

# 平成27年度VJ（ビジット・ジャパン）地方連携事業北海道ブロック戦略説明会 及び 第7回北海道マーケット研究会

## 次 第

日 時：平成26年9月11日（木）13:00～16:00  
場 所：東京ドームホテル札幌 地下2階クレストホール

### 1. 開会 【13:00～】

北海道運輸局企画観光部長 渋武 容

### 2. 平成27年度VJ地方連携事業北海道ブロック戦略説明会

#### (1) 平成27年度VJ地方連携事業北海道ブロック戦略について

北海道運輸局企画観光部国際観光課長 安田 稔幸

#### (2) 質疑応答

【休憩 13:55～14:00】

### 3. 第7回北海道マーケット研究会

#### (1) 「ドイツの訪日市場と北海道プロモーション」

日本政府観光局フランクフルト事務所 所長 大野 金幸 氏

#### (2) 質疑応答

#### (3) 「インドネシアにおける訪日旅行市場について」

日本政府観光局ジャカルタ事務所 所長 石崎 雄久 氏

#### (4) 質疑応答

### 4. 閉会

#### 配付資料

- ・平成27年度ビジット・ジャパン（VJ）地方連携事業北海道ブロック戦略
- ・VJ地方連携事業における成果指標（別紙1）
- ・平成27年度VJ地方連携事業の実施手順について（別紙2）
- ・平成27年度VJ地方連携事業提案書（様式）（別紙3）
- ・VJ事業評価のための「個別事業」の分類（別紙4）
- ・平成25年度に出展した旅行博アンケートにおける各市場の傾向（別紙5）
- ・ドイツの訪日市場と北海道プロモーション
- ・インドネシアにおける訪日旅行市場について

## 講師プロフィール

大野 金幸 (おおの かねゆき)

**現職** 日本政府観光局 (JNTO) [独立行政法人 国際観光振興機構]  
フランクフルト事務所長

### 略歴

昭和57年 4月 国際観光振興会 (現 独立行政法人 国際観光振興機構) 採用  
63年10月 ニューヨーク観光宣伝事務所  
平成 7年 4月 総務部総務課課長補佐  
10年 7月 総務部調査役  
12年 9月 トロント観光宣伝事務所長  
16年10月 事業開発部 IR・事業企画グループマネージャー  
19年 6月 管理部次長  
22年 4月 事業本部コンベンション誘致部長  
24年 4月 事業連携推進部長  
25年12月 フランクフルト事務所長

## 講師プロフィール

石崎 雄久 (いしざき かつひさ)

**現職** 日本政府観光局 (JNTO) [独立行政法人 国際観光振興機構]  
ジャカルタ事務所長

### 略歴

平成 5年 4月 国際協力事業団専門家派遣事業部派遣第一課  
11年 7月 サウジアラビア事務所副所長  
15年10月 世界銀行 Research Assistant, Research Development Group  
16年10月 独立行政法人 国際観光振興機構 採用  
事業開発部 IR・事業企画グループアシスタント・マネージャー  
18年 3月 シンガポール観光宣伝事務所員  
21年 2月 企画本部企画部シニア・アシスタント・マネージャー  
25年 4月 海外マーケティング部シニア・アシスタント・マネージャー  
25年 8月 経営戦略部マネージャー代理  
25年 9月 ジャカルタ事務所設置準備室長  
25年11月 ジャカルタ事務所長

