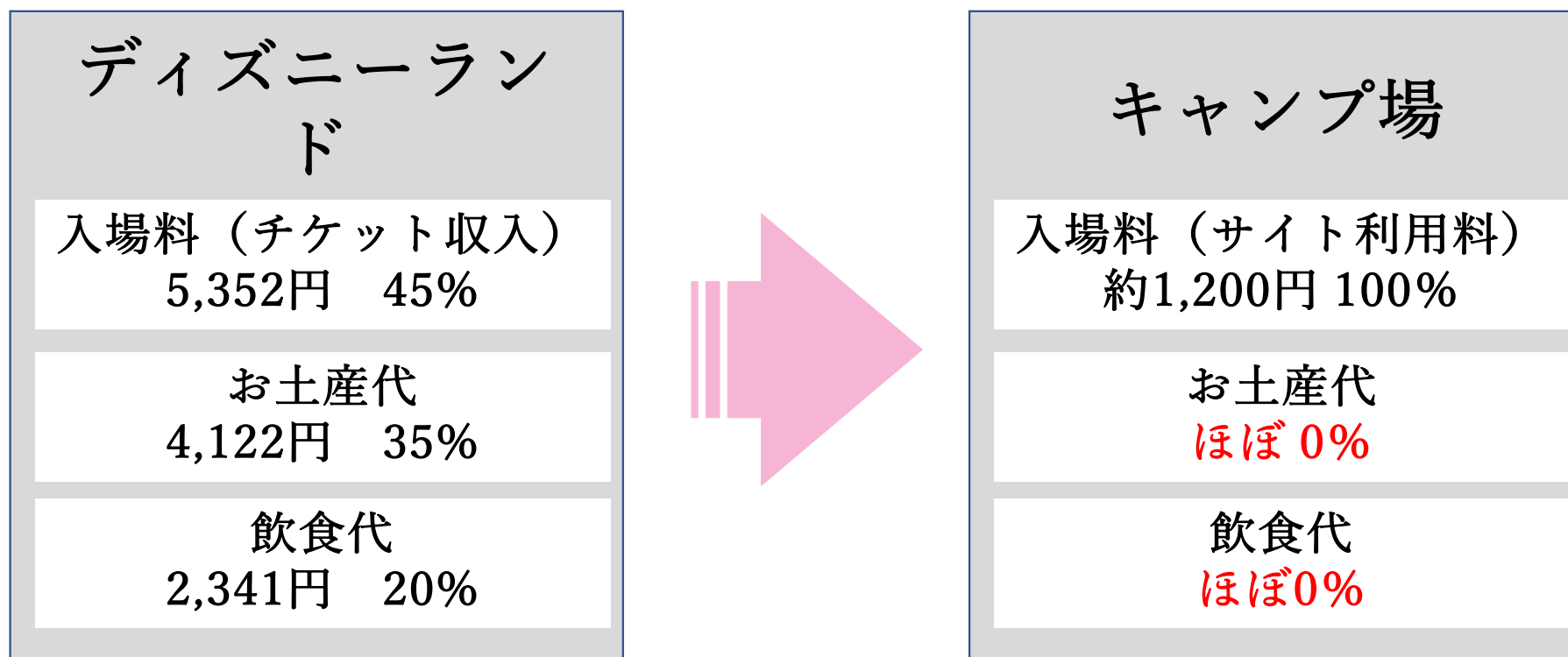


BBQ食材 購入店ベスト3

- 1位 コストコ
- 2位 肉のハナマサ
- 3位 業務スーパー

あなたがキャンプ場経営者なら、どこを伸ばす？

▼ディズニーランドとキャンプ場の売上構成比（1人あたり）



～ 課題 2 ～

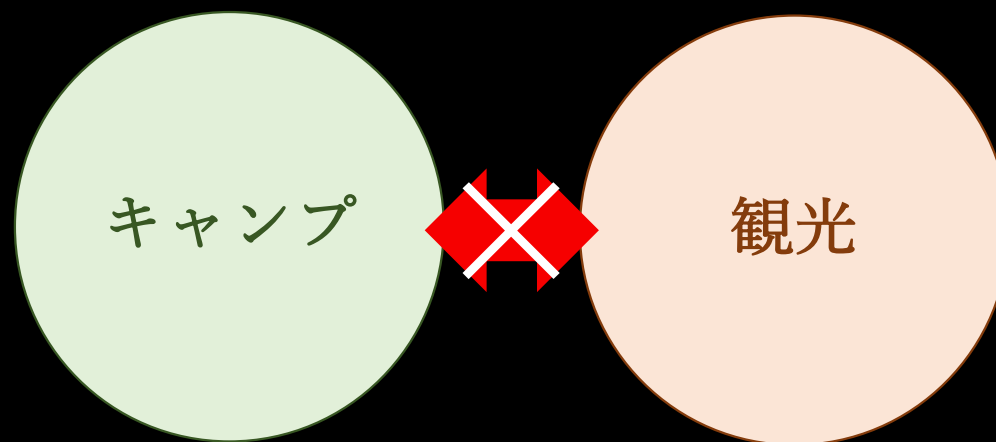
キャンパーは、キャンプ場から出ない。

着地型観光に発展しない



つまり

「キャンプ≠観光」



観光でお金が落ちるポイント



顎・足・枕・体験

(食・交通・宿・アクティビティ)

私達は「キャンプ＝観光」にする 4つのインフラ整備を行なっています

① キャンプ場で地域の食が楽しめる様にする



JA直売所
全国 約1,500ヶ所



キャンプ場
全国 2,064ヶ所

[顎]

② キャンプ場のアクセスをもっと良くする



バスツアー
シャトルバス
相乗りタクシー
etc...

