

「ザ・シンポジウムみなと in稚内」

2015年11月4日
株式会社JTB北海道
コミュニケーション営業部
伊藤 誠



感動のそばに、いつも。

行ってみたい旅行先上位の北海道

自然や景勝地を見て回る「自然観光」、おいしいものを食べる「グルメ旅行」で行ってみたい旅行先として北海道が大きく引き離して1位。「自然」や「食」は北海道観光の大きな魅力となっている。

旅行タイプ別の行ってみたい旅行先

○総合

北海道	21.9%
沖縄県	17.9%
京都府	7.2%
東京都	5.1%
鹿児島県	5.1%

○自然観光

北海道	26.5%
沖縄県	6.6%
長野県	5.5%
京都府	4.8%
鹿児島県	4.5%

○グルメ

北海道	28.1%
静岡県	5.4%
韓国	5.0%
兵庫県	4.0%
三重県	3.4%

○ロングステイ

ハワイ	13.9%
マレーシア	9.6%
沖縄県	7.5%
米国(本土)	7.1%
北海道	5.3%

○スキー

長野県	29.8%
北海道	22.3%
新潟県	9.9%
宮城県	6.9%
広島県	6.4%

○動物園・水族館

北海道	28.3%
沖縄県	14.7%
大阪府	9.3%
神奈川県	8.7%
東京都	8.3%

○祭り・イベント

岐阜県	13.7%
青森県	13.1%
京都府	8.4%
北海道	7.5%
東北地方	5.0%

○ジオツーリズム

宮城県	11.9%
北海道	11.7%

【公益財団法人日本交通公社：旅行者動向2012】

道内観光入込最新情報8月29日北海道新聞



<平成25年度 観光入込客数(実人数)>

区分	日帰り客	宿泊客	計	前年度比	構成比	
第1四半期 (4~6月)	道内客	1,101万人	235万人	1,335万人	+8.6%	90.1%
	道外客	1万人	126万人	127万人	+6.7%	8.6%
	外国人	-	20万人	20万人	+37.0%	1.3%
	合計	1,102万人	380万人	1,482万人	+8.7%	100.0%
第2四半期 (7~9月)	道内客	1,531万人	275万人	1,806万人	+0.8%	88.3%
	道外客	8万人	197万人	205万人	+4.6%	10.0%
	外国人	-	33万人	33万人	+43.9%	1.6%
	合計	1,539万人	506万人	2,045万人	+1.7%	100.0%
第3四半期 (10~12月)	道内客	454万人	240万人	695万人	+4.2%	82.9%
	道外客	1万人	118万人	119万人	+2.6%	14.2%
	外国人	-	24万人	24万人	+41.4%	2.9%
	合計	455万人	383万人	838万人	+4.9%	100.0%
第4四半期 (1~3月)	道内客	560万人	233万人	793万人	+0.8%	83.9%
	道外客	2万人	112万人	114万人	+0.9%	12.1%
	外国人	-	39万人	39万人	+56.0%	4.1%
	合計	562万人	384万人	945万人	+2.2%	100.0%
合計	道内客	3,646万人	983万人	4,629万人	+3.4%	87.2%
	道外客	12万人	553万人	565万人	+3.9%	10.6%
	外国人	-	115万人	115万人	+45.9%	2.2%
	合計	3,658万人	1,652万人	5,310万人	+4.2%	100.0%

出展:平成25年度北海道観光入込客数調査報告書

8/29 道新

道内観光客最多5310万人

昨年度円安で外国人45%増

道は28日、2013年度の道内観光客数を発表
した。5月の大型連休の悪天候やJR北海道の事
故などがあつたものの、前年度比4・2%増の5
310万人となり、記録の残る1997年度以降
では、99年度の5149万人を上回る過去最高を
記録した。外国人客が同45・9%増の115万人
と大幅に増えたことが大きな要因で、円安などが
影響したとみられる。

内訳は、外国人のほか、
道内客が4629万人(前
年度比3・4%増)、外国
人以外の道外客が565万
人(同3・9%増)。
外国人客を国・地域別に
みると、道内空港へのチャ
ーター便が運航されている
台湾が41万5600人と最
多。中国の15万8300人、

韓国の14万1600人と続
いた。増加幅が最も大きか
ったのはタイで、新千歳ー
バンコク線が12年10月に就
航したことから前年度より
2・7倍の9万8800人

に伸びた。増加の要因とし
て道は、円安に加え、東南
アジア諸国の訪日査証(ビ
ザ)の発給要件緩和などが
影響したとみている。
道内六つの圏域別の観光
入り込み客数(延べ人数)
も、全域で増加。札幌市を
中心とする道央圏が前年度
より303万人増え727
3万人、道北圏が同25万人
増の2141万人、道南圏
が同61万人増の1144万
人と続いた。

市町村別観光入込客数

観光入込客数(実人数)を市町村別で見ると札幌市が1,356万人で最も多く、次いで小樽市711万人、旭川市533万人。宿泊客延べ数で見ると札幌市が1,090万人泊、次いで函館市353万人泊、登別121万人泊となっている。

＜観光入込客数(実人数)の多い市町村＞

順位	市町村名	入込客数	前年度比
1	札幌市	1,356万人	+4.0%
2	小樽市	711万人	+7.7%
3	旭川市	533万人	△7.5%
4	千歳市	503万人	+3.1%
5	函館市	482万人	+7.1%
6	釧路市	353万人	+5.7%
7	登別市	332万人	+16.8%
8	喜茂別町	264万人	+2.7%
9	洞爺湖町	260万人	+15.9%
10	帯広市	251万人	+1.0%
11	上川町	203万人	+12.7%
12	七飯町	198万人	+11.4%
13	苫小牧市	184万人	△2.7%
14	石狩市	182万人	+6.0%
15	富良野市	177万人	△0.6%
16	白老町	175万人	+3.0%
17	伊達市	172万人	+16.7%
18	杜鰐町	168万人	+10.5%
19	北見市	159万人	+9.0%
20	二セコ町	157万人	+11.2%