# VJ地方連携事業における成果指標

別紙1



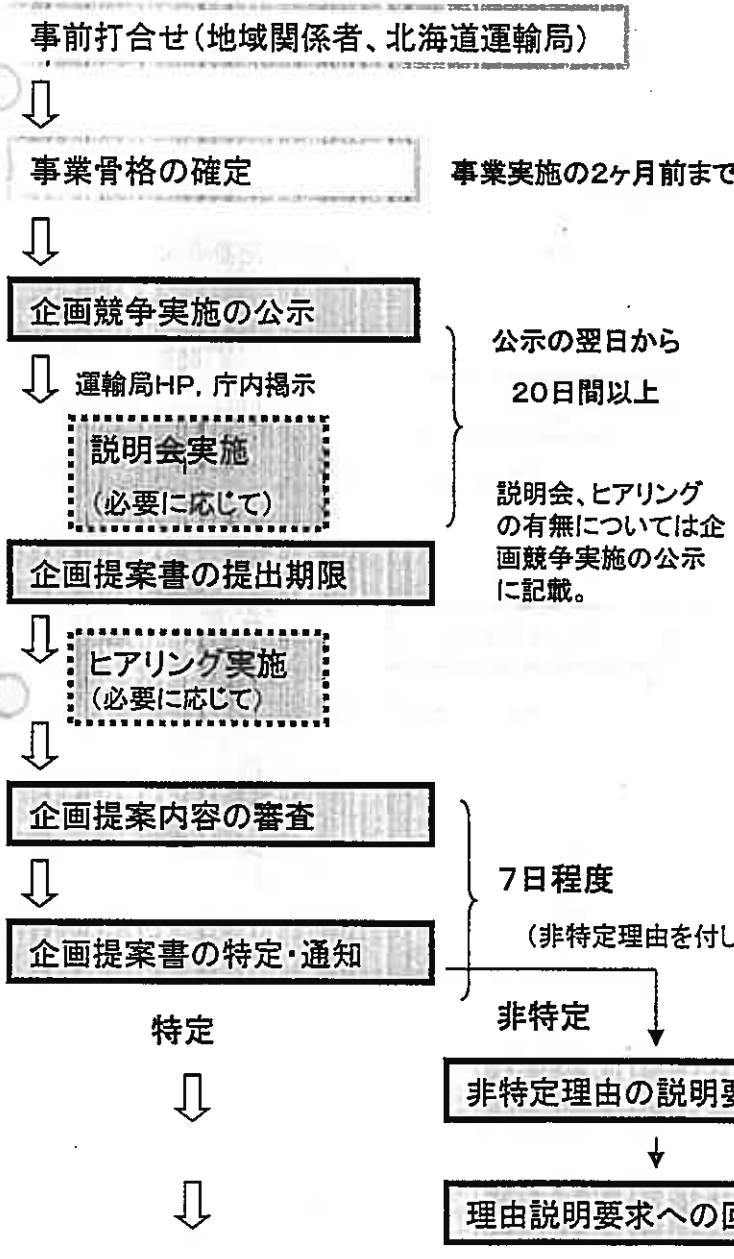
区分		アウトプット成果指標	アウトカム成果指標	
現地旅行会社向け事業 (B to B)	旅行会社招請	招請人数	造成ツアー一本数、造成ツアー送客数	
	海外現地商談会	商談件数、参加人数	造成ツアー一本数、造成ツアー送客数	
	トラベルマート	商談件数、参加人数	造成ツアー一本数、造成ツアー送客数	
	共同広告	掲載本数・放送回数、媒体接触者数	造成ツアー一本数、造成ツアー送客数	
	セミナー	参加人数、日本側の参加組織・団体等	—	
	旅行会社等セールスコール	商談・訪問件数	造成ツアー一本数、造成ツアー送客数	
現地消費者向け事業 (B to C)	純広告	掲載本数・放送回数、媒体接触者数	—	
	メディア招請	招請人数、掲載本数・放送回数	媒体接触者数、メディア費用換算	
	海外現地メディア説明会	参加人数、掲載本数・放送回数、掲載量、媒体接触者数、メディア費用換算	—	
	旅行情報提供	インターネット (WEB)	ページビュー総数、ユニークユーザー総数	—
		インターネット (SNS)	フォロワー総数、投稿回数、「いいね！」獲得数	—
印刷物・映像等		—	—	
イベント・旅行博等出展	ブース来場者数(業者・プレス、一般客)	—		

