

---

社団法人北海道観光振興機構

# 中期事業計画

平成20年12月

社団法人北海道観光振興機構

連携&競争。そして、創客へ。

 観光機構



---

## はじめに

北海道観光振興機構は、平成20年4月1日に北海道の観光振興の中核組織として北海道観光連盟の改組により発足致しました。

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本の柱を掲げております。

このたび、新たに拡充された機能である「北海道観光戦略の推進機能」に基づき、北海道観光を見据えた中期事業計画を策定いたしました。

当計画は、今後5年間の北海道観光の振興において、観光機構の果たすべき役割と基盤強化策をまとめあげた構成となっております。

しかしながら諸環境が激変する時代でもあり、中間期にあたる平成22年度末には、事業計画の見直しを図る予定でおります。

観光機構のキャッチフレーズ「連携&競争。そして、創客へ。」を目指し、オール北海道の連携の下、観光振興への取り組みを積極的に推進するよう努めてまいりますので、関係各位のご理解とご支援をよろしくお願い申し上げます。

---

---

## 目 次

中期事業計画策定の視点	1
北海道における観光客数の推移について	3
中期事業計画の概要	4
. 交流人口の拡大	5
. 旅行時（宿泊・日帰り）滞在消費額の拡大	7
. 満足度を高めるサービス・商品の提供	8
. 情報発信力の強化	10
. 観光機構の体制強化	11
参考資料	12

---

## 1. 「事業施策」と「観光機構の基盤整備」の5つの柱

本計画は、本年4月の観光機構発足以降、政策委員会において、北海道観光の振興に向け、当機構の進むべき方向性と役割を議論し取りまとめたものです。

この計画では、オール北海道の観光関係者と連携・協力し、北海道経済の活性化に向けて観光消費額・生産波及効果の拡大を目指しています。

また、本計画は、「事業施策」の分野では3つの柱、「基盤整備」の分野で2つの柱の合計5本の柱を次のとおり設定し、それぞれの柱において相乗効果を高めた事業推進を図りつつ、観光振興の中核を担う当機構の組織強化を進めてまいります。

### (1) 「事業施策」の3本柱

一段と進む人口減少による生産・消費・納税額が縮小する環境下において、北海道経済の活性化を維持するための「交流人口の拡大」に向けた取組。

宿泊数の拡大や、観光及び関連産業との連携による観光メニューの充実・強化を図ることで、「旅行時の滞在消費額の拡大」に向けた取組。

個人化傾向の進展など、旅行形態の変化や多様化する旅行者のニーズを把握し、「満足度を高めるサービス・商品の提供」に向けた取組。

### (2) 「観光機構の基盤整備」の2本柱

ホームページ等を積極的に活用して、国内外の増加する個人旅行者に対応し得る「情報発信力の強化」に向けた取組。

専門性を持った当機構としての役割を果たすため、道内外の観光関連機関との連携や会員に対する更なる貢献を目指した事業運営など「観光機構の体制強化」に向けた取組。

本計画では、それぞれの柱ごとに、「短期」を22年度まで、「中期」を24年度までの期間において当機構が主体的に取り組むポイントを取りまとめました。

## 2．数値目標の設定

本計画の目標は、観光消費額・生産波及効果の拡大を目指し、観光入込客数など単なる人数だけではなく、宿泊数の拡大、各種体験メニューやお土産品の充実及び満足度を高める質の高いサービスの提供による消費拡大を図ることとしております。

また、消費額拡大につながるより身近な数値として、「人泊数」をサブ目標に据え、四半期ごとの実績トレースを行うこととしています。

## 3．当機構の役割について

事業施策の3本柱に掲げた各項目については、北海道の観光振興を図るため、当機構が取り組む事柄を優先順に整理しています。

なかでも、マーケット開拓方針として、多額の観光消費と閑散期対策が期待できる海外マーケットを最重要ターゲットとするとともに、各国の北海道への旅行成熟度を考慮し、関係者と連携を図りながら、当機構が先導的・先駆的にプロモーションを展開してまいります。

また、道外からの誘客は当機構のメインテーマであり、ターゲットを絞ったマーケティングを行い、ニーズに応じた誘致施策を展開します。

一方、道民旅行の促進も北海道観光活性化に向けた重要課題の一つであり、この分野の事業施策の展開には、道内各地の観光関係者と連携を図り、関係者相互が各種事業を相乗的に進めていく体制づくりを行ってまいります。

## 4．アクションプランの策定

当機構では本計画に基づき、各年度の事業計画を企画し、実行していくとともに、平成24年までの「アクションプラン」づくりを進めてまいります。当機構が実施する事業範囲は人的・資金的に限りがあります。

そのため、この計画のうち、当機構が担えない事業分野については、関係者と連携を密にし、調整を図りつつ事業を展開するなど、観光を支える幅広い事業プレーヤーの力を結集したオール北海道のアクションプランの実践を進めてまいります。

## 北海道における観光客数の推移について

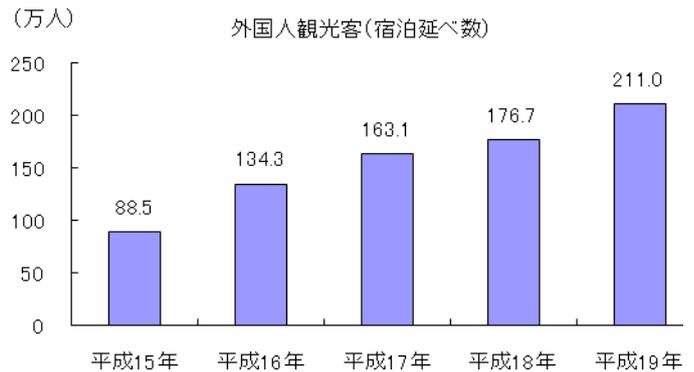
本計画の目標値は、観光消費額・生産波及効果により定めていますが、これらを向上させるためには、観光客数と消費額の増加が必要です。このうち、観光客数については、人泊数をサブ目標値として定めていますが、外国人客、道外客、道内客の推移について以下にまとめます。

