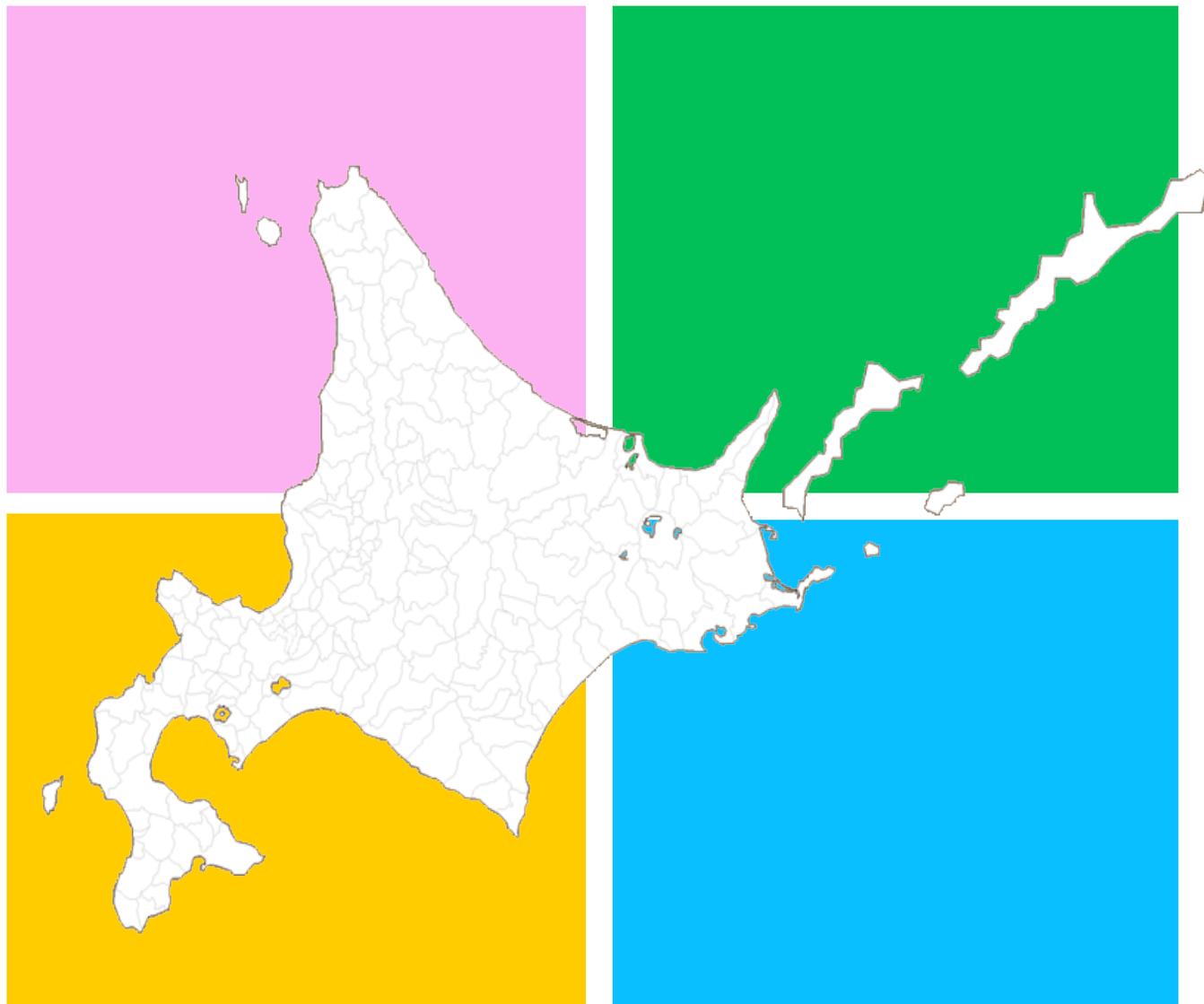


公益社団法人

北海道観光振興機構

Hokkaido Tourism Organization



## 第2期中期事業計画

(2013～2017年度)



こころにくる旅。

キュンと

北海道

HOKKAIDO

## ＝はじめに＝

社団法人 北海道観光振興機構は、基本理念として「各界の力を結集」、「機動性と専門性をもった組織」、「民間主導」の3本柱を掲げ、平成20年4月1日に発足して以降、同年12月に策定した中期事業計画に基づき、国内外からの観光客の誘致をはじめ、観光メニューの多様化・充実による滞在消費額の拡大や満足度を高めるサービス・商品の提供など、本道の観光振興に向けた広範な取組を積極的に展開してきました。

この5年間を顧みますと、北海道洞爺湖サミットや日本APEC貿易担当大臣会合が開催され、世界に向けて北海道の観光や食の魅力を発信することができたほか、本道と韓国ソウル特別市との友好交流協定が締結され、観光面での相互交流を深める契機ともなりました。しかし、原油等の高騰や世界金融危機による長引く景気の低迷、新型インフルエンザの流行などが本道観光にも影響を及ぼし、さらに、平成23年3月に発生した東日本大震災は、我が国の経済社会全体に未曾有の事態を引き起こしたことから、本道においても、外国人観光客が激減し、未だに一部の国では、放射能汚染の懸念により、本格的な回復には至っておらず、円高の影響がこれに輪をかけているといった状況にあります。

最近では、我が国と中国との間で、尖閣諸島の領有権を巡る問題が表面化し、これにより訪日旅行の取りやめ、旅行先の他国への振り替えが拡大しており、本道観光にとっても大きな影を落としています。こうした時にこそ、観光を通じた交流の促進に積極的に努めていかなければなりません。