# 平成27年度 VJ地方連携事業の実施手順について

北海道運輸局企画観光部国際観光課

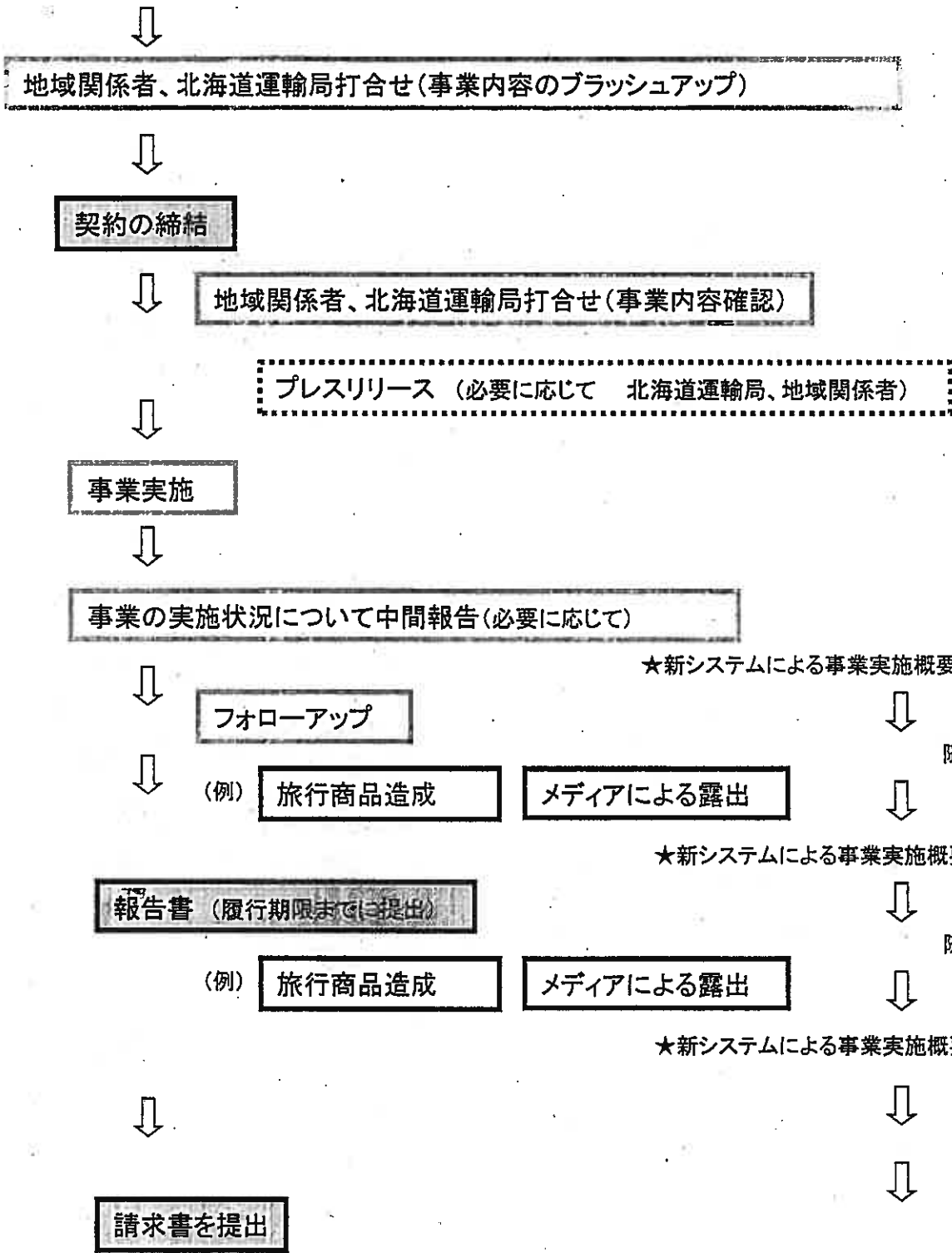
公共調達の適正化については全政府をあげて取り組んでおり、調達に関する競争性及び透明性の確保と、効率的、効果的な予算執行が求められています。北海道運輸局が実施するVJ地方連携事業は、原則として事業の骨格が確定した後に、企画競争実施の公示を行い、企画競争を実施、企画提案書を特定し、当該選定事業者と運輸局との「請負契約」を締結し、事業を行います。

## 企画競争の実施フロー(一般的事例)



**VJ地方連携事業 契約のポイント**

- 企画競争方式による随意契約。
- 企画競争参加資格要件
  - ・平成25・26・27年度の国土交通省競争参加資格(全省庁統一資格)「役務の提供等」において北海道地域の競争参加資格を有する者であること。
  - ・北海道運輸局長から指名停止を受けている期間中でないこと。
- 事業開始2ヶ月前には事業の骨格を確定する必要がありますので、早めに北海道運輸局に相談。



## 平成 27 年度 VJ 地方連携事業提案書

## ■ 事業提案者

提案者名称	
担当者氏名	
電話	
E-mail	

## ■ 提案内容等

事業名称			
対象市場			
事業区分 <sup>(1)</sup>			
総事業費 <sup>(2)</sup>	VJ 負担		地域等負担

※ (1) 事業区分については、VJ 事業評価のための「個別事業」の分類を参照下さい。

※ (2) 総事業費については、概算見積を提案書に添付して提出して下さい。

## ◆ 対象 (提案) 市場の分析 (現状・課題について)

## ◆ 市場に対する予想・見解

## ◆ 提案する事業内容 (現状、予想を踏まえて)

1. ターゲット及びそのニーズの特徴
2. 1. (ターゲット及びそのニーズの特徴) を踏まえたテーマ
3. 2. (テーマ) を踏まえてPRする主な観光対象、資源等
4. 集客目標時期
5. 視察地域 (招請事業のみ)
6. 事業目的及び実施概要
7. 事業実施予定 (時期)
8. 関係地域・機関等との連携
9. 期待する成果
10. 成果を達成するためのフォローアップについて
11. 上記を踏まえ、限られた予算でどれだけきめ細かく創意工夫をしたか