[足]

③ キャンプ場にもっと泊まりやすくする

(テントの貸し出しを行う など)



[枕]

④ キャンプ場から「地域の体験」につなげる



[体験]

① キャンプ場で地域の食を楽しむ様にする



JA直売所

全国 約1,500ヶ所



BBQ食材



キャンプ場

全国 2,064ヶ所

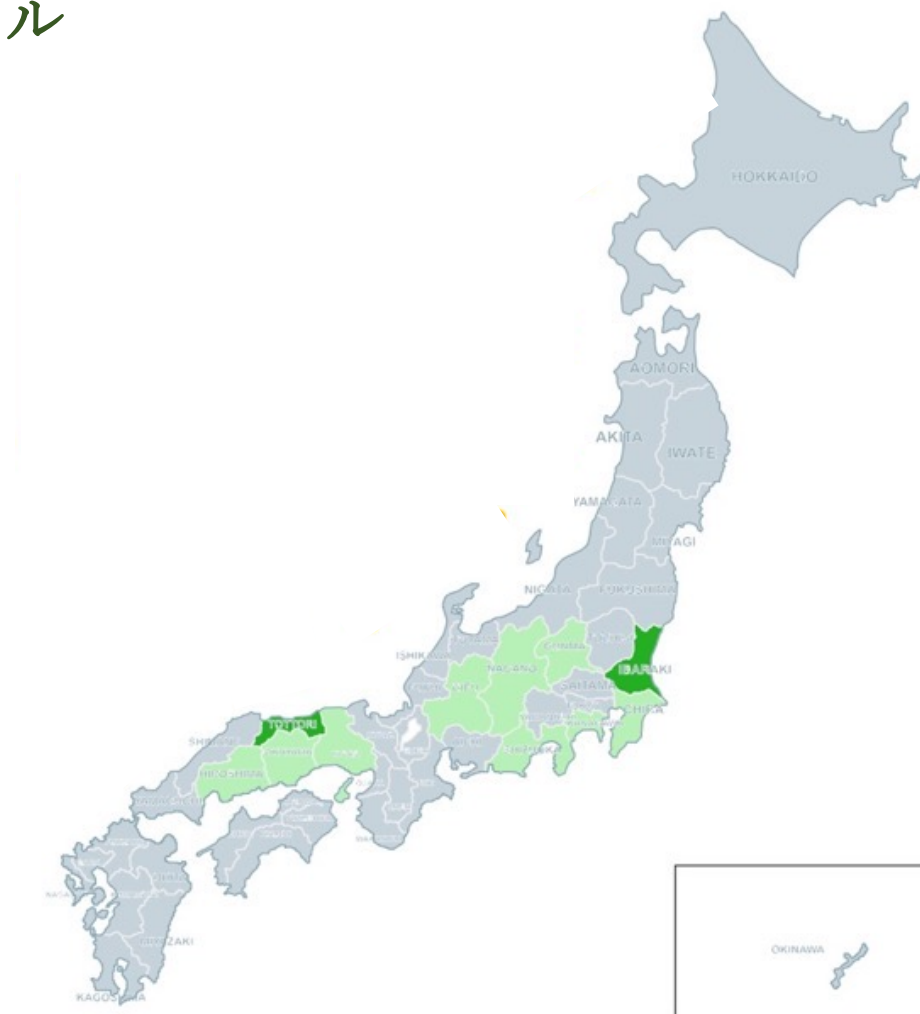
キャンプ場で農産物が売れることで

約160億円の経済効果



2023年の展開スケジュール

- 1月 茨城県
- 2月 鳥取県
- 3月 静岡県
- 4月 愛知県
- 5月 長野県
- 6月 福島県
- 7月 神奈川県
- 8月 広島県
- 9月 北海道 ←イマココ