本計画の中では、観光客数の目標基準値として「平成19年宿泊旅行統計調査」(国土交通省)を用いていますが、ここでは過去からの推移を見るために「北海道観光入込客数調査報告書」の数値を用いています。

### 外国人客の推移

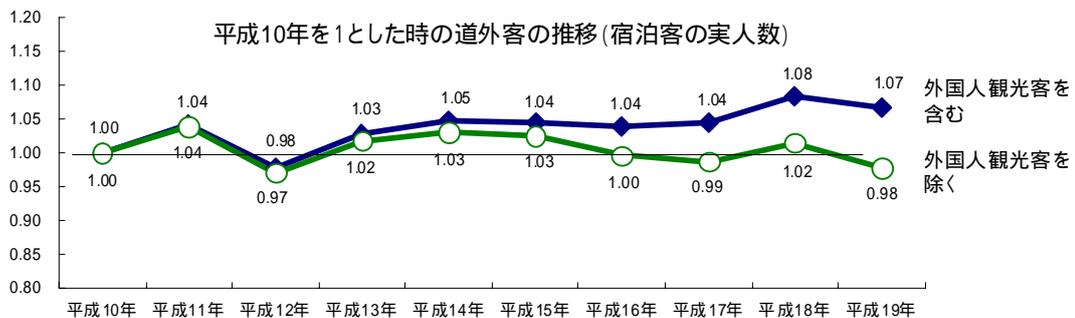
外国人客については、国が進めているVJ C(ビジット・ジャパン・キャンペーン)の成果や昨今のアジアにおける北海道旅行人気などにより順調な増加を見せています。

北海道観光入込客数調査報告書によると、平成19年度に北海道を訪れた外国人客は宿泊延べ数で211.0万人泊となっており、平成15年度と比較すると5年間で約2.4倍となっています。



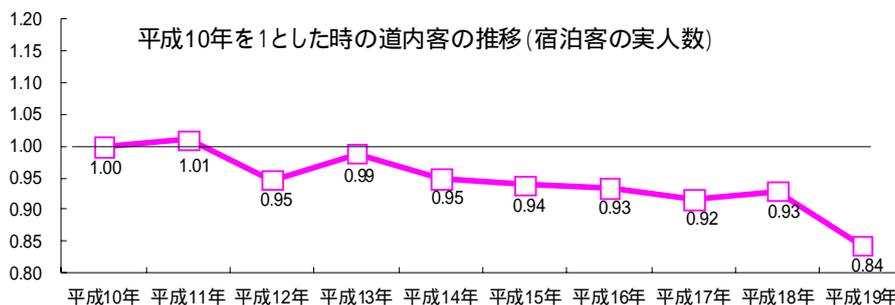
### 道外客の推移

道外客(外国人客を除く。)の宿泊客数は、平成10年度を1とすると、有珠山噴火の影響により平成12年度に減少(0.97)し、その後は一回復したものの、ゆるやかな減少傾向が続き、平成19年度は、0.98となっています。なお、増加を続けている外国人客を含む道外客全体をみると、平成19年度は、1.07と伸びています。



### 道内客の推移

道内客の推移を見ると、有珠山噴火があった平成12年度に減少し、以降、平成10年度の水準を回復することができないまま減少を続け、平成19年度には0.84に低下しています。



## 中期事業計画の概要

計画期間：平成 20～24 年度

計画のねらい：国の「観光立国推進基本計画」・「北海道総合開発計画」、道の「北海道長期総合計画」・「北海道観光のくにつくり行動計画」を踏まえつつ、北海道における観光産業の現状と課題を整理し、北海道観光振興機構の位置づけ・役割を認識した上で、観光機構としての数値目標を掲げ、これを達成するため、果たすべき役割と取り組むべき事業を明記した計画とする。