## ※補足資料について

上記提案をするにあたり根拠となる資料や企画概要などを他に作成された場合には、提案書に添付して提出下さい。

## (別紙) V J事業評価のための「個別事業」の分類

個別事業	概要	区分の注意事項等
11 旅行会社招請	海外の旅行会社等（教育機関を含む）の関係者を国内に招請して国内観光地の視察を行うことで、訪日ツアーの造成・販売を促進する事業。外国人観光客を直接に誘客することを目的とする。通常は、招請の一環で商談会を行う。	○メディアを同時に招請する場合は「41 メディア招請」として区分する。 ○招請と一体に国内で開催される商談会は次項の「12 商談会」とはしない。 ○視察がなく商談会のみ招請も含む。
12 旅行商談会	海外の旅行会社等の関係者（教育機関を含む）を招集して商談会を開催し、訪日ツアーの造成・販売を促進する事業。外国人観光客を直接に誘客することを目的とする。原則として、海外での開催。参加者を招請する場合は、視察ツアーが含まれなくても「11旅行会社招請」とする。	○原則として、海外で開催される商談会とする。 ○国内で開催する商談会で、招請を事業費に含まない場合を含む。 ○メディアを同時に招く場合は「42 コンファレンス」を区分する。
2 商品広告	特定の訪日ツアー商品の販売支援のために、外国人へ向けて広告を行う事業。外国人観光客を直接に誘客することを目的とする。ツアー商品の宣伝であっても、直接的な誘客までは目的としない事業は「3 広告サービス」とする。	○旅行商品の広告が含まれていても観光地のPRやイメージアップ等が主目的で販売・送客を直接の目的としない場合は「3 広告サービス」とする。 ※誘客の効果（外客数）が把握できない場合も「3 広告サービス」とする。
3 広告サービス	海外メディア等に直接に費用を支払って、日本全体や国内観光地、訪日ツアー等の広告宣伝を行う事業。マスメディア以外のWeb広告、野外広告等を含む。	○特定の旅行商品の広告宣伝を行い、ツアーの販売・送客の成果が確認されるものは「2 商品広告」とする。
41 メディア招請	海外のメディア関係者を国内に招請し、国内観光地の視察等の取材支援を行うことで、日本や国内観光地のイメージアップ、訪日ツアーのPR等の報道を実現する事業。「3 広告サービス」とは異なり、報道のための費用は支払わない。	○旅行関係者（教育機関含む）を同時に招請する場合は旅行関係者分を「11 旅行会社招請」として区別する。 ○マスメディアでなくとも各種の情報発信に関わる人物を招請する場合は該当し、インターネットに記事を掲載するブロガー等も含まれる。
42 コンファレンス（メディア対象）	海外でメディアを対象に説明会等を開催し（情報提供）、日本や国内観光地のイメージアップ、訪日ツアーのPR等の報道を実現する事業。特別な場を設けた説明会でなくても、イベント出展の際のマスコミへのPR等を含む。	○「12 旅行商談会」「6 イベント」等と同時に行う場合は、これらと区分する。
51 インターネット（Web制作・運営）	日本や国内観光地、訪日ツアー等に関する情報提供のために、外国人向けのインターネットWebページを制作し運営する事業。※既存のWebページに掲載する場合は、「3 広告サービス」とする。	○主要部分がV J事業以外の費用により制作され管理されているWebサイトにV J事業によるページを追加する場合は「3 広告サービス」とする。 ○国内分は「83 国内インターネット」とする。
52 印刷物・映像等	海外での配布を目的としたパンフレット、ガイドブック、DVD等のツールを製作する事業。原則として、新規のツール。※国内での配布のみを目的としたものは含まない。	○国民・国内関係者向けの事業は「84 国内印刷物等」とする。
6 イベント（出展・参加・開催）	外国人旅行者を対象とした旅行博・イベント（原則、海外で開催）への出展・参加または独自に開催する事業。国内で開催されるイベントの場合は、外国人向けの部分のみを対象とする。※旅行会社やメディアへのPRは、「12 旅行商談会」「7 代理教育」「42 コンファレンス」として区分する。	○同時に行う商談会は「12 旅行商談会」として区分する。また、メディアに取材・報道を要請する場合は「42 コンファレンス」として区分する。