3年以内に、全国網羅！！
全国のキャンプ場と
コールセンターが繋がります！

アウトドアブームは
日本だけではない！



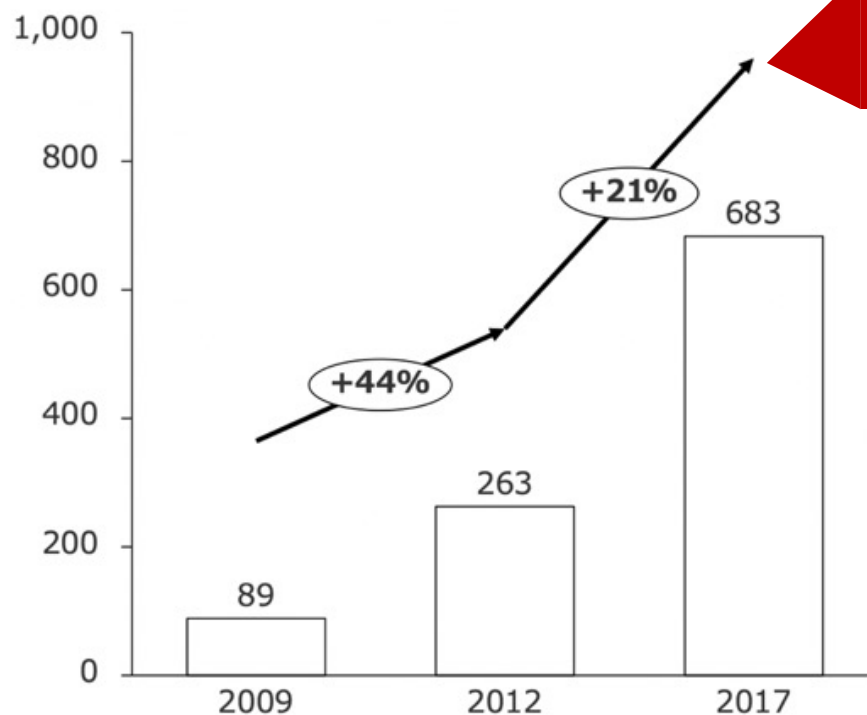
世界的ブーム 「アドベンチャーツーリズム」

(自然・文化体験の旅)

アドベンチャーツーリズムは、世界で約75兆円の巨大マーケットに成長

- アドベンチャーツーリズムの市場は拡大しており、アウトギア（用具、装備）にこだわり、滞在期間も長いことから、2017年で6,830億米ドル（約75.1兆円）の市場規模とされています

単位：十億米ドル



75兆円！

アドベンチャーツーリズム旅行者が今後訪れたい国

9カ国のアドベンチャーツーリズム旅行者が今後海外旅行で訪れたい上位10カ国

調査対象の9カ国のうちイギリス、フランス、カナダ、オーストラリア、イタリア、スペイン、ロシアの7カ国のアドベンチャーツーリズム旅行者が日本を最上位の渡航意向国に選択しています。

	ドイツ	イギリス	フランス	アメリカ	カナダ	オーストラリア	イタリア	スペイン	ロシア
1位	ニュージーランド	日本	日本	オーストラリア	日本	日本	日本	日本	日本
2位	オーストラリア	オーストラリア	カナダ	日本	イタリア	アメリカ西海岸	オーストラリア	アメリカ西海岸	イタリア
3位	フランス	アメリカ西海岸	タイ	ニュージーランド	アメリカ	ニュージーランド	アメリカ西海岸	メキシコ	オーストラリア
4位	イギリス	ニュージーランド	アメリカ東海岸	イタリア	フランス	フランス	ハワイ	オーストラリア	ドイツ
5位	イタリア	ハワイ	アメリカ西海岸	フランス	フランス	フランス	イギリス	フランス	タイ
6位	アメリカ西海岸	カナダ	イタリア	フランス	フランス	フランス	フランス	フランス	フランス
7位	トルコ	トルコ	オーストラリア	フランス	フランス	フランス	フランス	フランス	フランス
8位	メキシコ	メキシコ	メキシコ	ドイツ	ギリシャ	カナダ	ギリシャ	イギリス	ベトナム
9位	日本	スペイン	スイス	メキシコ	ハワイ	スイス	ブラジル	タイ	スペイン
10位	中国	ブラジル	フィンランド	カナダ	スイス	ハワイ	カナダ	カナダ	メキシコ

みんな日本に行きたい！

アドベンチャーツーリズム旅行者が好むアクティビティの傾向

9カ国のアドベンチャーツーリズム旅行者が旅行時に好むアクティビティ(■各国の上位10アクティビティ)

アドベンチャーツーリズム旅行者は文化体験、食文化体験、野生動物観察、ハイキングなどのソフトなアクティビティを好む傾向にあります。

	ドイツ	イギリス	フランス	アメリカ	カナダ	オーストラリア	イタリア	スペイン	ロシア
食文化体験	73%	68%	72%	75%	71%	62%	72%	73%	58%
文化体験	65%	64%	66%	74%	63%	59%	73%	70%	70%
ハイキング	62%	54%	67%	68%	58%	48%	80%	67%	76%
野生動物観察	47%	60%	65%	65%	60%	55%	60%	58%	69%
サイクリング	57%	47%	36%	44%	45%	41%	37%	38%	52%
トレッキング	30%	48%	33%	39%	35%	43%	51%	69%	23%
キャンピング	34%	34%	36%	43%	43%	40%	34%	39%	34%
釣り	27%	30%	26%	47%	38%	36%	31%	25%	43%
スキー	29%	24%	38%	34%	29%	30%	40%	34%	42%
サファリ		34%	32%	31%	35%	35%	36%	28%	26%
マウンテンバイク			41%	31%	28%	26%	45%	31%	26%
カヤック			32%	39%	38%	31%	23%	30%	14%
スキューバダイビング							34%	31%	37%

日本でキャンプがしたい！

2年後に全面回復する
インバウンド需要

キャンプ場へ

外国人旅行者を誘致し
経済効果を最大化！！





～ フェーズ2 ～

キャンプ場を軸にした
「B2B プロモーション」



2日間の来場予定数
約1,000人

FUJI THAICAMP 2023
2023 05.27 (SAT) - 05.28 (SUN)
ふもとっぱらキャンプ場 Fumotoppara Camp Site