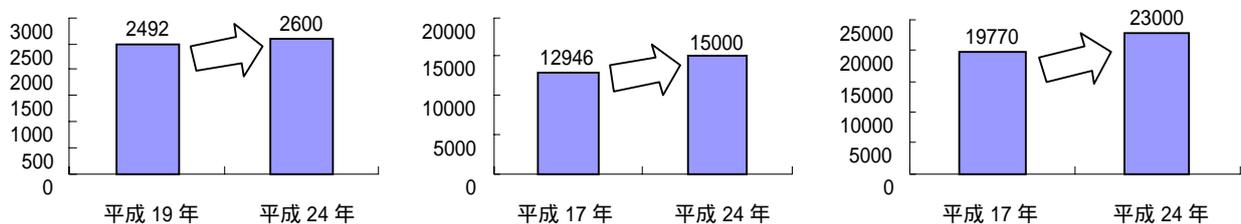
目標：観光消費額 1兆5,000億円、生産波及効果 2兆3,000億円

(サブ目標：宿泊人泊数 2,600万人泊) 居住地不詳100万人を含む

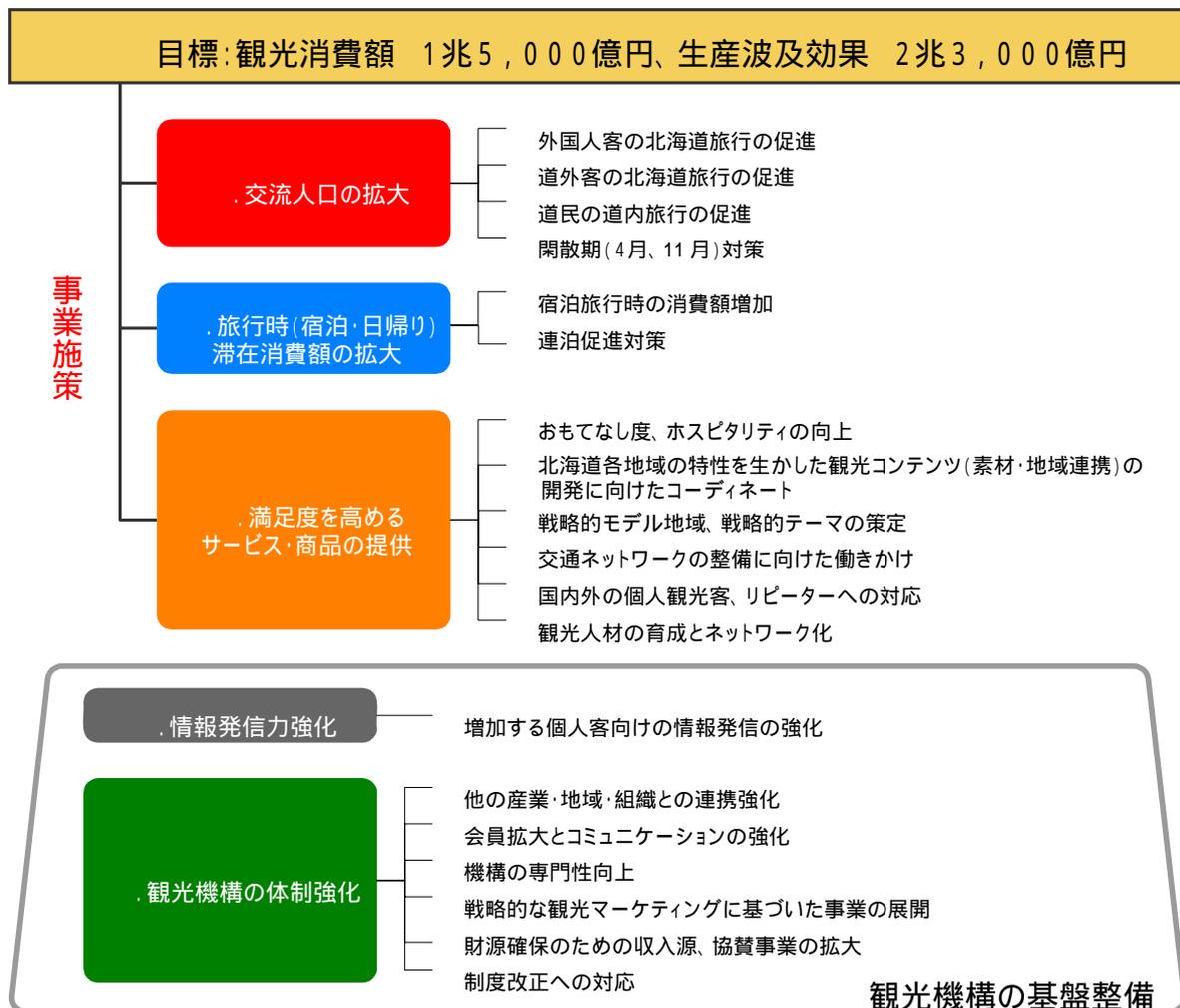
【宿泊人泊数 100万人アップ】

【観光消費額 2000億円アップ】

【生産波及効果 3000億円アップ】



計画の体系図



## 交流人口の拡大

### 外国人客の北海道旅行の促進

～東アジアを中心にした海外からの集客促進

#### 【現状と課題】

- ・平成 19 年度外国人客の来道宿泊者数（延べ人数）は、対前年比 19% 増加<sup>\*1</sup>
- ・北海道洞爺湖サミット開催効果への期待
- ・中台直行便の影響懸念
- ・2010 年問題（羽田、成田の発着枠の拡大）

Data :

外国人の来道人泊数 186.8 万人泊

（出典：平成 19 年宿泊旅行統計調査）

#### 【目標設定：平成 24 年度】

外国人の来道人泊数 250 万人泊

（主要ターゲット）

台湾	104 万人泊
香港	40 万人泊
韓国	41 万人泊
シンガポール	22 万人泊
中国	12.5 万人泊

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・主なターゲットとして、台湾、香港、中国、韓国、シンガポールの 5 地域を設定
- ・市場調査に基づく戦略的な対象マーケットの拡大
- ・台湾、香港、韓国の FIT 増加への対応（特にレンタカー利用）
- ・中国の富裕層マーケットの開拓
- ・豪州、英国はスキー旅行に特化したプロモーションの展開
- ・海外旅行博の出展方法の見直し（オール北海道の体制づくり、ブースの工夫等）
- ・道内インバウンド関係者との情報共有と連携
- ・インターネット情報の整備（各国対応）
- ・教育旅行誘致の促進

#### 【その他のポイント】

- ・国際コンベンションの誘致

### 道外客の北海道旅行の促進

～大都市圏（東名阪）及び直行便エリアからの集客

#### 【現状と課題】

- ・平成 19 年度の道外客数は、前年度に比べ、3.7% 減少<sup>\*1</sup>
- ・人口減少、少子高齢化、低調な経済成長、物価高
- ・航空路線の休止、減便、小型化
- ・国内、海外観光地との競争激化

Data :