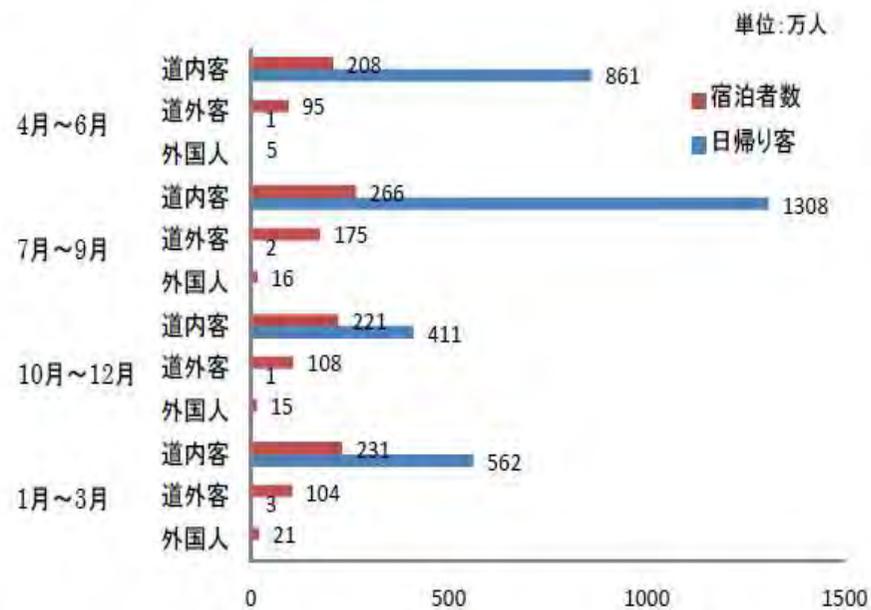
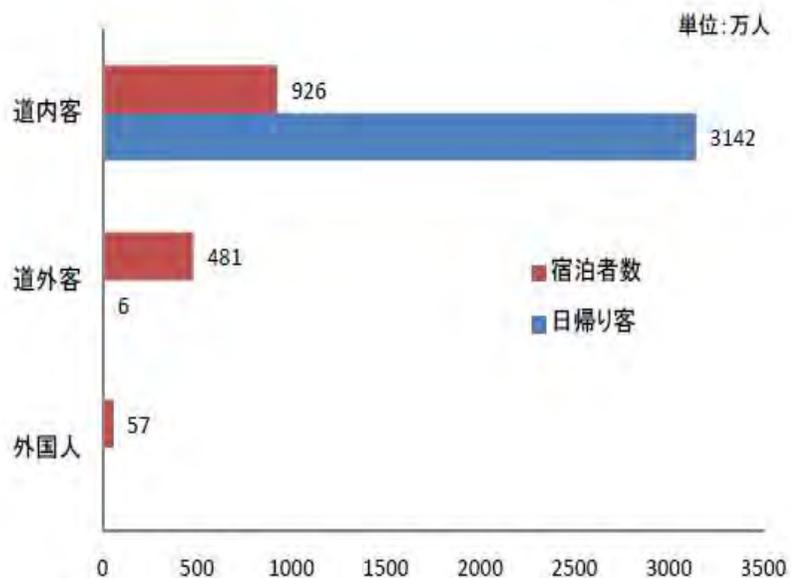
＜宿泊客延べ数の多い市町村＞

順位	市町村名	宿泊客延べ数	前年度比
1	札幌市	1,090万人泊	+8.3%
2	函館市	353万人泊	+1.5%
3	登別市	121万人泊	+9.9%
4	釧路市	120万人泊	+3.7%
5	帯広市	97万人泊	+1.5%
6	倶知安町	89万人泊	+2.2%
7	小樽市	75万人泊	+6.2%
8	上川町	73万人泊	+7.6%
9	旭川市	69万人泊	+9.2%
10	富良野市	68万人泊	+9.2%
11	洞爺湖町	57万人泊	+15.9%
12	二セコ町	54万人泊	+20.5%
13	北見市	52万人泊	+5.8%
14	斜里町	45万人泊	△2.1%
15	網走市	45万人泊	△0.6%
16	音更町	44万人泊	△3.0%
17	稚内市	40万人泊	△3.1%
18	留寿都村	38万人泊	+6.1%
19	占冠村	36万人泊	+14.1%
20	室蘭市	29万人泊	△0.1%

北海道観光入込客数宿泊客、日帰り客

観光入込み客数のうち、宿泊客は約3割。7割が日帰り客。

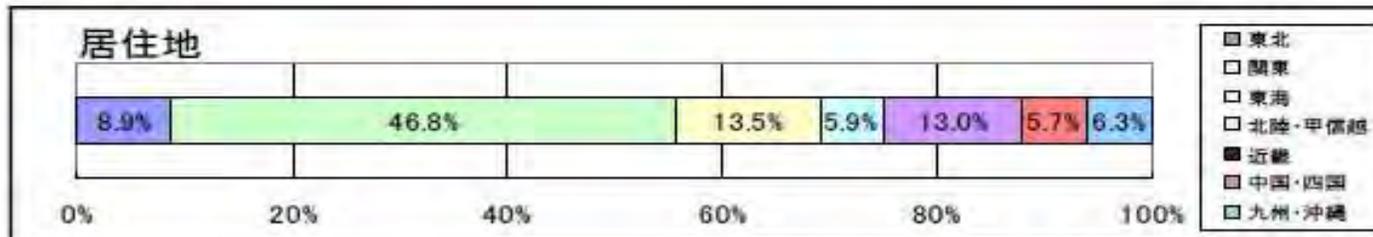
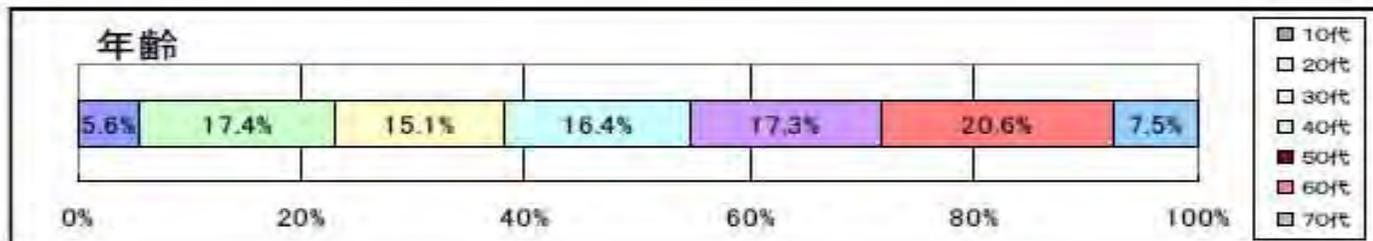
■北海道の観光入込み客数 4,612万人(H23) 2011年
 うち 宿泊客 1,464万人(31.7%)日帰り客 3,148万人(68.3%)