タイ政府 観光プロモーション「キャンプフェス」

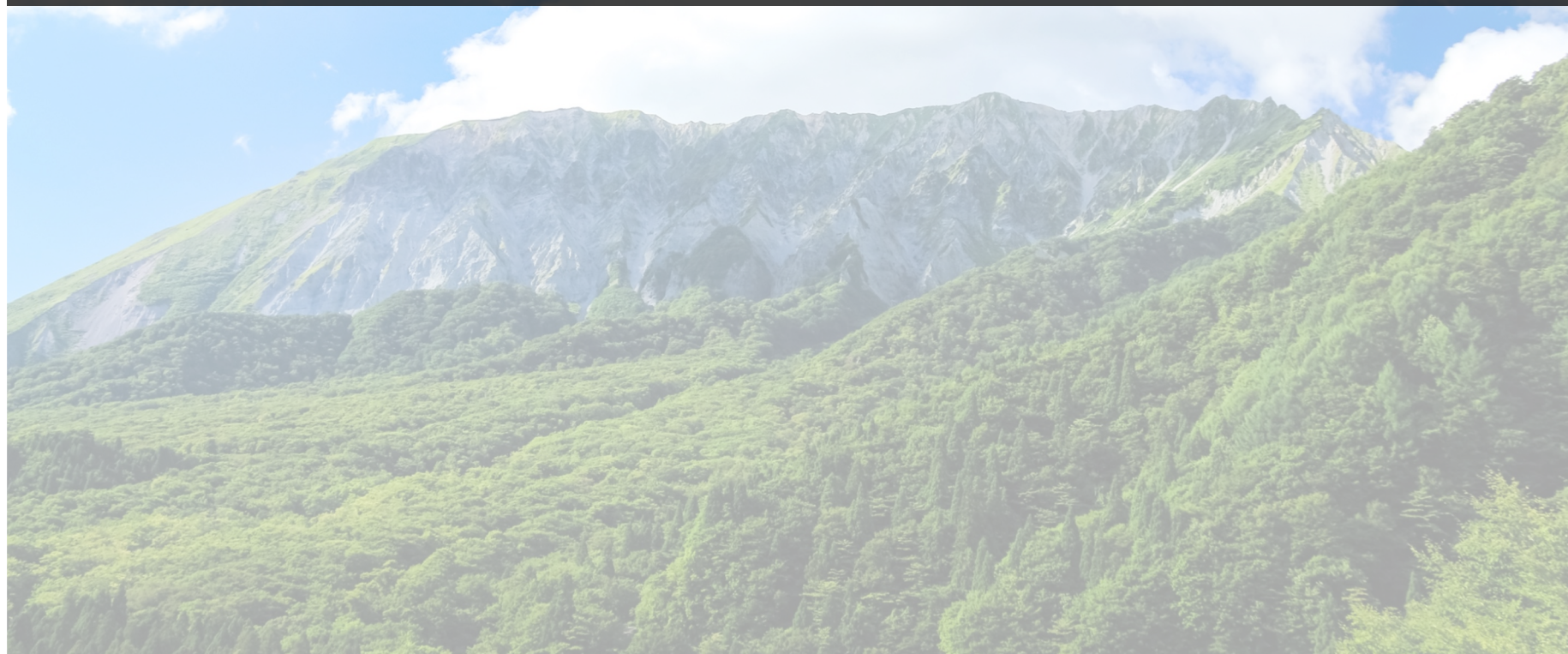
～ フェーズ3 ～
アドベンチャーツーリズム
に特化した
観光プログラム開発

鳥取県観光振興局と観光プログラム開発 2024年1月ローンチ予定



インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業

神の山 大山「水と食のアドベンチャートラベル」 ～ グラマラスプラン ～



概要

開催日：1回目：2024年1月21日（日）～22日（月）
2回目：2024年2月11日（日）～12日（月）

参加費：1泊2日 20万円（税別）

対象：東・東南アジアを中心とした外国人旅行者

定員：1回 20名

集合/解散場所：①米子空港 ②米子駅

移動手段：貸切観光バス

トータル ナビゲーター：チージー（インフルエンサー）

▼1日目

アクティビティ ナビゲーター：車 浩一（大山観光局）

日本酒ナビゲーター：野口 万紀子（5Tokyo 唎酒師）

星空レストラン シェフ：伯州鈴乃季 鈴木シェフ

▼2日目

酒蔵 ナビゲーター：久米桜酒造 三輪氏



・トータル ナビゲーター
チージー

2017年 Top Parenting
Influencer
「トップ子育て系インフルエンサー」
Influence Asia award 受賞



・日本酒 ナビゲーター
株式会社5Tokyo
代表取締役 唎酒師
野口 万紀子



・伯州 鈴乃希 オーナーシェフ
鈴木

2019年 ミシュランガイド鳥取 一つ星

神の山 大山



中国地方最高峰、標高1729mの大山。大山周辺地域では古くから山そのものが神として祀られ、人々の信仰の対象となっていました。『出雲国風土記』（733年）によると、地蔵菩薩を本尊とする大山寺が奈良時代（718年）に金蓮上人によって開創され、仏教信仰が始まりました。以降、大山の中腹に建立された大山寺は修験者たちの修行道場として栄え、鎌倉・室町時代には「僧兵3000人を抱えていた」とも言われ、比叡山延暦寺や高野山金剛峯寺と並ぶ大寺となりました。現在、大山寺から自然石を敷き詰めた700mの石畳の参道の先には、大国主命を祀った大神山神社奥宮があり、もとは僧が修行のために大山寺に登り、その道場として遥拝所を設けたのが起源とされています。また、大山の周辺にはその雄大な自然によって

「名水」と呼ばれる水どころが各所に点在しています。西日本最大と言われるブナ原生林には「緑のダム」と言われるほどの高い保水力があり、落ち葉の層はクリアな水を生み、その水は海まで流れ込み、豊富な海藻や魚介類の営みまでも調えています。その生態系が守られているのは、大山が古来から神の山として人々に崇められていたからこそ、人の手が入りすぎることなく、今日までその姿を保ってきたのです。