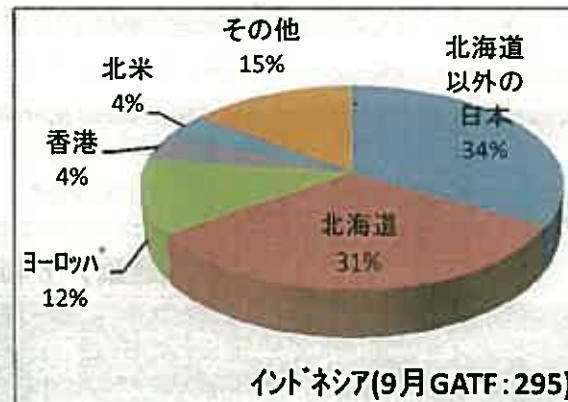
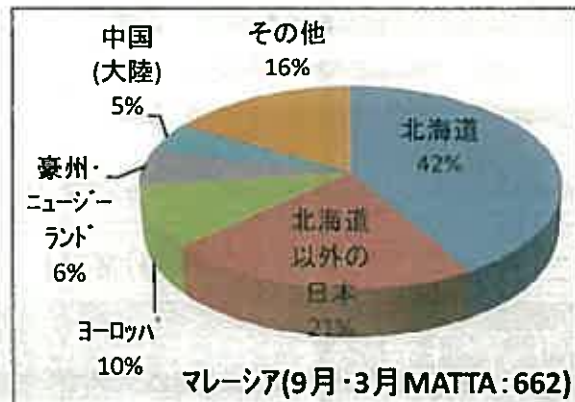
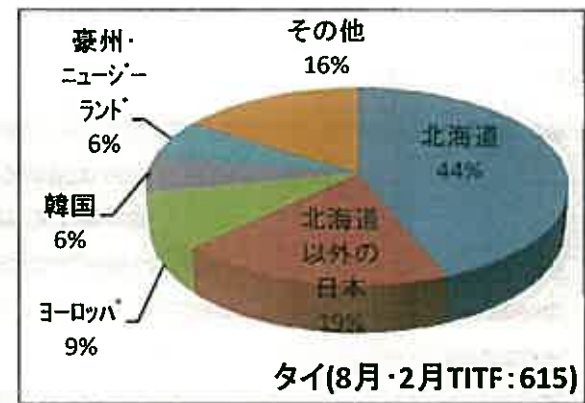
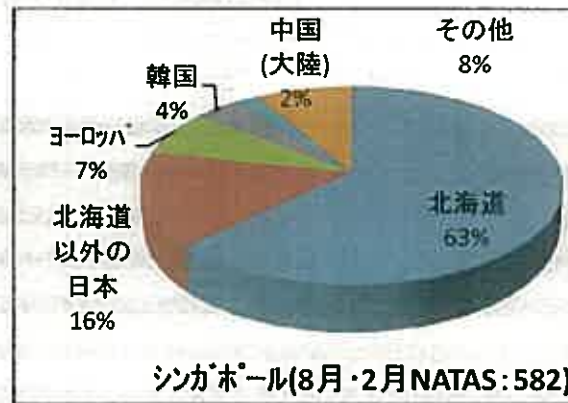
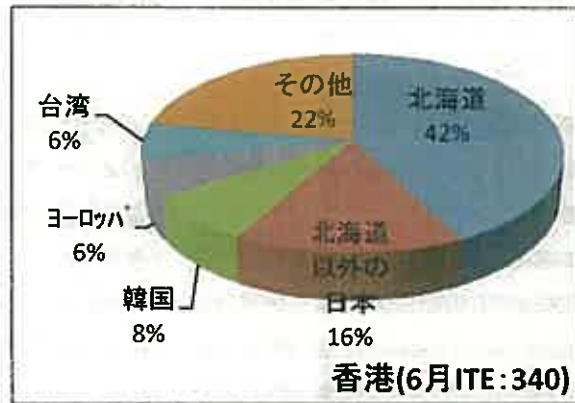
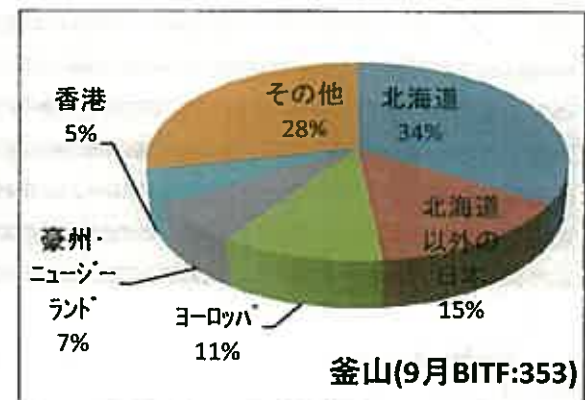
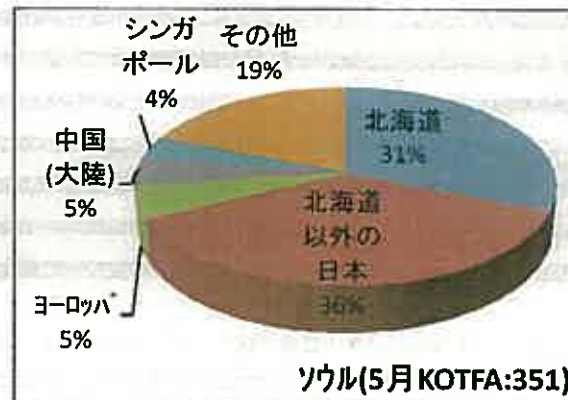
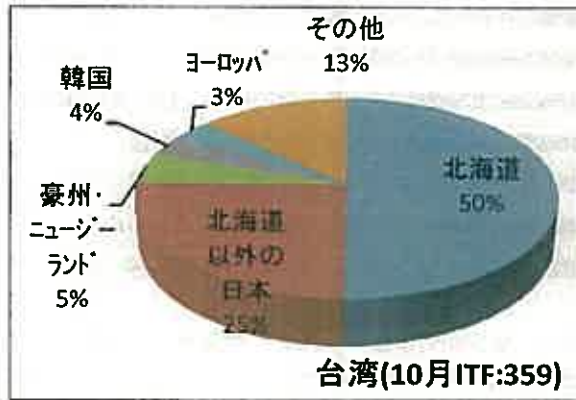
7 代理店教育	海外の旅行会社等（教育機関を含む）の担当者を対象に、訪日ツアーの造成・販売につなげるための説明会等を開催する事業。情報提供や交流を直接の目的とし、訪日ツアーの造成・販売までは目的としない。	○対象市場旅行会社等の担当者の研修として、セミナー等を開催する事業。（ツアーの造成を直接の目的としない。） ○イベント参加の際に現地の旅行会社を訪問する場合などを含む。
81国内広告 82国内メディア 83国内インターネット 84国内印刷物等 85国内イベント 86 国内教育研修	日本国内の旅行関係者、一般の人を対象にした意識啓発事業。外国人観光客の受入体制を充実させることを目的とする。	○国民向けの広告、報道、情報提供を目的とすること。 ○国内観光関係者等への情報提供を目的とすること。 ○国民・国内観光関連業者等を対象としたイベント、啓発であること。 ※国内で開催された外国人向けのイベントは「6 イベント」とする。