出典:平成23年度北海道観光入込客数調査

来道観光客の属性

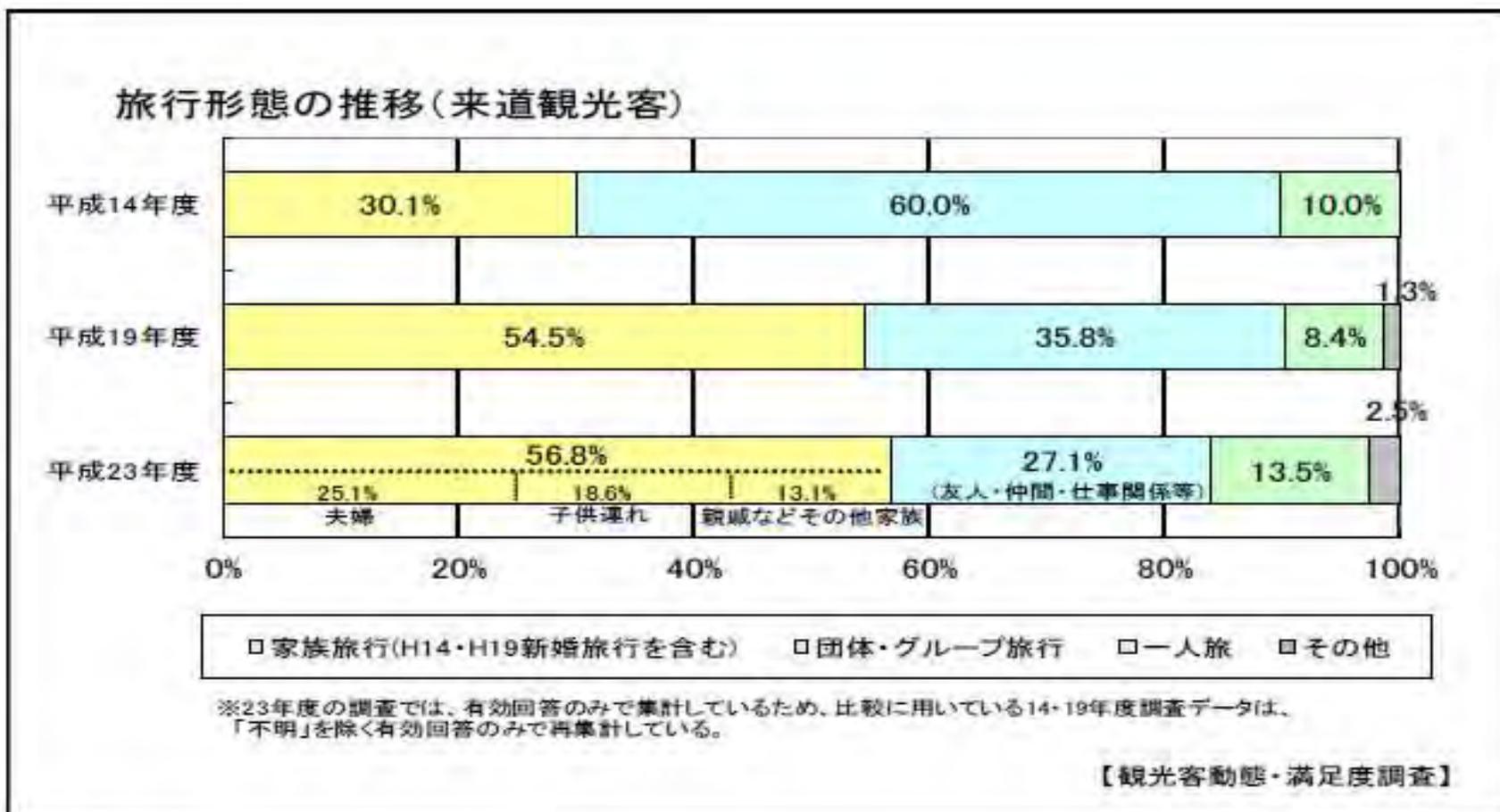
北海道を訪れる観光客の属性をみると、性別では男性が47.5%、女性が52.5%で、女性の割合が5%大きくなっている。年齢別では50歳以上が45.4%と半数近くを占め、居住地別では、関東が46.8%と群を抜いて多い。