道外客の来道人泊数 1,167 万人泊

（出典：平成 19 年宿泊旅行統計調査）

#### 【目標設定：平成 24 年度】

道外客の来道人泊数 1,250 万人泊

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・主なターゲットは、熟年、ファミリー、ビジネス客・一人旅に設定
- ・熟年向けの「ゆとり」「いやし」等をテーマにしたツーリズムへの支援
- ・小学生以下の子供連れファミリー（あるいは三世代）子供が楽しめる体験メニュー（自然、職業、雪、ナイトツアー）の整備と情報発信
- ・ビジネス客や一人旅にも対応した有益な情報の提供
- ・教育旅行誘致の促進
- ・エコ・ヘルス等のツーリズムの促進
- ・スポーツ・芸術・文化領域との連携
- ・道外観光地と連携したプロモーション活動の実施
- ・「需要創造型」観光キャンペーンの展開

#### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・富裕層マーケット（カード会社やエアラインの上級ステイタス会員等）向けの情報発信

## 道民の道内旅行の促進

### 【現状と課題】

- ・道民の道内旅行者数は伸び悩み<sup>\*1</sup>（平成19年度は、対前年比1.4%増加）
- ・道民の宿泊旅行者数は減少傾向<sup>\*1</sup>（平成19年度は、対前年比9.3%減少）
- ・道内人口の減少（国立社会保障・人口問題研究所の推計によると平成22年が551万人、平成27年が536万人）
- ・北海道経済の低迷
- ・物価高による可処分所得の減少

Data：道民の人泊数 1,014 万人泊

（出典：平成19年宿泊旅行統計調査）

### 【その他のポイント】

- ・国際・国内コンベンションの誘致
- ・日の語呂 にちなんだキャンペーンなどの展開（例 11月22日は「いい夫婦の日」）

### 【目標設定：平成24年度】

道民の人泊数 1,000 万人泊

### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・道外客誘致の戦略と連動した道内向けの事業展開

### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・地域、業種をまたがる仕掛けづくり

### 【その他のポイント】

- ・連泊促進

## 閑散期（4月、11月）対策

### 【現状と課題】

- ・観光入込客数の季節変動が大きい

Data：4月の人泊数 132 万人泊

11月の人泊数 163 万人泊

（\* 8月の人泊数 295 万人泊）

（出典：平成19年宿泊旅行統計調査）

### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・ターゲットを定めた外国人客誘致の促進
- ・全道各地のイベント情報を魅力的にPR

### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・道外客に向けてこの時期ならではの旬の素材（行事・食等）を情報発信

## ・旅行時（宿泊・日帰り）滞在消費額の拡大

### 宿泊旅行時の消費額を増やす

～宿泊単価アップ、連泊、土産、体験メニュー、外食（泊食分離）

#### 【現状と課題】

- ・観光客の平均観光消費額は減少傾向<sup>2</sup>
- ・北海道は平均宿泊単価が低い（全国最低水準）

Data :

道外客の平均観光消費額 60,677 円/人  
道内客の平均観光消費額（宿泊平均）  
16,855 円/世帯

（参考：第4回北海道観光産業経済効果調査）

#### 【目標設定：平成24年度】

道外客の平均観光消費額 68,000 円/人  
道内客の平均観光消費額（宿泊平均）  
18,000 円/世帯

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・食の満足度向上と高付加価値化に対する取組支援
- ・高品質なサービス向上への取組支援

#### 【その他のポイント】

- ・多様なニーズに対応した価格メニューの設定促進
- ・連泊促進に向けたホテルのオペレーションの工夫（アーリーチェックイン・レイトチェックアウト、連泊割引、コンシェルジュ機能の強化、ランドオペレーション機能の整備など）
- ・特色ある土産品に関する情報の収集・提供

### 連泊促進

#### 【現状と課題】

- ・旅行一回あたりの平均宿泊数の減少<sup>4</sup>
- ・滞在型観光メニューの不足

- ・道民の道内旅行における日帰り旅行の割合は82%<sup>1</sup>

Data :

来道観光客の平均宿泊数 2.6 泊  
道民の平均観光消費額（日帰り平均）  
7,605 円/世帯

（参考：平成19年度来道観光客動態（満足度）調査、第4回北海道観光産業経済効果調査）

#### 【目標設定：平成24年度】

道外観光客の平均宿泊数 2.8 泊  
道民の平均観光消費額（日帰り平均）  
8,000 円/世帯

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・滞在型観光メニューの充実に向けた取組支援
- ・旅行日数の拡大に向けた支援（テーマ性、ストーリー性のある旅行など）
- ・GPS 携帯機能活用による地域の旬の情報の提供
- ・体験メニューの拡充に向けた支援

#### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・情報発信拠点拡大に向けた連携推進（道の駅、GS、コンビニ等）
- ・周遊・リピートさせるための仕掛けづくり

#### 【その他のポイント】

- ・泊食分離の促進
- ・長期滞在の拡大に向けた条件整備と情報発信

## 満足度を高めるサービス・商品の提供

### おもてなし度、ホスピタリティの向上

#### 【現状と課題】

- ・ホスピタリティ意識の遅れ

Data :

宿泊先都道府県別旅行先に対する  
評価・満足度

「地元の人ホスピタリティを感じた」:  
全国 18 位

(出典: じゃらん宿泊旅行調査 2008)

観光施設での接客サービスの良さ

「接客サービスは良い」という質問に対して、  
「全くそう思う」と回答した人の割合:  
45%

(出典: 平成 19 年度来道観光客動態(満足度)調査)

宿泊満足度

「接客・サービス部門」 全国 29 位

(出典: 北海道じゃらん&じゃらんnet)

#### 【目標設定: 平成 24 年度】

宿泊先都道府県別旅行先に対する  
評価・満足度

「地元の人ホスピタリティを感じた」:  
全国 10 位以内

観光施設での接客サービスの良さ

「接客サービスは良い」という質問に対して、  
「全くそう思う」と回答した人の割合:  
70%

宿泊満足度

「接客・サービス部門」 全国 10 位以内

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・道が実施する満足度調査の有効活用と官民が実施している各種満足度調査結果の情報提供