一方、本道観光にとって追い風となる新たな動きも生まれています。大手航空会社に加えてLCCの相次ぐ新規就航による路線の充実や、タイをはじめとした海外からの定期便の就航は、誘客促進にプラスの効果をもたらしています。また、北海道新幹線の平成27年度末の新函館（仮称）の開業、さらに、平成24年6月に札幌までの着工が認可されたことは、これからの本道観光に大きなインパクトを与えることから、その効果を最大限に活かすとともに、これを契機に、本道と東北とをひとつの広域観光圏として、魅力と価値を高める取組を進め、国内外に広くアピールしていくことが重要です。

本道経済は依然として厳しい状況にありますが、産業の裾野が広い「観光」は、経済波及効果が高く、雇用の創出に資するとともに、地域を支える役割も担っていることから、本道経済を牽引するリーディング産業として、さらなる発展を目指していくことが必要です。当機構は、平成25年4月に公益社団法人へと移行しますが、公益性の高い、より開かれた組織として、国や北海道、市町村、業界団体等と連携・協働しながら、民間ならではの英知と資源を活用して、観光振興の取組における中核的な役割を果たすよう積極的な活動を展開してまいりますので、関係各位のご理解とご支援、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

平成25年4月1日  
坂本 眞一

## ＝目 次＝

P 1～ 2

### 基本理念と行動指針

#### 第2期中期事業計画の策定にあたって

- 1 本道観光を取り巻く現状と課題
- 2 本計画の推進に当たっての基本的な考え方
- 3 取組みの視点と5つの機能
- 4 取組みの柱
  - I 国内からの誘客促進
  - II 北海道新幹線開業効果の最大化
  - III 海外からの誘客促進
  - IV 情報発信
  - V 組織力の強化
- 5 重点項目
- 6 取組み期間

P 3

#### 平成29年度へ向けた目標

- 1 定性目標
- 2 定量目標

P 4～ 5

#### I 国内からの誘客促進

- 1 魅力ある観光地づくり
- 2 効果的なプロモーションの展開
- 3 おもてなし・満足度向上への取組み
- 4 閑散期対策（道民の道内旅行促進など）
- 5 多様な旅行スタイルの提案

P 6

#### II 北海道新幹線開業効果の最大化

- 1 北海道や地域等と連携した展開
- 2 地域の取組への支援と北海道全体の気運の醸成等
- 2 首都圏・東北新幹線沿線でのプロモーションの展開

P 7

#### III 海外からの誘客促進

- 1 受入態勢の整備促進
- 2 市場別のプロモーションの展開

P 8

#### IV 情報発信

- 1 国内外の旅行者の視点に立った情報提供
- 2 マスコミへの恒常的な情報発信
- 3 時代に合ったコミュニケーション技術・ツールの活用

P 9

#### V 組織力の強化

- 1 地域や業界等との連携
- 2 会員メリットの充実化と会員の維持・拡大
- 3 自主財源の拡充
- 4 国・道などへの働きかけ
- 5 事務局の強化
- 6 公益化に伴う組織体制の強化

P 10～15

#### 年度別事業概要

P 16

#### 観光データ

## ＝基本理念と行動指針＝

発足当時、基本理念として、「各界の力を結集」、「機動性と専門性をもった組織」、「民間主導」の3本柱を掲げましたが、発足から5年が経過したことから、当機構の目指すべき姿をあらわす新たな基本理念を設定し、3本柱は行動指針とします。

### ■基本理念

道民と一体となって、観光を北海道のリーディング産業に導き、観光で地域を活性化します

### ■行動指針

北海道の地域と産業を牽引する観光の中核組織としての役割を果たします

- 機動性と専門性を発揮します
- 各界の力を結集します
- 民間の英知と資源を活用します

#### ※定款上の目的

この法人は、北海道の観光振興推進の中核機能を担い、関係機関・団体・企業・地域の知恵と資源を結集し、観光事業の振興並びに地域の活性化を図り、北海道民の生活、文化の向上並びに経済の発展、及び国際交流に寄与することを目的とする。

## ＝第2期中期事業計画の策定にあたって＝

### 1 本道観光を取り巻く現状と課題

#### (1) 現 状

ここ10年間の観光入込客数（実人数）をみると、平成14年度に5,009万人であったものが、これ以降、概ね減少傾向となり、平成23年度では4,612万人となっています。また、外国人観光客数（実人数）は、概ね増加の傾向にあります。

- 人口の減少や少子高齢化の進展、若者の旅行離れ、景気の低迷などが本道観光にも影響を及ぼしている状況
- 年間の入込客数（延べ人数）の半分は、夏季（6月～9月）に集中
- 外国人観光客数（実人数）の80%以上はアジア地域からの入込客
- インバウンドにおける国際間、国内他地域との競争の激化

#### (2) 課 題

国内の観光需要を獲得するとともに、旅行回数、旅行人数、滞在日数の増大を目指していくことが重要です。また、海外に向けては、それぞれの市場に応じたアプローチやカントリーリスクへの考慮が必要です。

- 今後、人口減少が進展する中、観光による交流人口の拡大を通じた地域の活性化
- 観光素材の開発や二次交通の整備などによる観光地づくりをはじめ、滞在型観光の促進や観光客の満足度の向上、閑散期に旅行を促す仕掛けづくり
- アジアや欧米などにおける市場の成熟度やニーズを的確に捉えたプロモーション活動と受入環境の整備促進
- 多様化する旅行形態に対応し、旅行者の視点に立った情報の提供