Day1



- ① 11:00 集合1. 米子空港
- 11:30 集合2. 米子駅

① 12:30 「大神山神社 参拝」

日本一長い石畳を抜けて大山の神様へご挨拶



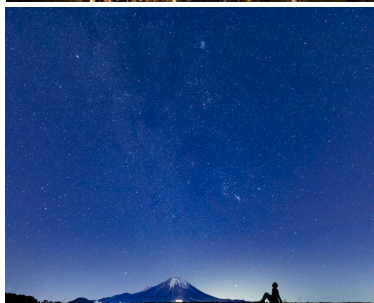
② 14:30 「大山スノーシュー体験」

大山の湧水や大自然に因んだアクティビティを体験



③ 18:00 「星空レストラン」@リバーサイドひの

ミシュラン一つ星を獲得した伯州鈴乃季 鈴木シェフが「湧水」をテーマに、星空の下で地域の生産者とともに作り上げるメーカーズディナー。



④ 21:00 「星空観察／雪中キャンプ泊」@リバーサイドひの

鳥取県はどの市町村からも天の川が見える星空観光スポットとして有名。満点の星空の下、雪の中でキャンプ泊。
(雪中キャンプまたは、リバーサイドひの 宿泊棟 の宿泊をお選びいただけます)

Day2



① 6:30 「おしどり観察（バードウォッチング）」

色彩あざやかなオシドリは鳥取県の県鳥として指定されています。オシドリ観察小屋では多いときには400～500羽もの姿を間近で見ることが出来ます。



② 10:00 「久米桜酒造の酒蔵体験」

大山の湧水を使い、3キロ圏内の原料にこだわった酒造りを行う久米桜酒造の酒蔵見学。米から日本酒になるまでの過程を学びます。



③ 12:30 「久米桜酒造の日本酒試飲とランチ」

久米桜酒造の日本酒をおばんざいとのペアリングで試飲します。お料理の提供は、伯州鈴乃季の姉妹店であるHINO suite du Petit Marché。

④ 15:30 天の真名井

1日25,000トンの湧水が流れ出し、民家や水田に供給されている湧水の聖地。



⑤ 16:00 解散1. 米子駅 16:30 解散2. 米子空港

このツアーのポイント

① 神の山 大山

古くから山そのものが神として祀られ、人々の信仰の対象となっていた大山。神の山として崇められることで、西日本最大のブナ原生林や美水の郷など、人の手が入りすぎることなく、今日までその姿を保ってきました。大神山神社で神様にご挨拶することからこのプログラムはスタートします。

③ 中国地方随一のスノーリゾート

西日本屈指の豪雪地・観光拠点「大山寺周辺」エリアでは毎年1〜2mの積雪が見られる。雪は、雪の降らない東・東南アジアの人々にとって憧れの存在。今回、大山をスノーシューで散策するアクティビティをご用意しております。

③ 鳥取県は「星取県」

どの市町村からも天の川が見え、流星群の時期でなくても流れ星が見えやすい鳥取県は、夜空を見上げれば星に手が届きそう、そんな鳥取県を皆さんにもっと堪能していただきたいという思いをこめて、「星取県」を名乗ることにしました。

② 湧水の聖地

日本有数の水源である大山。大山の自然によって濾過された日本屈指の湧水がいただけます。「川の水が飲める」このような体験は、今回ターゲットとするアジア圏では稀有であり、憧れの存在になり得る可能性を秘めている。

④ ミシュランガイド 一つ星シェフのレストラン

2019年ミシュランガイド 鳥取県版で一つ星を獲得した伯州 鈴乃季。伯州とは、伯耆国(ほうきのくに) (=鳥取県西半部) の別称。この地域の農産物を使った懐石料理をご提供いただけます。

④ 雪中キャンプ

星空の下、アドベンチャートラベルらしいフィジカ体験を。星空に抱かれながら眠る楽しみ、美しさをお楽しみいただけます。テント内はブランケットや薪ストーブで温められ、一歳の寒さを感じることはありません。
(テント泊以外、宿泊施設のご予約も行けた回れます。

日本の食と自然は、
世界に誇る観光資源である

私たちは、
食と自然と観光をつなぐ
唯一無二の
B2Bプラットフォームを
確立します。



予備資料

地産地消BBQ食材セット（茨城県Ver.）



コールセンターのミッション



✓ コールセンタースタッフ1名に対して、1県40施設のアライアンスを目安にエリア拡大を進めております。

① 担当エリアと施設数



×



CSスタッフ1名
40施設

～ 最重要テーマ ～
キャンプ場との「絆」作り

② ミッション

1. BBQ食材セットの受発注管理
2. 提携キャンプ場の獲得
3. キャンプ場のBBQ食材セットの販売サポート

③ 業務内容

1. 受注管理 … 昨日中に入った受注をまとめる
2. 発注管理 … 受注内容を発注に置き換える
3. 発送管理 … 本日発送内容を各施設に報告する
4. インバウンドコール … 担当施設からの入電対応
(発注内容の変更・キャンセル、その他相談 等)
5. アウトバウンドコール … 営業・提案・サポート
(新規施設獲得、予約プラン提案、サポートコール)