【平成23年度観光客動態・満足度調査】

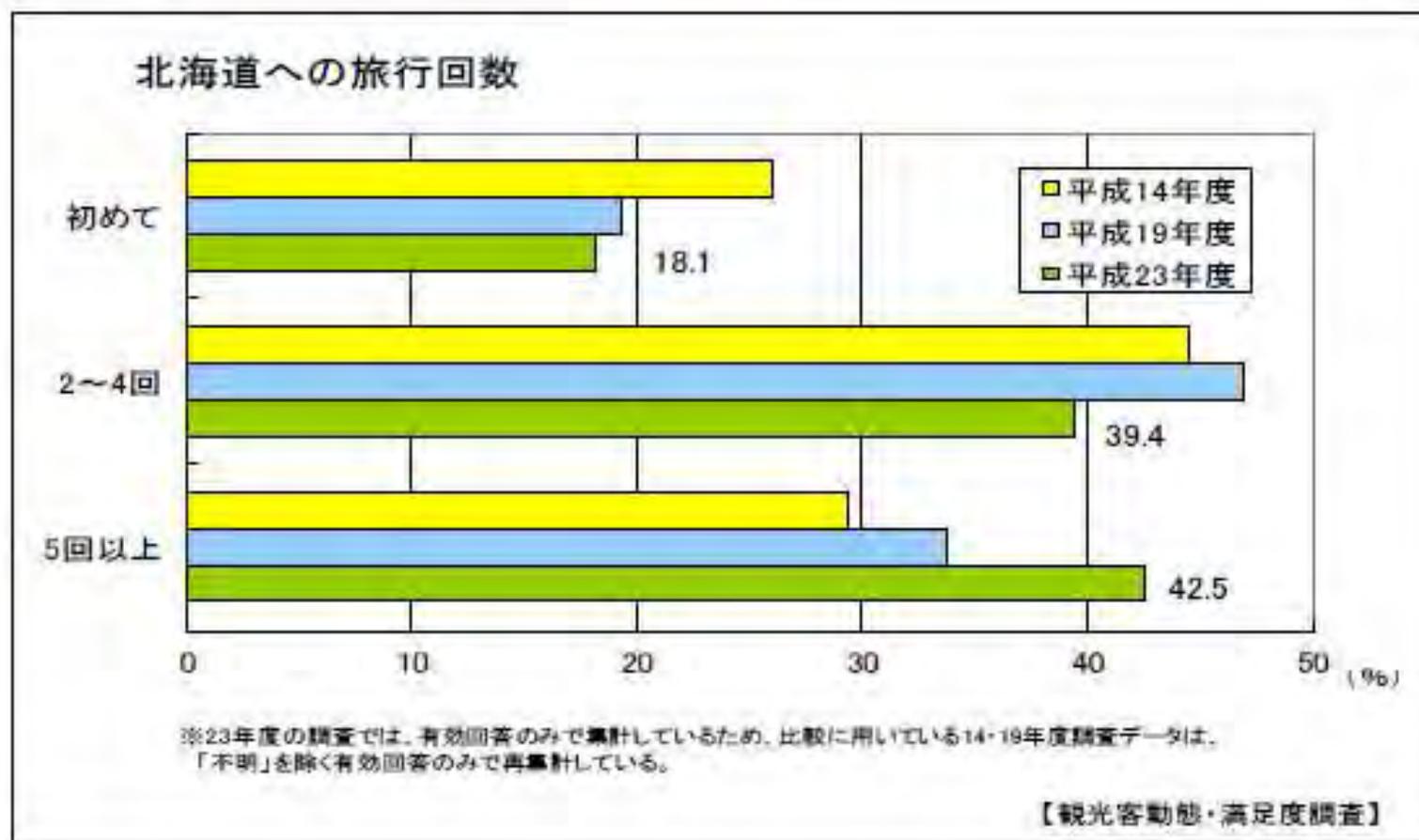
来道観光客旅行形態の推移

来道観光客の旅行形態をみると、家族旅行が56.8%で大半を占めており、団体・グループ旅行は27.2%と減少傾向にある。一人旅は13.5%で若干増加している。



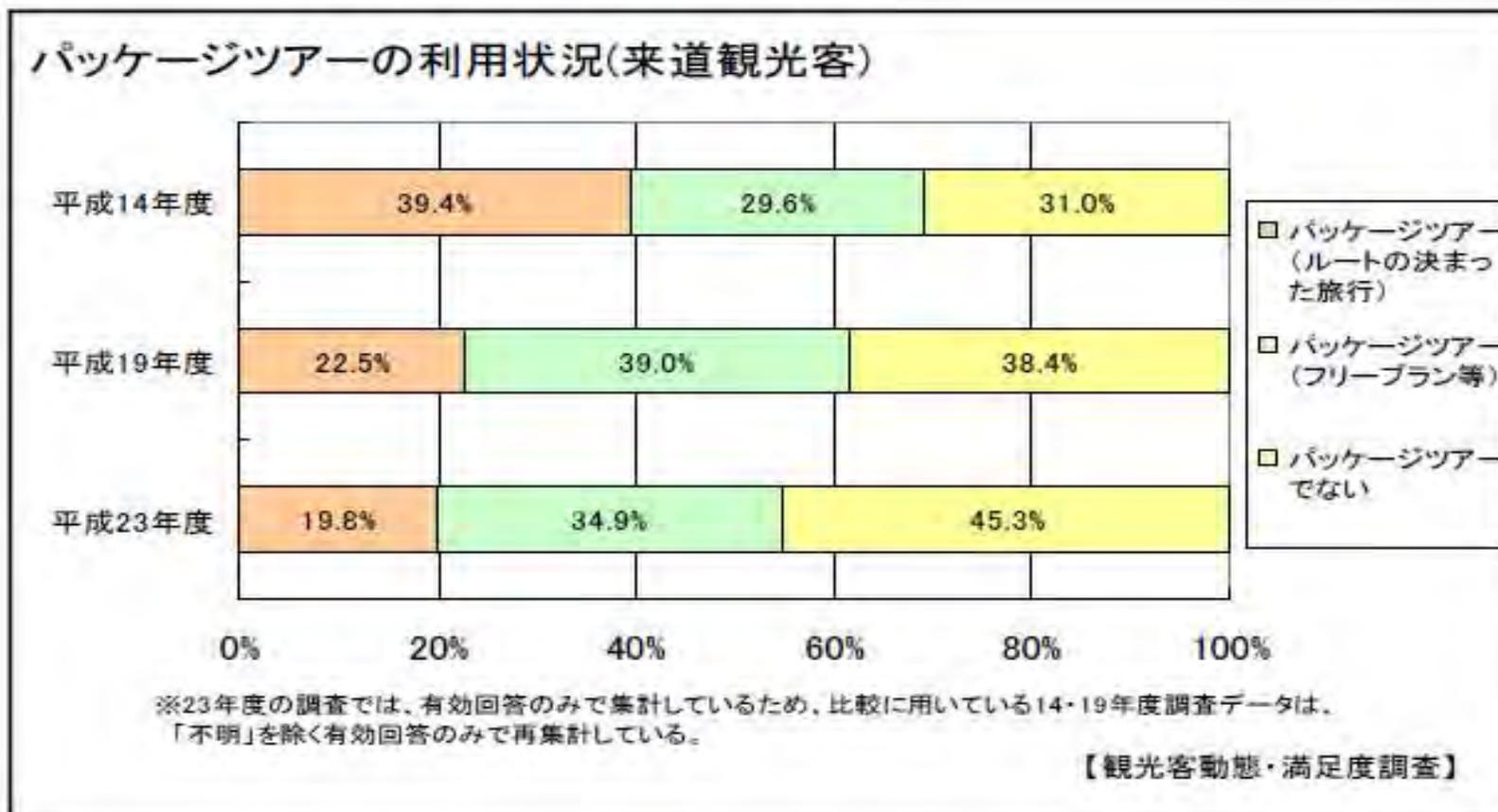
8割がリピーター