## 2 本計画の推進に当たっての基本的な考え方

本計画を推進する上で、資金・人員の面で限りのある当機構が担う役割にはおのずと限度があります。このため、本道観光を支える関係者と認識を共有しながら一体となって取組むことを基本とし、関係者の英知と資源を結集することにより、「観光」を本道におけるリーディング産業へと導きます。

## 3 取組みの視点と5つの機能

本計画の取組みに当たっては、次の3つの視点を重視しながら進めます。

- 「つくる」＝北海道観光戦略の推進機能・プロデュース機能  
北海道らしさ・地域らしさを活かした観光地をつくる
- 「つなげる」＝コーディネート機能・地域支援機能  
観光振興を通じて国・自治体と民間、地域と地域、観光に携わる人と人をつなげる
- 「つたえる」＝プロモーション機能  
北海道の個性・魅力を世界へ広くつたえる

## 4 取組みの柱

本計画における事業施策・組織の基盤整備は、次の5本柱で構成します。

- I 国内からの誘客促進
- II 北海道新幹線開業効果の最大化
- III 海外からの誘客促進
- IV 情報発信
- V 組織力の強化

## 5 重点項目

取組みの柱の中で、特に次の3項目を重点項目と位置付けて展開することとします。

- 地域と連携した二次交通の整備促進
- 北海道新幹線効果の活用と波及
- 東北との連携・協働の推進

## 6 取組み期間

本計画の取組み期間は、平成25年度から平成29年度までの5年間とします。  
なお、この期間中に大きな経済社会情勢の変化などがあった場合には、必要に応じて本計画を見直すこととします。

## ＝平成29年度へ向けた目標＝

### 1 定性目標

- 北海道の財産を活かした滞在型の広域観光を開発します
- 北海道新幹線開業の来道者を北海道全域に拡大させ、開業効果の最大化を実現します
- 成長が著しく今後來道が見込まれる東・南アジアをはじめとした世界各国からの誘客を促進します
- 最先端の情報技術を駆使し、北海道の魅力を世界へ伝えます
- 観光振興の中核組織として、あらゆる関係者と連携します

### 2 定量目標

道の「北海道観光のくにつくり行動計画」・「北海道外客来訪促進計画」で設定されている目標が達成されるよう当機構として協力していきます。

#### ○量的目標

項目	目標	現状
観光入込客数※	6,600万人	5,127万人(H22)
うち道内観光客※	5,600万人	4,532万人(H22)
うち道外観光客※	1,000万人	595万人(H22)
外国人の来道者数※	120万人	74万人(H22)
道外観光客の平均宿泊数	2.8泊	2.5泊(H22)
訪日外国人客数における来道外国人のシェア	10%	8.9%(H23)
全国の外国人延べ宿泊者における北海道シェア	10%	8.6%(H23)
観光消費額(道内客1日あたり)	14,000円	13,271円(H22)
(道外客1日あたり)	74,000円	69,670円(H22)
(外国人1日あたり)	155,000円	122,128円(H22)

※H23の観光入込客数は、東日本大震災による影響が大きいため、基準としていません。

#### ○質的目標

項目	目標	現状
道内観光客が食事において満足したとする割合	80.0%	74.9%(H23)
道外観光客が食事において満足したとする割合	85.0%	84.4%(H23)
道内観光客が接客サービスにおいて満足したとする割合	80.0%	64.3%(H23)
道外内観光客が接客サービスにおいて満足したとする割合	80.0%	72.3%(H23)
道外観光客のリピーターの割合(5回以上来道)	50.0%	42.5%(H23)
体験型観光を目的として訪れる道外観光客の割合	8.0%	6.4%(H23)
来道外国人が、観光・旅行に対して「とても満足した」と思う割合	50.0%	37.2%(H23)
来道外国人が、北海道に「また必ず来たい」と思う割合	60.0%	44.0%(H23)

## ○「食と観光」など地域の観光素材の開発と支援の充実

- ・ 地元の旬の食材、伝統的な郷土料理、新たな食メニューづくりなど食をテーマとした新たな旅行商品の創出
- ・ 地域の自然、四季、温泉、風土等を活かした価値の高い観光素材の開発
- ・ 農林水産業、食品加工業など異業種と地域の観光関係団体等とを連携させた観光素材の開発
- ・ 北海道遺産やシーニックバイウェイ、北海道ガーデン街道などテーマ性・物語性のある顧客動向に即した新たな広域観光ルートの開発

## ○二次交通の整備など受入態勢の整備と観光案内機能の拡充

- ・ 二次交通の整備及び公共交通機関と連携した試験運行による新たな旅行商品の創出
- ・ 「北海道さっぽろ食と観光の情報館」、道内の「ツーリストインフォメーション（観光案内所）」・「道の駅」などとの連携による観光案内機能の拡充

## ○運輸事業者・旅行会社との連携強化

- ・ 北海道新幹線新函館（仮称）開業に備えた地域の受入態勢への支援
- ・ 新たな観光ルートの開発に基づいた発地観光関係者への情報提供の強化
- ・ 需要喚起を目的とした航空会社や旅行会社とのタイアップキャンペーンの拡充
- ・ 格安航空会社（LCC）の就航による新規客層獲得へ向けたプロモーションの実施