# 平成25年度に出展した旅行博アンケートにおける各市場の傾向

Q. 今、最も行きたい場所はどこですか？（複数回答） 【各市場BEST5】

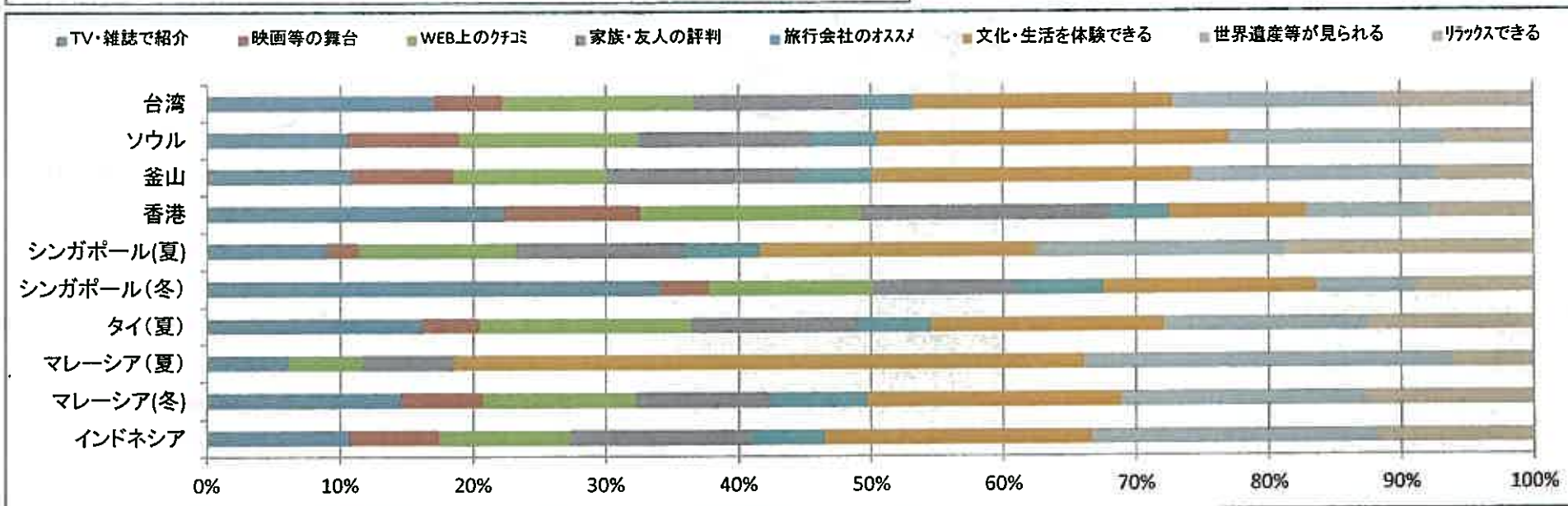
(別紙5)



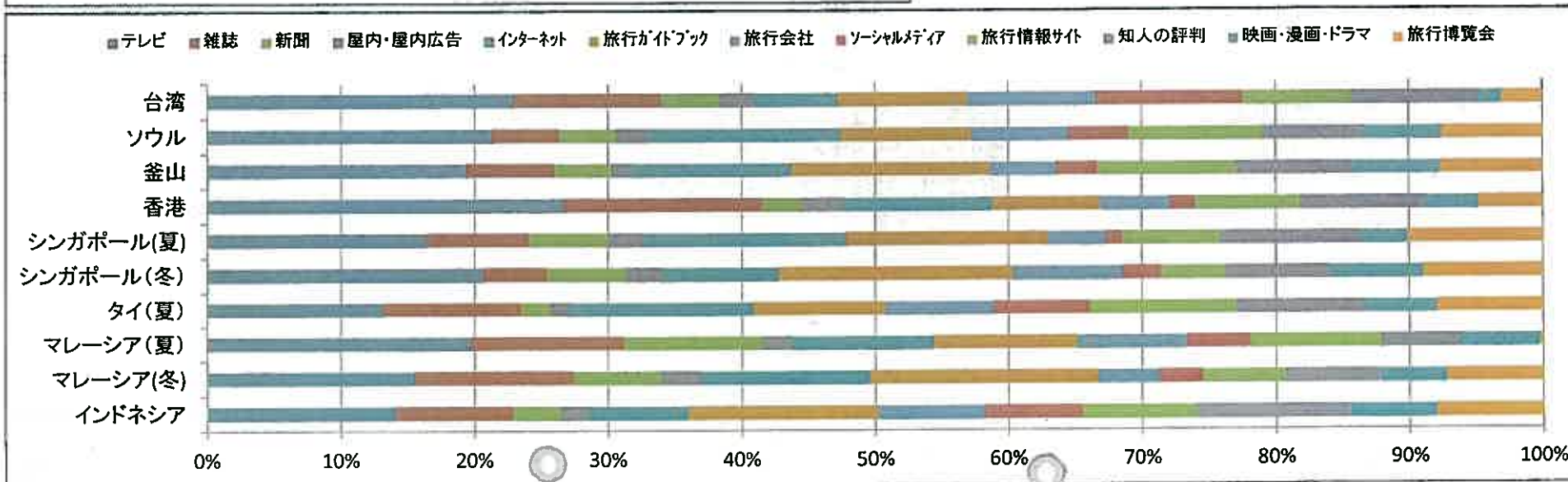
※市場名末尾の数値はアンケートの母数。シンガポール、タイ、マレーシアについては、夏・冬開催分を合算した。