来道観光客のうち80%以上が過去に北海道を訪れた経験があるリピーターで、5回以上の来道経験を持つ「北海道ファン」も40%を超えている。



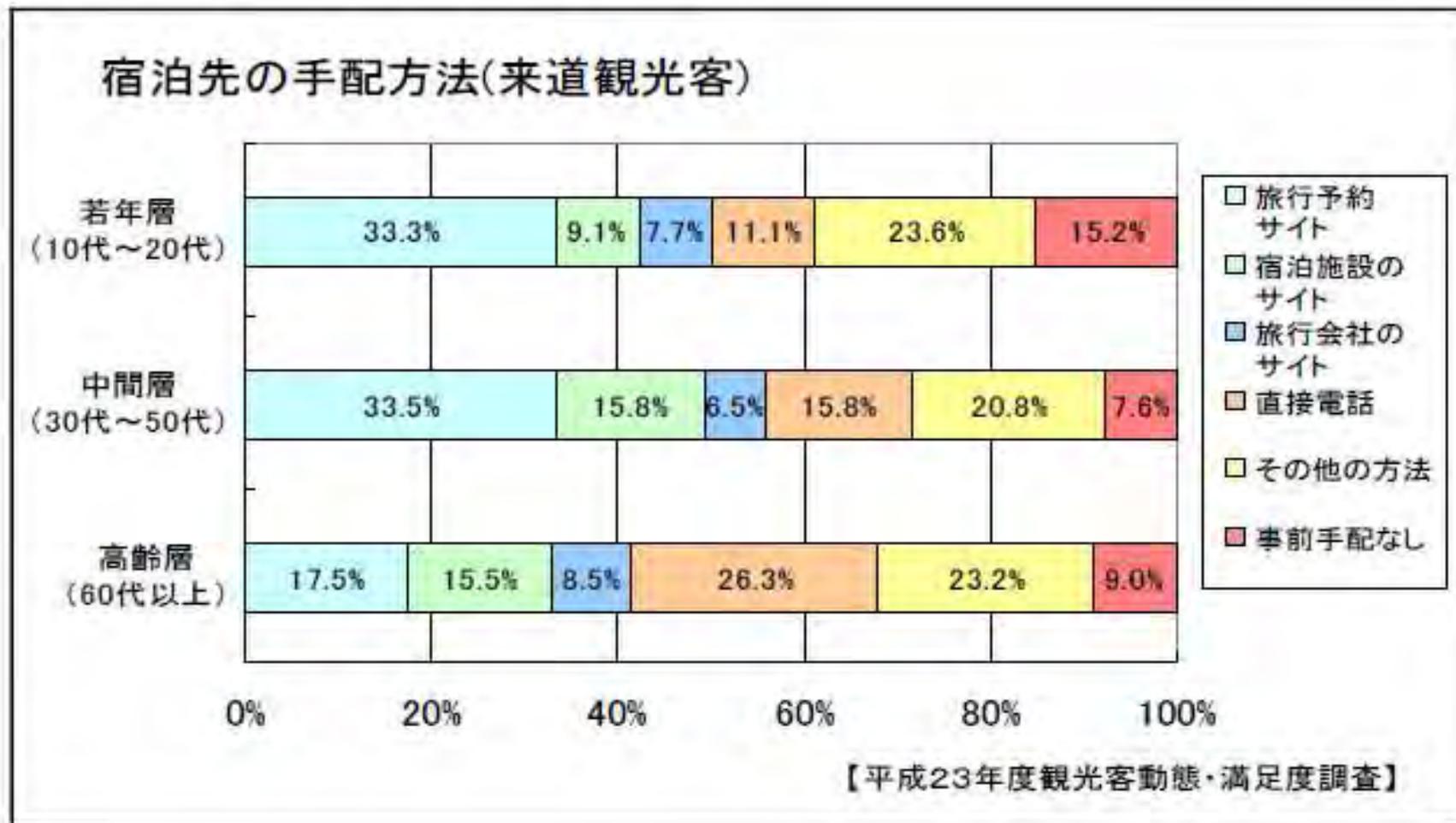
パッケージツアーの利用状況

パッケージツアーの利用状況を見ると、ルートが決まったパッケージツアーを利用した来道観光客の割合は、平成14年度の39.4%から平成23年度では19.8%と半減している。