## ○滞在型観光促進のための各種取組みの強化

- ・ 着地型観光メニューの再構築及び地域住民との交流の場の拡大

## 2 効果的なプロモーションの展開

## ○大都市圏等でのプロモーション方法の改善

- ・ エンドユーザー（特に個人客）への誘客を目的とした各種イベント内容の見直し
- ・ マスメディアのパブリシティを有効活用した北海道観光の認知度向上

## ○東北新幹線沿線でのプロモーションの実施と東北観光推進機構との連携

- ・ 北関東・東北地区での集中的なプロモーションの実施
- ・ 東北観光推進機構をはじめとした東北関係者と一体となった取組みの推進
- ・ 修学旅行の積極的な誘致

## ○各事業単位の効果測定の検討

- ・ 事業実施における評価制度の導入（PDCAサイクル）の検討

### 3 おもてなし・満足度向上への取り組み

#### ○道民のホスピタリティ向上へ向けた取り組み

- ・子供の頃からの観光教育（旅育）の普及啓蒙（自然環境、アイヌ文化、歴史など）
- ・地域に密着した観光人材・観光リーダーの発掘と各種研修プログラムによる育成
- ・道内観光従事者への継続的な接遇研修の実施

#### ○北海道観光おもてなしタクシー乗務員認定制度の普及啓蒙

### 4 閑散期対策（道民の道内旅行促進など）

#### ○閑散期対策による観光の通年化促進と観光消費額の拡大

- ・閑散期とされる春から初夏、晩秋から初冬にかけての道民の道内旅行の促進強化（道民の道内旅行を1泊2日から2泊3日へ（もう一步遠く、もう1泊!））
- ・新たな魅力あるイベント・優待特典（グループ割引）等の創出による観光消費額の拡大

### 5 多様な旅行スタイルの提案

#### ○アウトドアを中心とした体験観光の利用促進

- ・教育旅行の受入定着促進に向けた取り組みと新たなモデルルートの提案
- ・スキーや流氷観光を代表する雪・氷などの自然環境の利活用による旅行の再提案

#### ○スポーツ・文化・芸術などと連携した取り組み

- ・野球やサッカー等の各種スポーツ、アイヌ文化などの文化、歴史、美術館や博物館などと連携した誘客

## 1 北海道や地域等と連携した展開

○ミッシングリンクの早期解消へ向けた国への働きかけなど交通基盤の早期整備等

- ・新函館（仮称）開業時に開通が間に合わない状況にある高速自動車国道（新駅～大沼公園IC間、新駅～函館空港・湯の川温泉間）などのミッシングリンクの早期解消に向けた国への働きかけ

○平成24年11月に北海道が策定した「新幹線カウンドダウン・プログラム」との連携

- ・今後、北海道が設立する官民連携の推進組織への参画と積極的な関与
- ・地域や他の業界等と連携した取組みの推進

## 2 地域の取組みへの支援と北海道全体の気運の醸成等

○観光開発と二次交通の整備促進への支援と効果の最大化

- ・北海道新幹線新函館（仮称）開業に備えた地域での受入態勢の支援（再掲）
- ・地域の観光ルート開発や二次交通の整備促進への支援
- ・開業効果を道央・道東・道北へ波及させるための積極的な取組み（開業後、予測される課題等の整理と解決へ向けた取組み）
- ・バスをはじめとした二次交通の整備促進へ向けた各交通事業者との連携

○北海道全体の気運醸成等の啓蒙活動

- ・札幌までの早期完成につながる気運の醸成等の啓蒙活動の実施

## 3 首都圏・東北新幹線沿線でのプロモーションの展開

○大都市圏等でのプロモーション方法の改善（再掲）

- ・エンドユーザー（特に個人客）への誘客を目的とした各種イベントの見直し
- ・マスメディアのパブリシティを有効活用した北海道観光の認知度向上

○東北新幹線沿線でのプロモーションの実施と東北観光推進機構との連携（再掲）

- ・北関東・東北地区での集中的なプロモーションの実施
- ・東北観光推進機構をはじめとした東北関係者と一体となった取組みの推進

○開業後の「デスティネーションキャンペーン（DC）」実施へ向けた取組み

- ・北海道のみならず、青森県をはじめとした東北地域とまたがるエリアでの実施の検討

## 1 受入態勢の整備促進

## ○情報の整理

- ・ 外国語ウェブサイトの内容充実
- ・ F I T<sup>\*1</sup>向けに、二次交通に関する情報の整理及び発信

## ○各種受入態勢の整備促進

- ・ 外国人観光客が利用可能な通信環境（W i f i等の無線LAN）の整備促進
- ・ 言語・文化・宗教（通訳ガイド、案内板、ムスリム関係（食事・礼拝等））の対応による安心のできる受入態勢の整備促進
- ・ 教育旅行に対応した受入態勢整備

## 2 市場別のプロモーションの展開

○主要市場（台湾・中国・韓国・香港・シンガポール）  
～旅行市場の成熟化、旅行形態の変化に対応した取組み～

- ・ 多様化するニーズに対応した情報の整理及び発信  
（海外マスメディア、SNS、国際旅行博の活用）
- ・ 北海道ブランドイメージを継続させるための新たな情報の発信
- ・ ターゲットに合わせたモデルルートの提案

○今後期待されるアジア地域（タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム・インド等）  
～成長市場及び新市場開拓に向けた取組み～

- ・ 北海道ブームを定着させるため各種プロモーションの展開  
（海外マスメディア、SNS、国際旅行博の活用）
- ・ 北海道ブランドイメージ認知のための各種宣伝、提案