- ・顧客満足度向上に向けた講習会(接遇、取組手法など)等の開催情報の提供
- ・小中高における観光教育(観光副読本など)の導入支援

#### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・交通事業者の接遇認定制度の検討(例: 沖縄での優良タクシー制度等)
- ・観光事業者に対する北海道独自の各種認定制度の創設検討

#### 【その他のポイント】

- ・道民のホスピタリティ意識向上のための啓蒙活動

北海道各地域の特性を生かした観光コンテンツ(素材・地域連携)の開発に向けたコーディネート

#### 【現状と課題】

- ・各地域の優位性ある資源を生かした観光コンテンツが不十分
- ・ターゲットを絞ったコンテンツ開発の遅れ

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・地域と協働した各地域の優位性ある資源の棚卸しとコンテンツづくり

#### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・地域の広域連携によるストーリー性のある観光コンテンツの創造

### 戦略的モデル地域、戦略的テーマの策定

#### 【現状と課題】

- ・北海道ならではのテーマ性を持った観光地づくりの遅れ
- ・環境、健康への関心・意識の向上

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・地域の優位性を生かした戦略的地域モデルづくりへの支援(例: 富良野、旭山動物園)
- ・地域との協働による戦略的な仕掛けづくり

【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・中長期のトレンドを見据えたニューツーリズム（エコ、ヘルス等）への取組促進

交通ネットワークの整備に向けた働きかけ

【現状と課題】

- ・観光客の利便性を満たす公共交通ネットワークが不十分

【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・観光客の視点に立った交通ネットワークの利便性向上に向けた調査・情報提供

【その他のポイント】

- ・公共交通機関等を利用した観光モデルルート構築（共通きっぷの導入等）

国内外の個人観光客、リピーターへの対応

【現状と課題】

- ・来道観光客の旅行形態は、団体旅行から個人旅行へシフト<sup>\*4</sup>
- ・道外客のリピーター率は78.6%<sup>\*3</sup>
- ・外国人客のリピーター率は22.9%<sup>\*4</sup>
- ・外国人客に対する受入態勢が不十分

【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・個人客向けにタイムリーな情報の提供
- ・初心者向けやリピーター向けの多様な観光メニューの提供
- ・外国人向け指さし会話集の活用促進

【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・リピーター優遇制度の検討

【その他のポイント】

- ・外国人客の受入体制整備の向上（看板、標識、料理メニュー等）

観光人材の育成とネットワーク化

【現状と課題】

- ・道内各地に点在している観光人材の把握が不十分
- ・地域の観光振興を担う人材育成とネットワーク化が急務

【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・観光に携わる若手人材の育成事業（セミナー、交流会等）の継続的開催
- ・地域リーダーの発掘・育成
- ・地域の歴史資源の再発見と観光客に説明できる「語り部」の発掘とネットワーク化（後継者の育成）
- ・観光ボランティアガイドの育成
- ・地域限定通訳案内士の育成支援
- ・観光人材の育成に向けた教育機関等との連携

【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・優れた人材への表彰や認定制度導入の検討

## ．情報発信力の強化

### 増加する個人客向けの情報発信を強化

～国内・海外双方への情報発信の強化

#### 【現状と課題】

- ・携帯電話を含めてインターネットを活用する旅行者が増加
- ・観光機構のホームページ「北海道ぐるり旅」のアクセス数の伸び悩み

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・北海道の今と旬が伝わるコンテンツ充実に向けたホームページの再構築
- ・サイトへのアクセス数と閲覧滞在時間の増加に向けた取組
- ・携帯電話を活用した情報提供システムの確立
- ・発地ニーズを意識したコンテンツの提供

#### 【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・海外プロモーションにおけるメインPRメディアとして活用

## ．観光機構の体制強化

### 他の産業・地域・組織との連携強化

#### 【現状と課題】

- ・一次産業など他産業や各地域、組織との連携が希薄

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・一次産業、二次産業との連携強化
- ・各種支援制度の情報収集と提供
- ・国、道、市町村、大学との連携強化
- ・広域連携に向けたコーディネート力の強化

### 会員拡大とコミュニケーションの強化

#### 【現状と課題】

- ・会員向けサービスが不十分
- ・地域との直接対話の機会不足

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・会員拡大に向けた会員メリットの充実化
- ・地域の取り組みの把握
- ・地域組織との密な相互情報交換等（活動内容の情報交換）

### 機構の専門性向上

～スキル、ノウハウの蓄積

#### 【現状と課題】

- ・企画立案力及び情報収集・分析・発信力の一層の強化が必要
- ・外部有識者の効果的活用が不十分

#### 【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・観光の現場を知る機会の拡大
- ・プロパー職員の育成
- ・人材の把握（各地域の専門家、コーディネーターなど）
- ・地域視察会・意見交換会の定期開催
- ・外部有識者との積極的な交流と意見交換の促進
- ・メディア戦略・広報マネジメント体制の強化

【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・業務の必要性に応じた研修・助成制度の検討
- ・他機関との人事交流の検討

戦略的な観光マーケティングに基づいた事業の展開

【現状と課題】

- ・マーケティング調査のデータに基づいた観光施策の企画が不十分

【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・発地ニーズの把握
- ・マーケティング調査に基づいた事業戦略の構築

【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・戦略的マーケットに対するアプローチ手法の検討

財源確保のための収入源、協賛事業の拡大

【現状と課題】

- ・道助成の縮減にともなう総事業費の減少
- ・会費及び事業協賛金収入の落ち込み
- ・自主財源確保の必要性

【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・会員拡大に向けた会員メリットの充実化
- ・協賛事業の魅力向上
- ・収益事業の検討