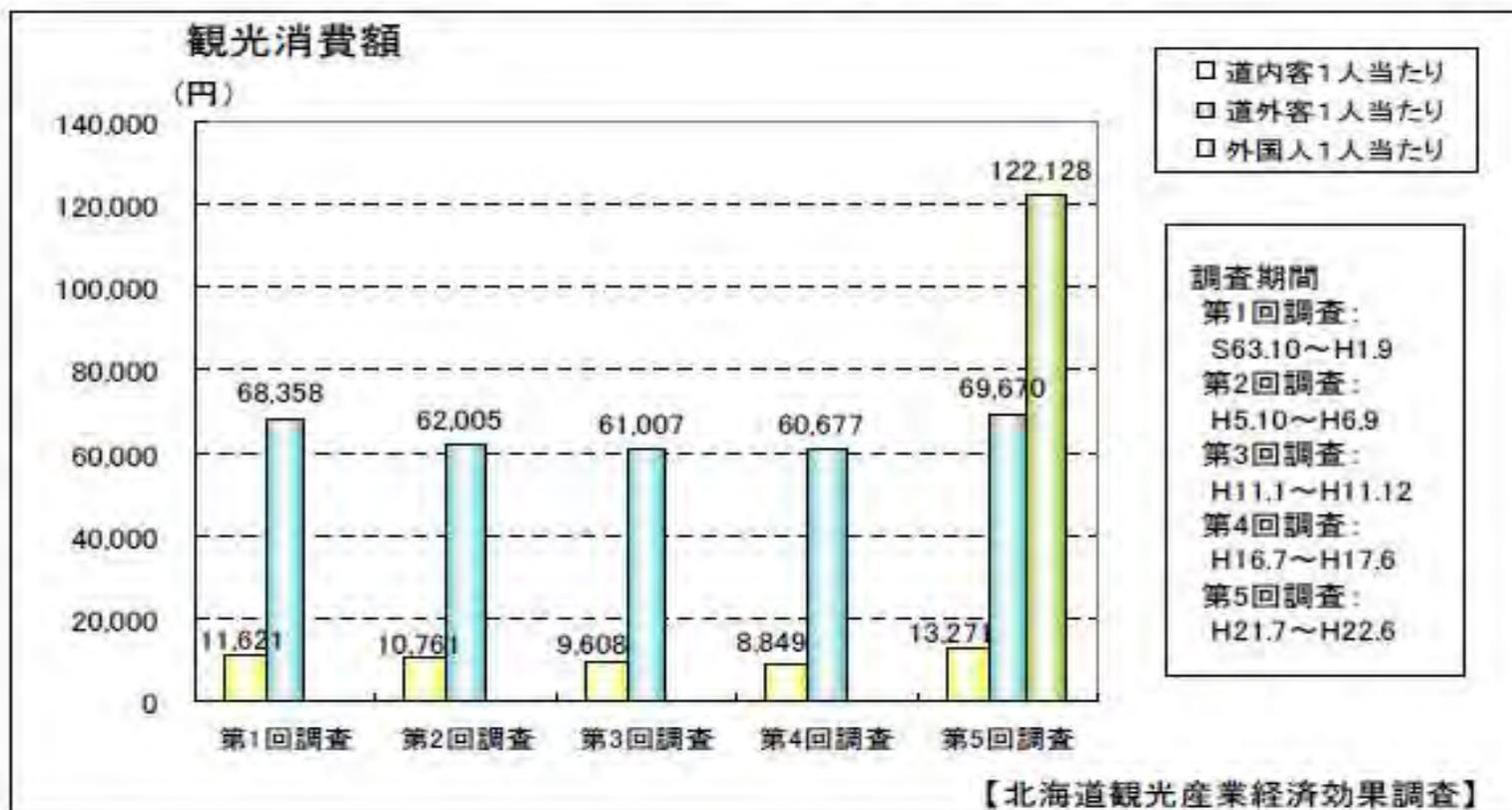
宿泊先の手配方法

宿泊先の手配方法をみると、インターネットを利用した割合が、若年層及び中間層で50%を超え、また、高齢層でも40%を超えており、ネット利用の割合が大きくなっている。



観光消費額単価

観光客が1回の観光行動で消費する金額をみると、道内客は13,271円、道外客は69,670円、訪日外国人来道者は122,128円となった。



注) 第1回~第4回調査の道内客は、1世帯当たりの消費額
第5回調査は、第4回までと推計手法を変更

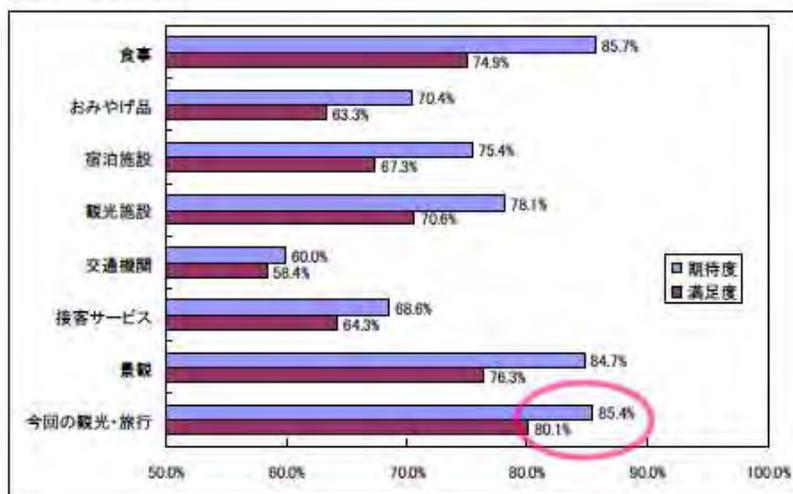
国内観光客の満足度

北海道観光の基礎データ(国内観光客の満足度)