## ○豪州・欧米市場

～北海道が世界に誇るパウダースノー等、北海道ブランド確立に向けた取組み～

- ・ 道内観光関係者（スノースポーツ関連組織等）と協働したプロモーションを展開

## ○共通事項

- ・ 外国人観光客の心配・不安の軽減及び滞在中のサポートを目的とした情報の発信
- ・ ラグジュアリーマーケットに向けた情報の発信
- ・ インセンティブツアー誘致に向けた情報の発信
- ・ 特定の目的を有する新規顧客層の需要喚起
- ・ 公共交通機関等を利用したモデルルートの提案
- ・ 国や関係者と協働したオール北海道の態勢づくり

\*1 F I T（エフアイティアー）

Foreign Independent Tourの略。海外個人旅行のこと。Free Individual (Independent) Traveler の意味もある。FITという言葉が浸透したのは、海外旅行者数が急増した90年代初めごろからと言われている。

## 1 国内外の旅行者の視点に立った情報提供

- おすすめ情報
  - ・モデルコースや特定の趣味趣向を盛り込んだプラン等、旅行者の希望や期待を踏まえた情報
- 多様な旅行スタイルに合った情報
  - ・着地型、滞在型、ニューツーリズム、テーマ観光などに関連した情報
- 二次交通情報
  - ・北海道新幹線の開業や格安航空会社（LCC）の就航により期待される新規客層を幅広い地域へ拡散させるための道内アクセス情報
- 外国人観光客向けの情報
  - ・異なる環境・文化に対する心配・不安を軽減し、安心して安全な滞在のサポートとなる情報

## 2 マスコミへの恒常的な情報発信

- 話題性の高い情報発信
  - ・テーマ性のある話題やトレンドなど、媒体記事として魅力のある情報発信
- マスコミとの関係強化
  - ・記者会への定期的な参加と各媒体者とのつながりの維持
- 無料パブリシティの獲得
  - ・媒体への編集協力や画像データなどの素材提供を通じた露出の拡大
- 自発的・能動的な情報発信
  - ・プレスリリース、メールマガジン、SNS\*<sup>2</sup>等を活用した自発的かつ詳細な情報発信

## 3 時代に合ったコミュニケーション技術・ツールの活用

- 進化するICTデバイスや技術トレンドへの対応
  - ・スマートフォン対応、SNSやGIS\*<sup>3</sup>機能（位置情報）の活用など
- 画像・動画素材の提供
  - ・北海道の魅力を可視化する画像・動画素材の質と量の充実、提供システムの確立・運用
- 観光PRキャラクター キュンちゃんの活用
  - ・キャラクターの普及、イメージの定着、固定ファンの獲得かつ詳細な情報発信

\*2 SNS（エスエヌエス）

Social Networking Serviceの略。人と人とのつながりを促進・サポートするコミュニティ型のサービス、または、そのサービスを提供するウェブサイト。Facebook、mixi、MySpace、GREEなど。

\*3 GIS（ジーアイエス）

Geographic Information Systemの略。地理情報システム。地図に文字、数字、画像等の情報を加えて表示することで、現在位置周辺の情報を提供すること出来る。

## 1 地域や業界等との連携

## ○地域や他の業界との連携

- ・各事業（前述）と連動を図りながら、地域が主体となった取組への支援や他の業界と連携したプロモーションの実施

## 2 会員メリットの充実化と会員の維持・拡大

## ○メリットの充実化

- ・会員向け情報発信の充実
- ・「数字でみる北海道観光」等統計資料の提供
- ・効果的な会員PRの場の提供

## ○会員の維持・拡大

- ・機構の紹介冊子の作成
- ・会員拡充のための積極的なセールス活動
- ・観光先進地事例の情報共有などを目的とした観光研修会の実施
- ・多様なサポーター制度の検討（個人会員、ファンクラブ等）

## 3 自主財源の拡充

## ○キャラクターグッズのライセンス等収益事業の拡充

## 4 国・道等への働きかけ

## ○国・道等に対する施策・予算に関する要望活動の実施

- ・交通ネットワークの基盤整備、地方航空路線の維持確保等
- ・CIQ体制の拡充、訪日個人観光数次ビザの導入、国際定期航空路線の誘致等
- ・統合リゾート（IR）法案の早期実現等

## ○法定外目的税等への取組み

- ・検討組織の設置による宿泊税等に関する調査・研究と導入へ向けた計画等の策定

## 5 事務局の強化

## ○他機関・団体等との人事交流の検討

- ・道外に出先を有する機関、企業への派遣の検討
- ・物産団体等との交流検討
- ・地域行政等からの出向受入の検討

## ○部外研修受講への支援

- ・国や道、JNTO、日観協等が開催する各種セミナー等への積極的な参加

## 6 公益化に伴う組織体制の強化

## ○理事会の権能強化

- ・予算、決算の決定・承認
- ・会長（代表理事）、副会長・専務理事（業務執行理事）、常務理事の選定

# 平成20年度 事業概要

## ■北海道観光戦略の推進機能 ○中期事業計画の策定

### ■プロモーション推進機能

#### ○ゆとりツーリズム事業

- ・北海道の観光資源の優位性を生かした新たな旅のスタイルを推進
- ・首都圏プロモーションの実施（5月東京、10月東京、大阪）



#### ○地域観光集中キャンペーン

- ・ちょっとエコ旅キャンペーン（9～11月）
- ・洞爺、登別、支笏湖地域

#### ○季節キャンペーン事業

- ・手ぶらでちょいスキー北海道キャンペーン（12～3月）

#### ○宣伝事業

- ・パンフレット、リーフレット、観光カレンダー、外国語パンフレット、外国語マップ、ポスター、絵はがき



- ・会報「観光北海道」の発行

#### ○観光PR催事事業

- ・北海道の物産と観光展の開催と支援
- ・旅フェアへの出展（6月）



#### ○魅力的旅行提案事業

- ・旅行提案説明会の開催（3月静岡）
- ・北海道修学旅行ガイドの作成

#### ○緊急対策事業

- ・世界的な金融危機の中、旅行需要とくに道内客を中心とした誘客促進、宿泊需要を喚起する事業を旅行会社、航空会社12社と共同で実施
- ・「いい810（やど）あたる もうひとたび北海道キャンペーン」の実施