【中期で主体的に取り組むポイント】

- ・収益事業の実施

制度改正への対応

【現状と課題】

- ・規制緩和等による観光を取り巻く各種制度改正

【短期で主体的に取り組むポイント】

- ・制度改正・環境変化等に対応する機動性・柔軟性を持った取り組み

出典資料

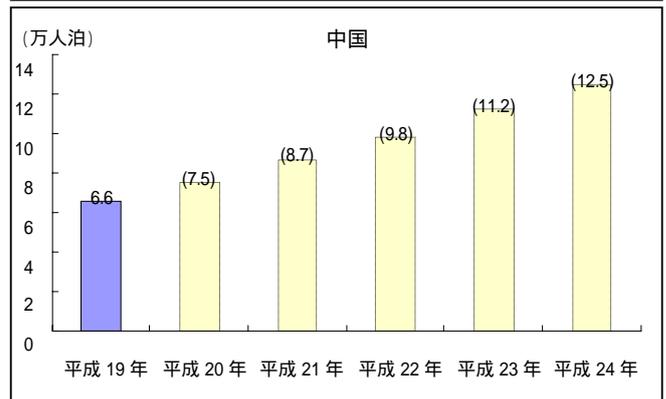
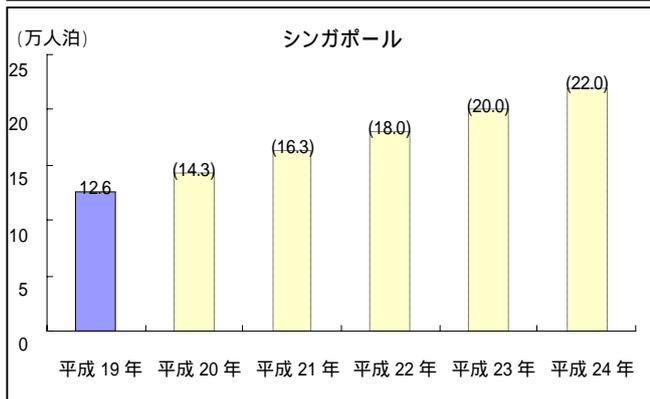
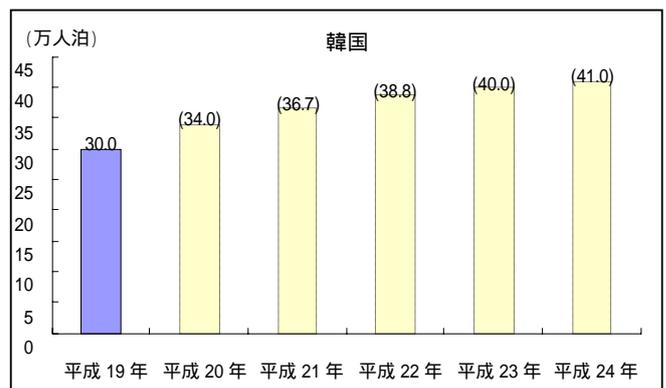
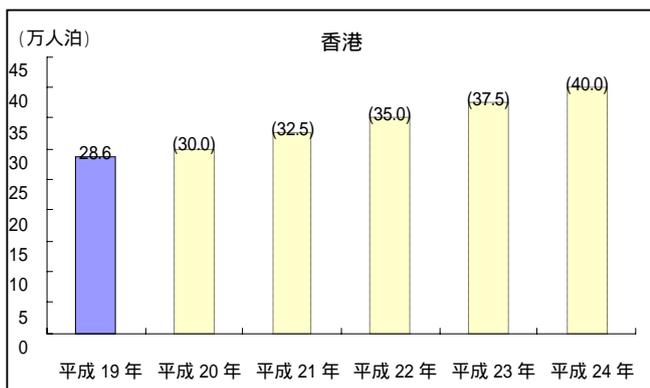
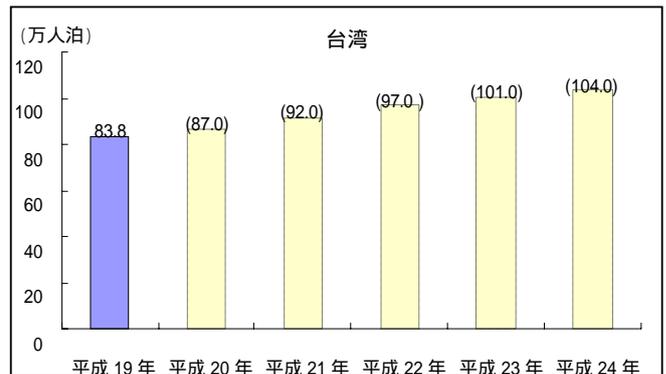
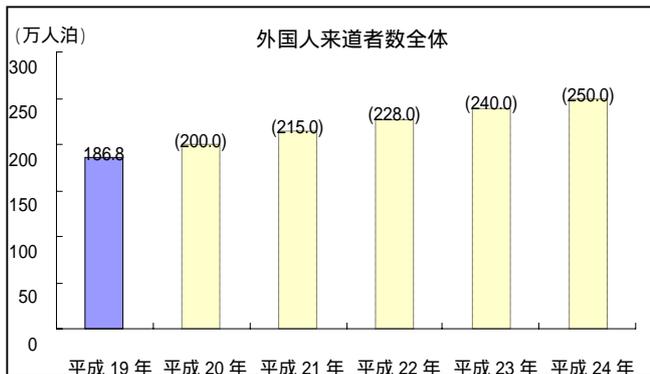
- \*1:「平成19年度 北海道観光入込客数調査報告書」
- \*2:「第4回北海道観光産業経済効果調査」
- \*3:「平成19年度 来道観光客動態(満足度)調査報告書」
- \*4:「平成19年度 訪日外国人来道者動態・満足度調査」