北海道への観光・旅行に対する満足度は、比較的高いものの、事前の期待度が高いことから、満足度が期待度を下回っている状況にある。

旅行全般における期待度と満足度の比較

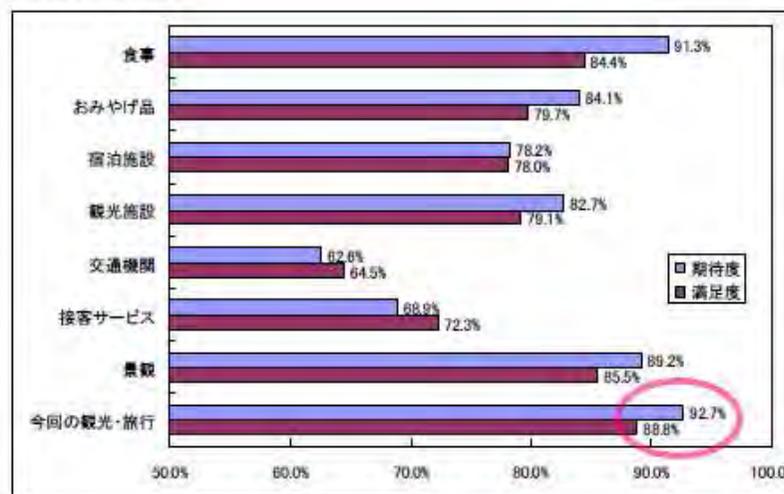
【道内観光客】



・道内観光客は、総合的な「今回の観光・旅行」に関する期待度が85.4%に対し、満足度が80.1%

・全ての項目において、満足度が期待度を下回った。

【道外観光客】



・道外観光客は、総合的な「今回の観光・旅行」に関する期待度が92.7%に対し、満足度が88.8%。

・「交通機関」と「接客サービス」は、満足度が期待度を上回った。

・その他は、満足度が期待度を下回った。

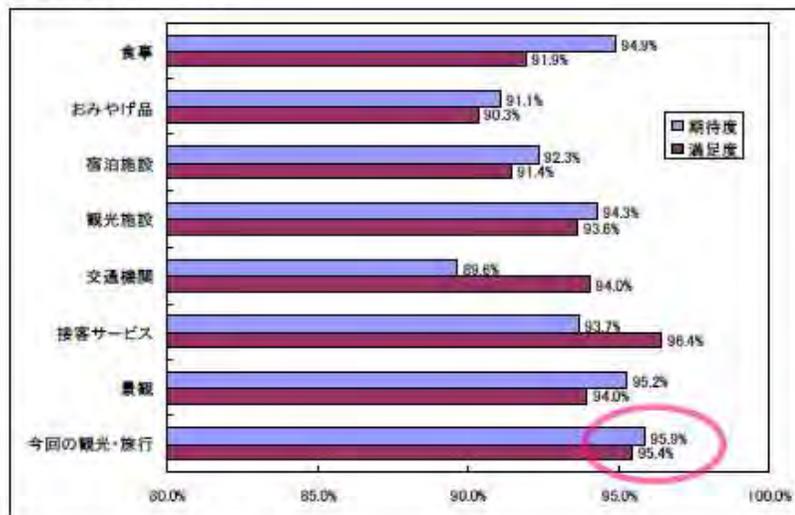
外国人観光客の満足度

北海道観光の基礎データ(外国人観光客の満足度)