#### ○国際旅行博等の出展

- ・豪州（5月）、韓国・香港（6月）、シンガポール（8月）、中国・台湾・英国（10月）



#### ○観光ミッション派遣事業

- ・タイ・シンガポール（10月）
- ・中国広州市、北京市（11月）

## ■地域支援機能

#### ○地域プロモーション事業（P15参照）

#### ○受入体制事業

- ・北海道観光ボランティア連絡協議会への支援
- ・観光ホスピタリティ運動の普及・啓発
- ・外国人観光客受入研修会（11月札幌）



#### ○地域観光振興事業

- ・観光従事者の接遇研修15件
- ・受入体制整備25件

## ■マーケティング機能

#### ○観光マーケティング事業（大都市圏、団塊世代、修学旅行等）

## ■コーディネート機能

#### ○観光インターネット事業（HPのリニューアル等）



# 平成21年度 事業概要

- **北海道観光戦略の推進機能** ○第1回観光立国北海道アドバイザーボードの開催（3月）
- **プロモーション推進機能**
  - ゆとりツーリズム事業（継続）
    - ・ 首都圏プロモーションの実施（6月東京、大阪、10月東京、11月大阪）
    - ・ ゆとりに関する商品造成支援
  - 地域観光集中キャンペーン
    - ・ マンスリーみなみ北海道グルメマラソンスタンプラリーの開催（7～11月）
    - ・ 南北海道地域内の18市町村
  - 季節キャンペーン事業
    - ・ ほっかほかほっかいどう冬の温泉めぐりキャンペーンの実施（1月～3月）
  - 宣伝事業
    - ・ 観光情報誌「Namarra」の発行／年4回
  - 観光PR催事事業
    - ・ 北海道の物産と観光展の開催と支援
    - ・ 旅フェアへの出展（6月）
  - 道民道内旅行促進キャンペーン事業
    - ・ 泊まる旅、めぐる旅、北海道キャンペーンの実施（6月～11月）
  - 道外観光客誘致特別対策事業
    - ・ 旅行代理店と地域との合同による道外客向けの商品づくりへの支援（旅行会社12社）
  - 観光プロモーション特別対策事業
    - ・ 首都圏の私鉄（8社）の車内中吊り広告に秋のイメージポスターの掲出
  - 国際旅行博等の出展
    - ・ 台湾（4月）、豪州（5月）、韓国・香港・中国（6月）、シンガポール（8月）、韓国（9月）、台湾・英国（10月）
  - 観光ミッション派遣事業
    - ・ 中国上海、広州、深せんほか（10月）
  - 「宝の蔵・北海道」国際観光新市場開拓促進事業
    - ・ 外国語WEBサイトのリニューアル
    - ・ シンガポール・マレーシアプロモーション（6月）
    - ・ タイプロモーション（11月）
- **地域支援機能**
  - 地域プロモーション事業（P15参照）
  - 受入体制事業
    - ・ 北海道観光ボランティア連絡協議会への支援
    - ・ 観光ホスピタリティ運動の普及・啓発
    - ・ 外国人観光客受入研修会（2月函館）
  - 地域観光振興事業
    - ・ 観光従事者の接遇研修17件、受入体制整備31件
- **マーケティング機能**
  - 観光マーケティング事業（東アジア、中核都市等）
- **コーディネート機能**
  - 観光インターネット事業（会員専用サイト、「旅ログ北海道」の立ち上げ等）





# 平成23年度 事業概要

- 北海道観光戦略の推進機能 ○第3回観光立国北海道アドバイザーボードの開催（3月）
- プロモーション推進機能
  - 宣伝事業 ・観光情報誌「Namarra」の発行／年4回
  - 観光PR催事事業
    - ・北海道の物産と観光展の開催と支援
    - ・旅祭り名古屋2011への出展（3月）
  - 魅力的旅行提案事業
    - ・教育旅行研修会の実施（5月弟子屈・函館、11月札幌）
    - ・北海道体験型観光商談会の実施（11月札幌）
    - ・教育旅行誘致キャラバンの実施（1月首都圏、2月関西圏）
  - 季節キャンペーン事業
    - ・ウインター食ショック！HOKKAIDO（12～3月）
  - 北海道ツーリズム誘客促進事業
    - ・おいでよ！キュンと北海道の実施（10～11月ANA、11～3月JAL）
  - 地域重視・地域支援事業（道内対策）
    - ・ワンダフル北海道の実施（31事業を支援、12～1月）
  - 北海道クール・サマー誘客促進事業（道外対策）
    - ・クール・サマー北海道キャンペーンの実施（7～9月）
  - 北海道観光誘客促進事業（道内対策）
    - ・おでかけラリー北海道の実施（6～9月）
  - 北海道観光ブランド開発促進事業（11事業を支援）
  - 国際旅行博等の出展
    - ・香港（6月）、タイ・シンガポール・中国（8月）、韓国（9月）、台湾（11月）、シンガポール（2月）
    - ・韓国・マレーシア（3月）
  - マスコミ等招へい事業（7ヶ国）
  - 訪日教育旅行受入支援（台湾、中国）
  - 東アジア外国人観光客来道プロモーション事業
    - ・中国～上海事務所開設記念レセプション等
    - ・台湾～北海道観光セミナー・旅行商談会等
    - ・香港～珠江デルタ地区プロモーション等
    - ・シンガポール～北海道観光プロモーション等
    - ・韓国～韓国ソウル観光プロモーション事業（1周年記念事業）、北海道観光商談会等
- 地域支援機能
  - 地域プロモーション事業（P15参照）
  - 受入体制事業
    - ・北海道観光ボランティア連絡協議会への支援
    - ・外国人観光客受入研修会（11月、3月札幌）
  - 地域観光振興事業
    - ・観光従事者の接遇研修12件、受入体制整備46件
- マーケティング機能
  - 観光マーケティング事業（震災に係わる調査等）
- コーディネート機能
  - 観光インターネット事業（ワンストップサービスの更なる充実等）
- その他事業
  - 観光おもてなしタクシー乗務員認定制度（札幌版）事業
  - がんばろう日本応援プロジェクト