# 平成25年度に出展した旅行博アンケートにおける各市場の傾向

## Q. 「行先(国)」を決める際に優先することは？ (複数回答)



## Q. 「行先(国)」を決める際に影響を与えたものは？ (複数回答)

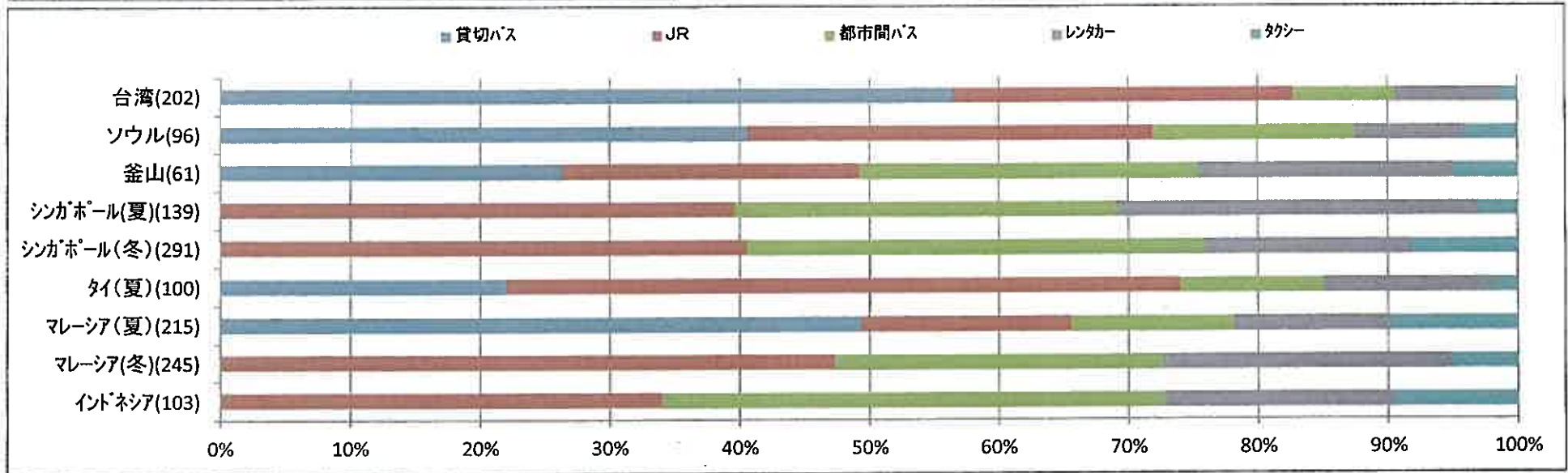




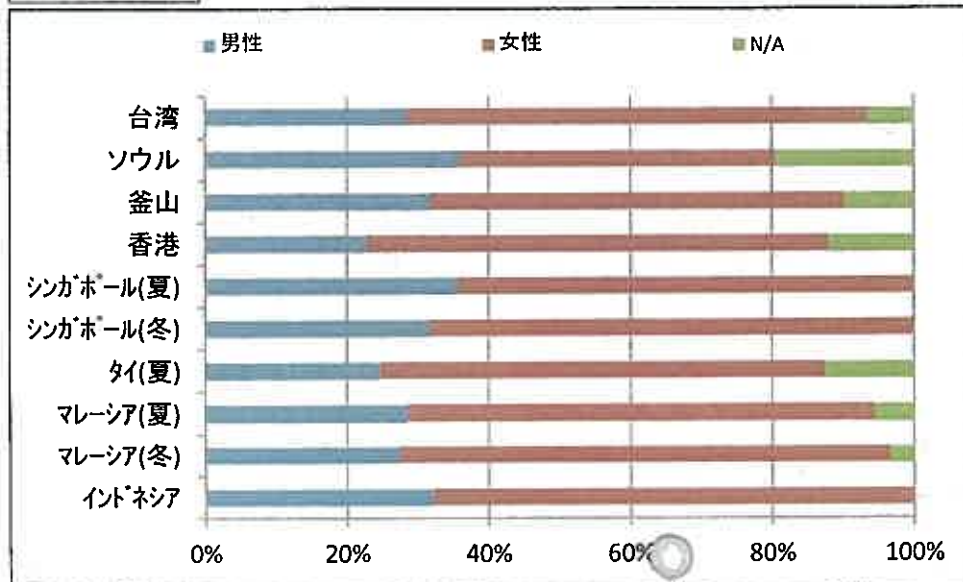
# 平成25年度に出展した旅行博アンケートにおける各市場の傾向

## Q. (来道経験者のみ)北海道内で利用した交通手段

※シンガポール(夏)(冬)、マレーシア(冬)、インドネシアは、貸切バスの選択肢が設定されていない。



## Q. 性別



## Q. 年齢