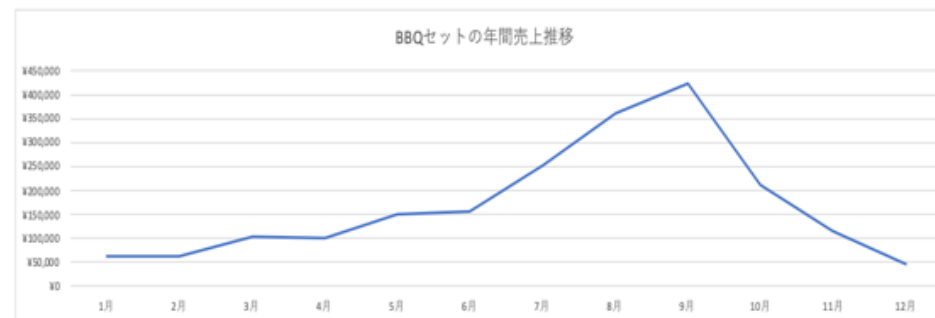
キャンプ場1施設あたりにおける当社 売上・利益 各シミュレーション



【茨城県】キャンプ場1施設あたりのBBQセット各社の売上シミュレーション

データ名	データ	単位
茨城県のキャンプ場 平均サイト数	111	サイト(組)
キャンプ場の平均稼働率	16.3%	%
キャンプ場の平均利用人数	3.6	人
BBQセットの注文確率	10%	%
食材費	2279	円/1人
送料(3.6人前の場合)	294.44	円/1人
BBQセットの売上	3980	円/1人

サイズ	送料
80サイズ	¥1,060
100サイズ	¥1,060
120サイズ	¥1,060



※「常陸牛BBQセット」でシミュレーションしています

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
各月のキャンプ実施係数	9.3	9.4	15.7	15	22.4	23.3	38	54.3	63.8	31.7	17.1	6.9	306.9
	3.0%	3.1%	5.1%	4.9%	7.3%	7.6%	12.4%	17.7%	20.8%	10.3%	5.6%	2.2%	100.0%
利用者数	72	73	122	116	174	180	294	421	494	246	132	53	2,377
JA様	食材費	¥164,186	¥165,952	¥277,174	¥264,816	¥395,459	¥411,348	¥670,868	¥958,635	¥1,126,352	¥559,645	¥301,891	¥5,418,141
宅配業者	送料	¥21,213	¥21,441	¥35,811	¥34,214	¥51,093	¥53,146	¥86,675	¥123,855	¥145,523	¥72,306	¥39,004	¥700,018
Engi	食材手配手数料	¥43,986	¥44,459	¥74,256	¥70,946	¥105,945	¥110,202	¥179,729	¥256,823	¥301,755	¥149,932	¥80,878	¥1,451,547
キャンプ場様	施設側の利益	¥57,346	¥57,963	¥96,810	¥92,494	¥138,124	¥143,674	¥234,318	¥334,828	¥393,408	¥195,471	¥105,443	¥1,892,426
BBQセットの売上		¥286,731	¥289,814	¥484,052	¥462,470	¥690,622	¥718,370	¥1,171,590	¥1,674,141	¥1,967,038	¥977,353	¥527,216	¥9,462,132

Engiの売上	¥229,385	¥231,852	¥387,241	¥369,976	¥552,497	¥574,696	¥937,272	¥1,339,313	¥1,573,631	¥781,882	¥421,772	¥170,189	¥7,569,706
Engiの利益	¥43,986	¥44,459	¥74,256	¥70,946	¥105,945	¥110,202	¥179,729	¥256,823	¥301,755	¥149,932	¥80,878	¥32,635	¥1,451,547