# 平成24年度 事業概要

## ■北海道観光戦略の推進機能

○提言・要望活動、各種会議開催

## ■プロモーション推進機能

○宣伝事業

・観光情報誌「Namarra」の発行／年4回

○北海道デスティネーションキャンペーン（7～9月）

○閑散期（春季）道内バス旅行キャンペーン（4～6月）

○長期滞在型観光促進事業（長期滞在モニター、7～9月）

○北海道を旅しようキャンペーン

（おでかけラリー北海道、10～2月）

○季節キャンペーン事業（冬のシンデレラ北海道、12～3月）

○北海道観光商談会開催事業（10月東京）

○魅力的旅行提案事業

・修学旅行誘致事業（誘致キャラバン、研修会、体験型観光商談会）

・旅行提案誘致事業（首都圏記者会、マスコミ招聘）

○教育旅行定着促進事業（受入セミナー、圏域毎の説明会、招へい事業）

○観光PR催事事業

・北海道の物産と観光展の開催と支援

・旅フェア日本への出展（11月東京）

○東アジア旅行商品販売促進事業（台湾、韓国、香港、シンガポール）

・媒体宣伝、北海道旅行販売会、セミナー・商談会、旅行博出展

○海外富裕層誘致推進事業

・富裕層市場向け国際旅行博への出展、ミシュランガイド北海道を活用した情報発信

○東アジア地域インセンティブ旅行誘致推進事業

・中国でのMICE見本市出展、韓国での北海道セールス活動

○北海道観光中国市場拡大創客情報発信・誘客促進事業

・PRツール作製、メディア・旅行代理店招へい

○北海道観光成長市場開拓事業

・タイでの旅行博出展・広告宣伝

○国際旅行博等の出展

・豪州（5月）、韓国・香港（6月）、シンガポール・タイ（8月）、韓国・中国（9月）、台湾（10月）、マレーシア（3月）

○マスコミ等招へい事業（対象8地域）

○訪日教育旅行受入支援

○多彩な媒体宣伝（広告媒体を活用した宣伝）

○広域観光促進地域支援事業（12事業）

○北海道観光ブランド開発促進事業（10事業）

## ■地域支援機能

○地域プロモーション事業（P15参照）

○地域観光振興事業（受入体制整備40件、待遇研修7件）

○受入体制事業

・北海道観光ボランティア連絡協議会への支援

・外国人観光客受入研修会（6・11・1～2月・道内6ヶ所）

## ■マーケティング機能 各種調査（Wifi現況調査等）

## ■コーディネート事業

○北海道観光地域コーディネート事業（地域意見交換会、各種セミナー開催）

○観光インターネット事業（「北海道ぐるり旅」「Visit Hokkaido」運営）

## ■その他事業 ○観光おもてなしタクシー乗務員認定制度（札幌版）事業



# 平成20～24年度 地域プロモーション事業

## ■道南部会

### ○国内プロモーション

- ・食と観光、東北向け、メディアとのコラボ等

### ○招へい事業

- ・道内外ブロッガー、道外プレス、関西圏青少年等

### ○モニターツアー

- ・道内バス、ロングステイ体験、仙台圏等

### ○宣伝印刷物作成

- ・みなみ北海道パンフレット、イベントポスター等

### ○海外プロモーション

- ・旅行博出展（韓国、台湾、シンガポール、フランス）、ミッション（台湾、中国等）