---

**參考資料**

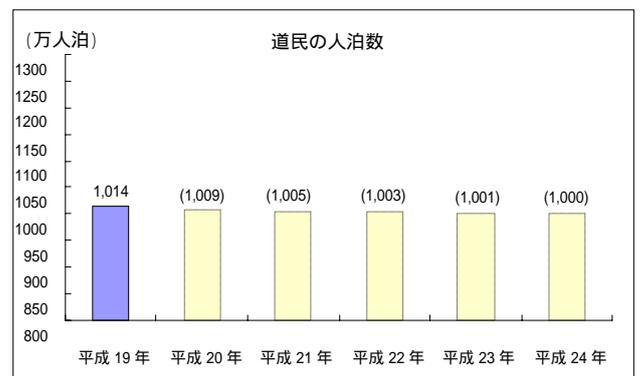
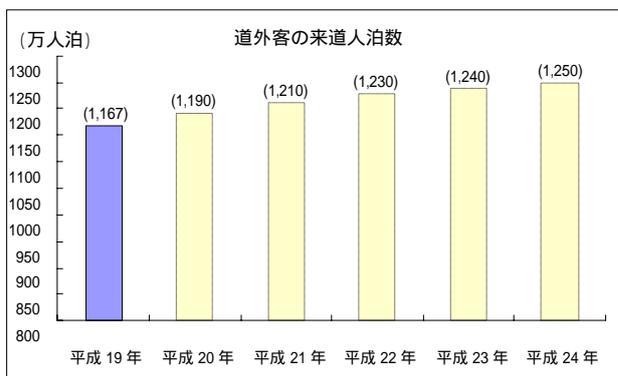
## 外国人来道者数の推移～平成 24 年までの目標

- ・目標値の推計には、北海道観光入込客数調査における外国人来道者数（宿泊延べ人数）の推移から見た近似値と、VJC にともなう国の目標値（非公表）を参考に算出した。
- ・グラフの中で、平成 19 年の人泊数は平成 19 年宿泊旅行統計調査の実績値、平成 20～24 年の人泊数は各年度の目標値である。



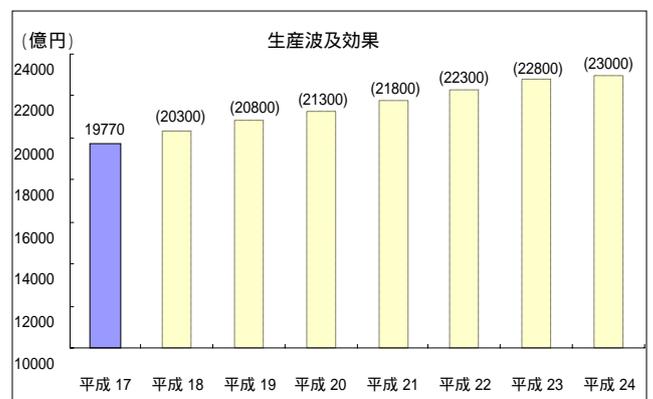
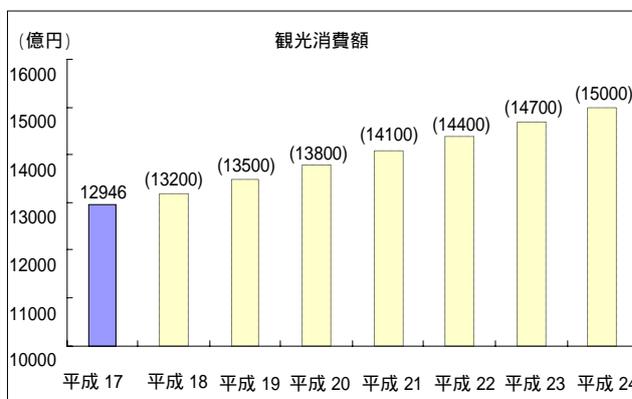
## 道外客、道内客の推移～平成24年までの目標

- ・目標値の推計は、北海道観光入込客数調査における過去10年の道外客宿泊者数、道内客宿泊者数（実数）の推移を参考にした。
- ・道外客は、過去10年の推移から、平成24年はほぼ横ばいと推計されるが、各種施策の展開により、7%アップを目標とした。
- ・道民は、過去10年の減少傾向と、今後の道内人口の減少という厳しい状況の中、各種施策の展開により減少傾向を緩やかにし、1,000万人泊を維持することを目標とした。
- ・グラフの中で、平成19年の人泊数は平成19年宿泊旅行統計調査の実績値、平成20～24年の人泊数（色の薄い部分）は各年度の目標値である。



## 観光消費額、生産波及効果の推移～平成24年までの目標

- ・過去4回の北海道観光産業経済効果調査の推計から5回目の調査結果を推計すると、観光消費額1兆4,000億円、生産波及効果2兆1,000億円となる。
- ・各数値（観光客数、宿泊者数、平均観光消費額）を推計値よりも高く設定したことを考慮し、観光消費額及び生産波及効果の目標値を設定した。