売上: 約757万円/年

粗利: 約145万円/年

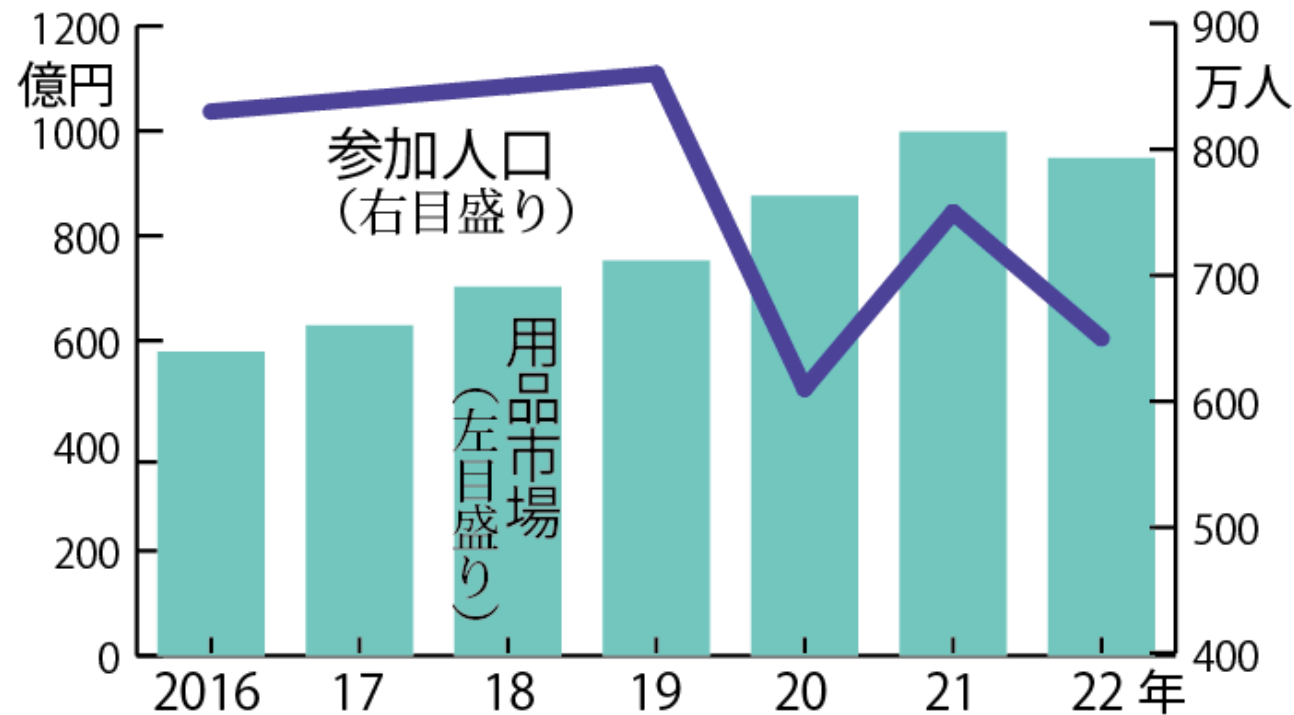
TerroirCAMPの可能性（まとめ）

- ① 農産物の商流拡大
- ② 農家の手取り向上
- ③ 700を超える赤字のJA直売所の経営改善
- ④ 世界的ブーム「アドベンチャーツーリズム」を
活用したインバウンド獲得による地方消費の拡大
→ 宿泊施設の少ない県でもインバウンド獲得が可能
→ アウトドアブームで地方に経済効果を確実に作る