## ■道中部会

### ○国内プロモーション

- ・春のお祝い、プチリッチの旅、ラジオ局コラボPR

### ○招へい事業、モニターツアー

- ・ブロッガー招へい、ラジオ局とのコラボバスツアー

### ○教育旅行誘致事業

- ・教育旅行関係者招へい、首都圏等での教育旅行誘致商談会・セールス等

### ○宣伝印刷物作成

- ・道央エリアパンフレット、アクセスマップ等

### ○海外プロモーション

- ・旅行博出展（韓国、台湾、マレーシア）、タイ・マレーシア・インドネシア観光プロモーション等



## ■道東部会

### ○国内プロモーション

- ・道外及び札幌圏での観光素材説明会、道内中学校教育旅行説明会等

### ○宣伝印刷物作成

- ・ひがし北海道マップ、エクスプレスバスパンフレット等

### ○雑誌広告宣伝

### ○海外プロモーション

- ・商談会・セールスコール（台湾、香港、韓国、タイ、中国）、招へい（台湾、香港、中国）等



## ■道北部会

### ○国内プロモーション

- ・首都圏・関西圏トップセールス等

### ○受入整備

- ・シャトルバス運行

### ○雑誌広告宣伝

### ○海外プロモーション

- ・トップセールス（中国、韓国、台湾、シンガポール、タイ、マレーシア）、旅行エージェント招へい（台湾、韓国、中国）等

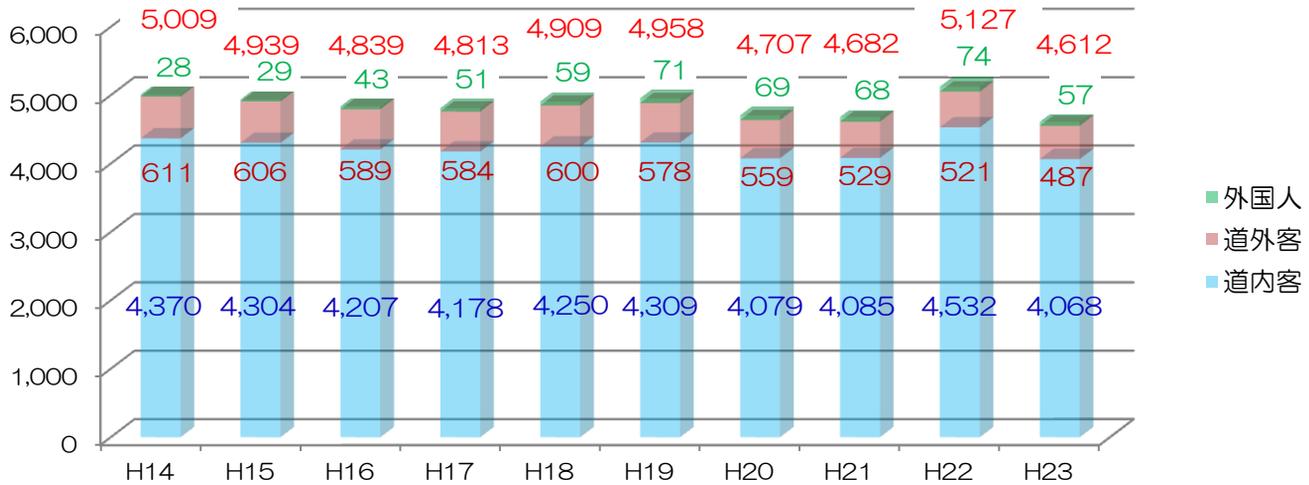


# 観光データ

## ■観光入込客数（実人数）

平成22年に5,127万人であったが、ここ10年間では、平成14年度以降、減少傾向となっている。

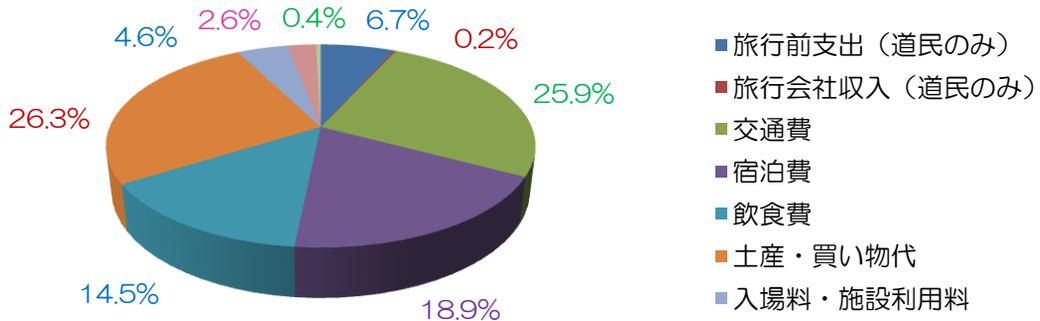
（出展：北海道観光入込客数報告書、平成22年度から新算定方式により調査）（単位：万人）



## ■総観光消費額

総観光消費額は1兆2,992億円で、土産・買い物代3,413億円、交通費3,359億円、宿泊費2,456億円、飲食費1,886億円の順となっている。

（出展：第5回北海道観光産業経済効果調査）



## ■観光入込客数（実人数）と総観光消費額の内訳

観光入込客数（実人数）に占める道外客と外国人観光客の割合は約12%であるが、総観光消費額では約44%となっており、道外客と外国人観光客の観光消費額単価が高い。

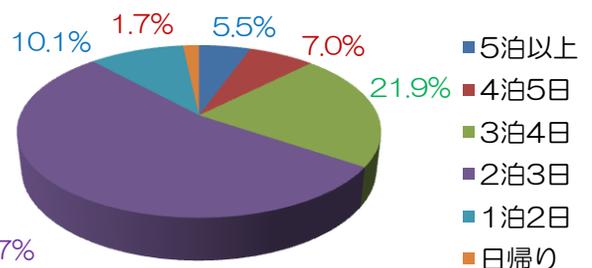
（出展：北海道観光入込客数報告書、第5回北海道観光産業経済効果調査）



## ■道外客の旅行日程

最も多いのが2泊で53.7%、次いで、3泊21.9%、平均宿泊数は、2.5泊となっている（日帰りを除く）。

（出展：第5回北海道観光産業経済効果調査）





## 北海道観光振興機構

公益社団法人 北海道観光振興機構

〒060-0004 札幌市中央区北4条西4丁目1 伊藤加藤ビル6階

TEL 011-231-0941

FAX 011-232-5064

URL <http://www.visit-hokkaido.jp/>