## 中期事業計画と平成20年度観光機構事業の関連について

大項目	中項目	関連する観光機構の事業	事業の概要（予定を含む）
・交流人口の拡大	外国人客の北海道旅行の促進	国際観光推進	旅行博、観光ミッション派遣など
		教育旅行誘致	教員招聘など
	道外客の北海道旅行の促進	観光PR催事	「物産と観光展」、「旅フェア」など
		季節キャンペーン	「手ぶらスキー」キャンペーン
		地域観光集中キャンペーン	洞爺湖・登別・支笏湖 「ちょっとエコ旅」キャンペーン
		ゆとりツーリズム	「健康・癒し」をテーマにしたメニュー開発など
		教育旅行誘致（再掲）	教員招聘、ガイドブック作成など
	道民の道内旅行の促進	季節キャンペーン（再掲）	「手ぶらスキー」キャンペーン
		地域観光集中キャンペーン（再掲）	洞爺湖・登別・支笏湖 「ちょっとエコ旅」キャンペーン
	閑散期（4月、11月）対策	季節キャンペーン（再掲）	「手ぶらスキー」キャンペーン
国際観光推進（再掲）		旅行博、観光ミッション派遣など	
・旅行時（宿泊・日帰り）滞在消費額の拡大	宿泊旅行時の消費額増加	ゆとりツーリズム（再掲）	「健康・癒し」をテーマにしたメニュー開発など
		季節キャンペーン（再掲）	「手ぶらスキー」キャンペーン
	連泊促進	ゆとりツーリズム（再掲）	「健康・癒し」をテーマにしたメニュー開発など
		地域観光集中キャンペーン（再掲）	洞爺湖・登別・支笏湖 「ちょっとエコ旅」キャンペーン
・満足度を高めるサービス・商品の提供	おもてなし度、ホスピタリティの向上	ホスピタリティ推進	ポスター・ステッカー作成など
		地域観光振興事業	地域で行う受入整備事業への補助
	北海道各地域の特性を生かした観光コンテンツ（素材・地域連携）の開発に向けたコーディネート	教育旅行誘致（再掲）	教員招聘など
		ゆとりツーリズム（再掲）	「健康・癒し」をテーマにしたメニュー開発など
	戦略的モデル地域、戦略的テーマの策定	地域観光集中キャンペーン（再掲）	洞爺湖・登別・支笏湖 「ちょっとエコ旅」キャンペーン
	交通ネットワークの整備に向けた働きかけ	地域コーディネート事業	地域との懇談会
	国内外の個人観光客、リピーターへの対応	ゆとりツーリズム（再掲）	「健康・癒し」をテーマにしたメニュー開発など
		地域観光集中キャンペーン（再掲）	洞爺湖・登別・支笏湖 「ちょっとエコ旅」キャンペーン
		季節キャンペーン（再掲）	「手ぶらスキー」キャンペーン
		国際観光推進（再掲）	旅行博、観光ミッション派遣など
	観光人材の育成とネットワーク化	地域観光マネージャー育成事業	北海道経済部との共同事業
		通訳ガイド育成事業	北海道経済部との共同事業
		地域コーディネート事業	地域との懇談会
・情報発信力の強化	増加する個人客向けの情報発信の強化	ホームページの再構築	観光機構HP「北海道ぐるり旅」の一部リニューアル

## 政策委員会及び事業計画部会 委員名簿

### 政策委員会

- 委員長 野口秀夫 ((社)北海道観光振興機構 副会長/野口観光(株) 代表取締役社長)
- 副委員長 大西雅之 ((社)北海道観光振興機構 副会長  
/株)阿寒グランドホテル 代表取締役社長)
- 副委員長 ヒロ中田 (株)リクルート北海道じゃらん 執行役員編集長)
- 委員 石森秀三 (北海道大学 観光学高等研究センター長・教授)
- 委員 岩月理浩 (北海道運輸局 企画観光部長)
- 委員 中島 靖 (北海道開発局 開発調整企画官)
- 委員 木村孝男 ((社)北海道観光振興機構 道南地域部会長  
/函館空港ビルデング(株) 代表取締役社長)
- 委員 綿貫泰之 (北海道旅客鉄道(株) 鉄道事業本部営業部長)
- 委員 功刀秀記 (全日本空輸(株)札幌支店 販売計画部長)
- 委員 大久保良市 (日本航空札幌支店 副支店長)
- 委員 桑島繁行 ((社)北海道観光振興機構 常任理事/オホーツク圏観光連盟 会長)
- 委員 中田美知子 (株)エフエム北海道 取締役経営管理室長)
- 委員 須賀紀子 (北海道女将の会 会長)
- 委員 浜野浩二 ((社)北海道観光振興機構 道央地域部会長  
/株)萬世閣 代表取締役)
- 委員 西野目信雄 ((社)北海道観光振興機構 道北地域部会長  
/西野目産業(株) 代表取締役社長)
- 委員 大野俊幸 (株式会社NWコーポレーション 取締役 [元 プリンスホテル会長])
- 委員 熱田洋子 (北海道経済部 観光のくにづくり推進局長)
- 委員 大和田勲 ((社)北海道観光振興機構 専務理事)

政策委員会 事業計画部会

- 部会長 ヒロ中田 (株)リクルート北海道じゃらん)
- 副部会長 武邑光裕 (公立大学法人札幌市立大学 デザイン学部教授)
- 部会委員 岩月理浩 (北海道運輸局 企画観光部長)
- 部会委員 大橋裕二 (日本政策投資銀行北海道支店 企画調整課長)
- 部会委員 田辺裕一 (ホクレン農業協同組合連合会 米穀事業本部米穀部主食課長)
- 部会委員 中田美知子 (株)エフエム北海道 取締役経営管理室長)
- 部会委員 村澤規子 (フリー編集者・ライター)
- 部会委員 阿部ちあき (フリーアナウンサー)
- 部会委員 西野 亨 (北海道旅客鉄道(株) 鉄道事業本部営業部専任部長)
- 部会委員 二宮直輝 (株)JTB 北海道 国内商品事業部地域統括部長)
- 部会委員 大井清二 ((有)ガイアクリエーション 代表取締役)
- 部会委員 坂本昌彦 (株)北海道ネイチャーセンター 代表取締役社長)
- 部会委員 長沼昭夫 ((社)北海道観光振興機構 顧問 / (株)きのとや 代表取締役)
- 部会委員 石川信博 ((社)北海道観光振興機構 企画担当部長)

---

連携&競争。そして、創客へ。

 観光機構

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5階

TEL 011-231-0941

FAX 011-232-5064

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