① キャンプ・アウトドア マーケットの今後の可能性



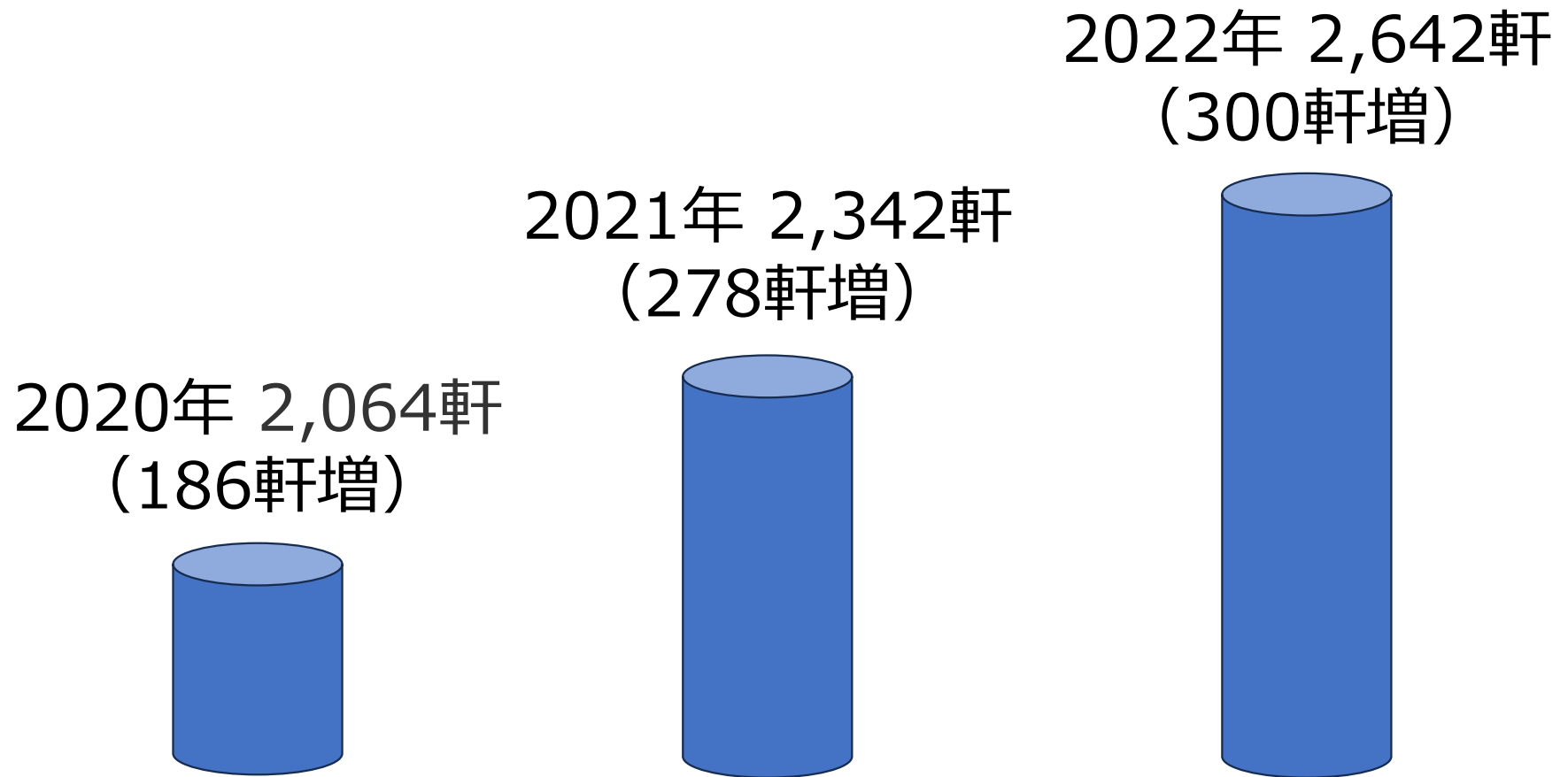
①キャンプ人口と市場規模



日本オートキャンプ協会資料から作成。参加人口は1年に1回以上キャンプした人数。キャンプ用品には登山用品・ウェア・シューズ含まず



②キャンプ場施設数の推移





③グランピング施設数の推移





キャンプ場のビジネスモデル

① 駐車場タイプ

入場料しか取らない。管理者は必要最低限

② テーマパークタイプ

入場料以外に、飲食・物販・レンタルなども行う



キャンプ場のビジネスモデル

▼ディズニーランドとキャンプ場の売上構成比（1人あたり）

ディズニーランド	キャンプ場
入場料（チケット収入） 5,352円 45%	入場料（サイト利用料） 約1,200円 100%
お土産代 4,122円 35%	お土産代 ほぼ 0%
飲食代 2,341円 20%	飲食代 ほぼ0%

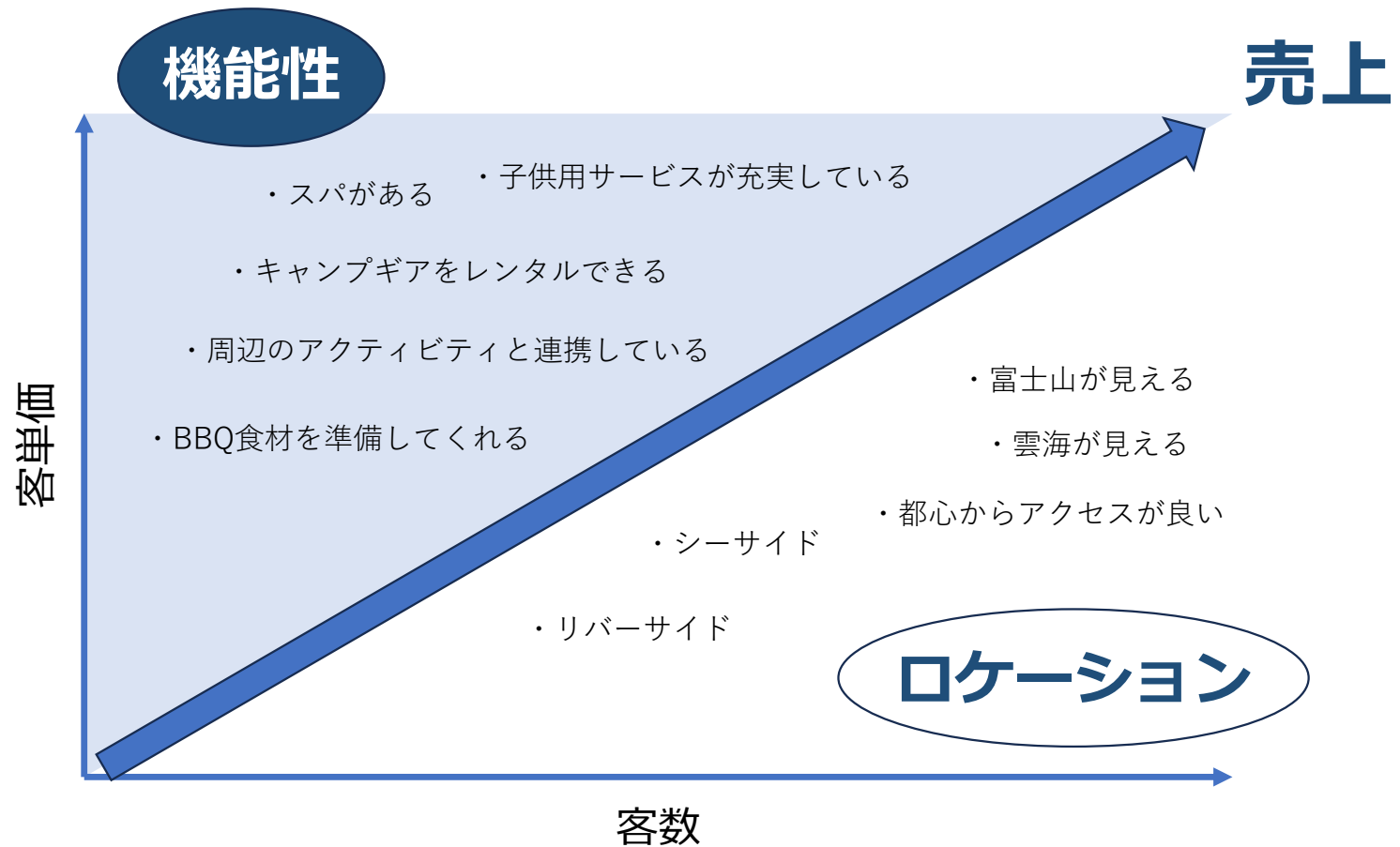


キャンプ場の2つの差別化要素

- ① ロケーション （景色が良い、シーサイド など）
- ② 機能性 （施設内に温泉がある、子供用サービスがある）



キャンプ場の2つの差別化要素





キャンプ場の2つの成功事例

① ロケーション特化型

ふもっ とっぱらキャンプ場（静岡県富士宮市）

② 機能的特化型

キャンプアンドキャビンズ（群馬県那須高原）