北海道観光への満足度は95.4%と非常に高いものの、居住国・地域別では韓国人観光客の満足度が全体を下回っている状況にある。

旅行全般における期待度と満足度の比較

【外国人観光客】



・外国人観光客は、総合的な「今回の観光・旅行」に関する期待度が95.9%に対し、満足度が95.4%。

・「交通機関」と「接客サービス」は、満足度が期待度を上回った。

・その他は、満足度が期待度を下回った。

今回の観光・旅行(総合)への満足度の比較

【外国人観光客:居住国・地域別】

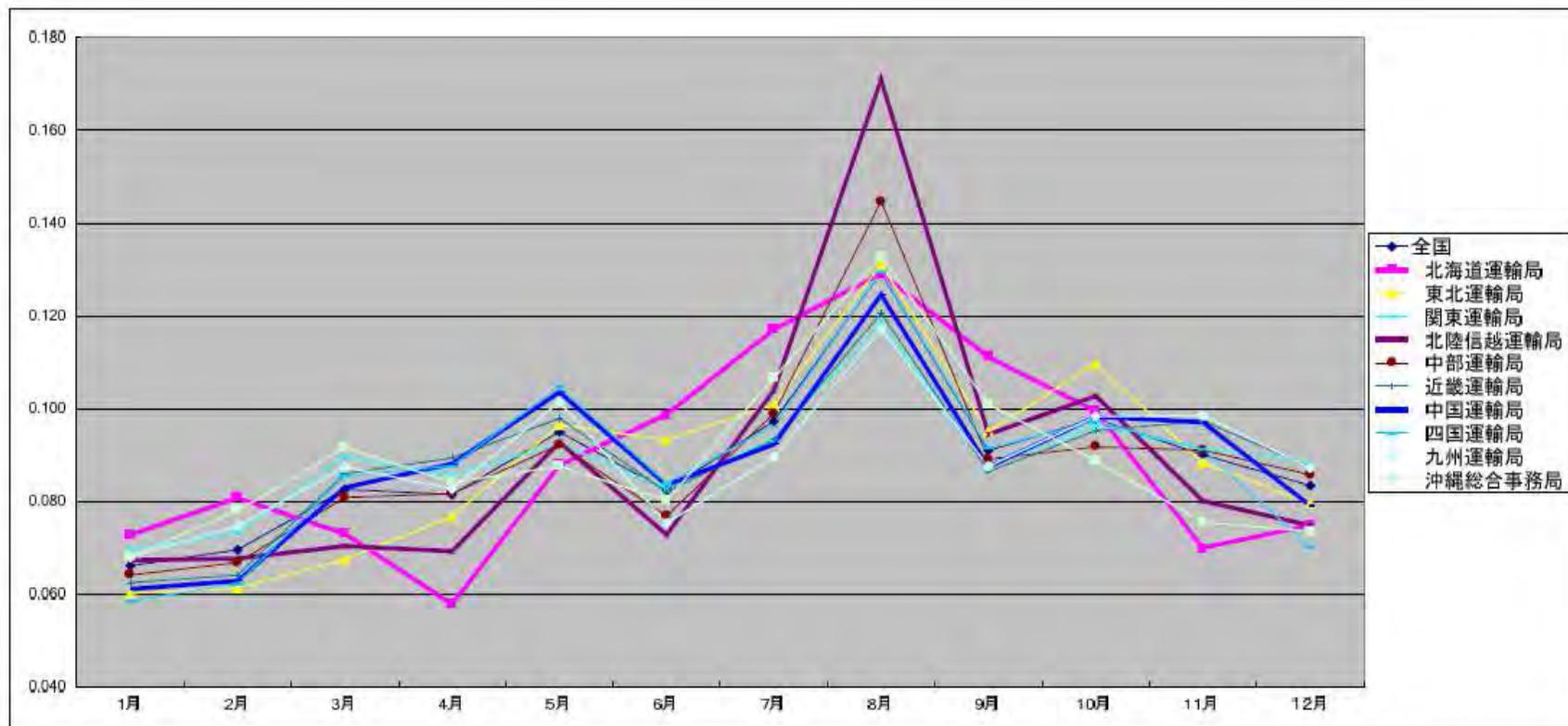


・外国人観光客の居住国・地域別の満足度は、「香港」が97.8%、「中国」が97.7%、「台湾」が97.5%と僅差が続いている。

出典: 平成23年度 観光客動態・満足度調査

ブロック別の季節波動の実態

宿泊ベースで北海道の季節変動をみると、北海道は北陸信越ブロックに次いで、季節変動が激しい。8月がピーク期、4月・11月がオフピーク期



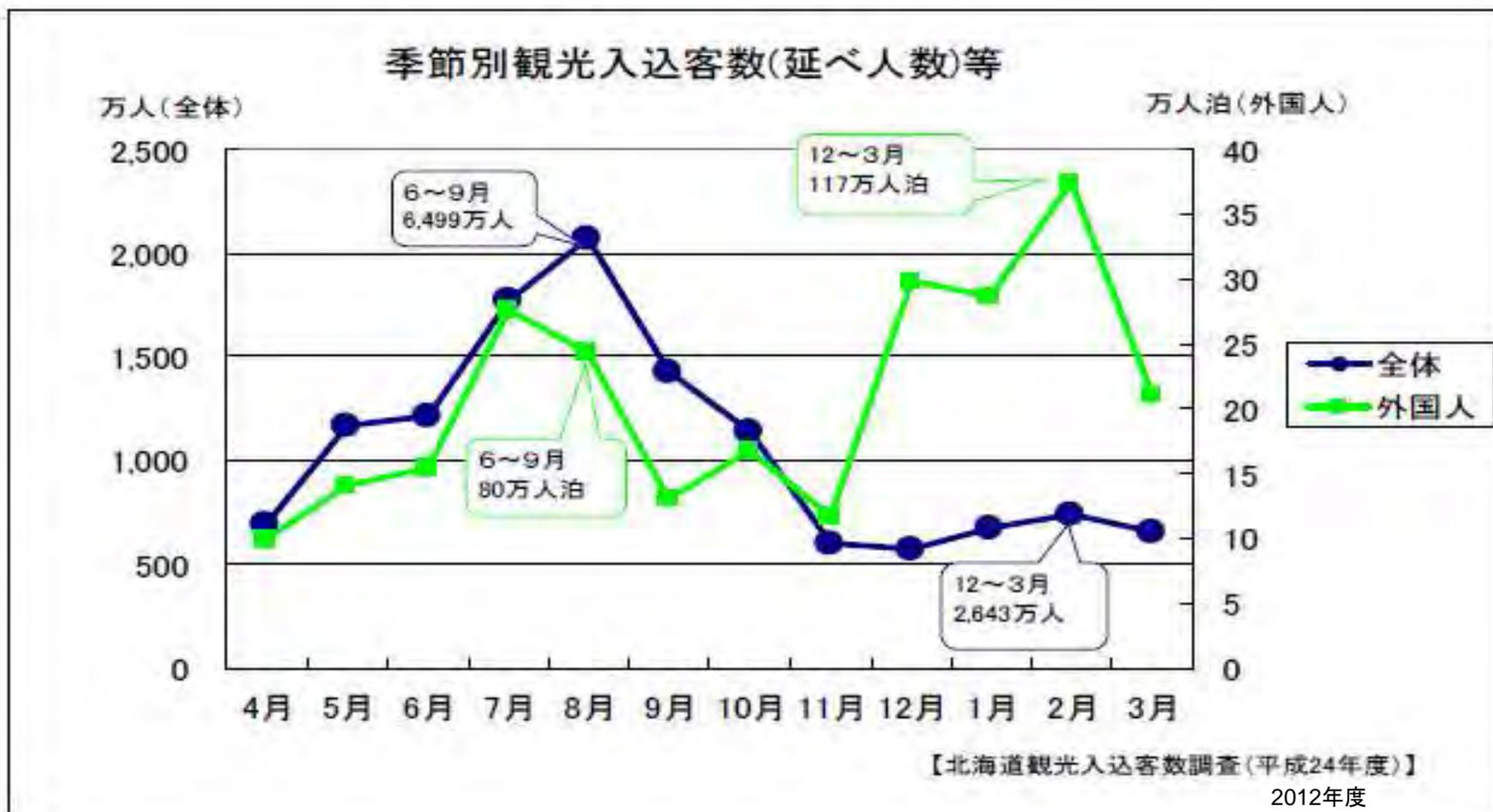
(ブロック毎の総延べ宿泊者数に占める各月の宿泊者数の割合の標準偏差)

北海道0.0209、東北0.0199、関東0.0117、北陸信越0.0279、中部0.0196、
近畿0.0147、中国0.0165、四国0.0184、九州0.0129、沖縄0.0170、全国0.0155

出典：観光庁宿泊旅行統計調査

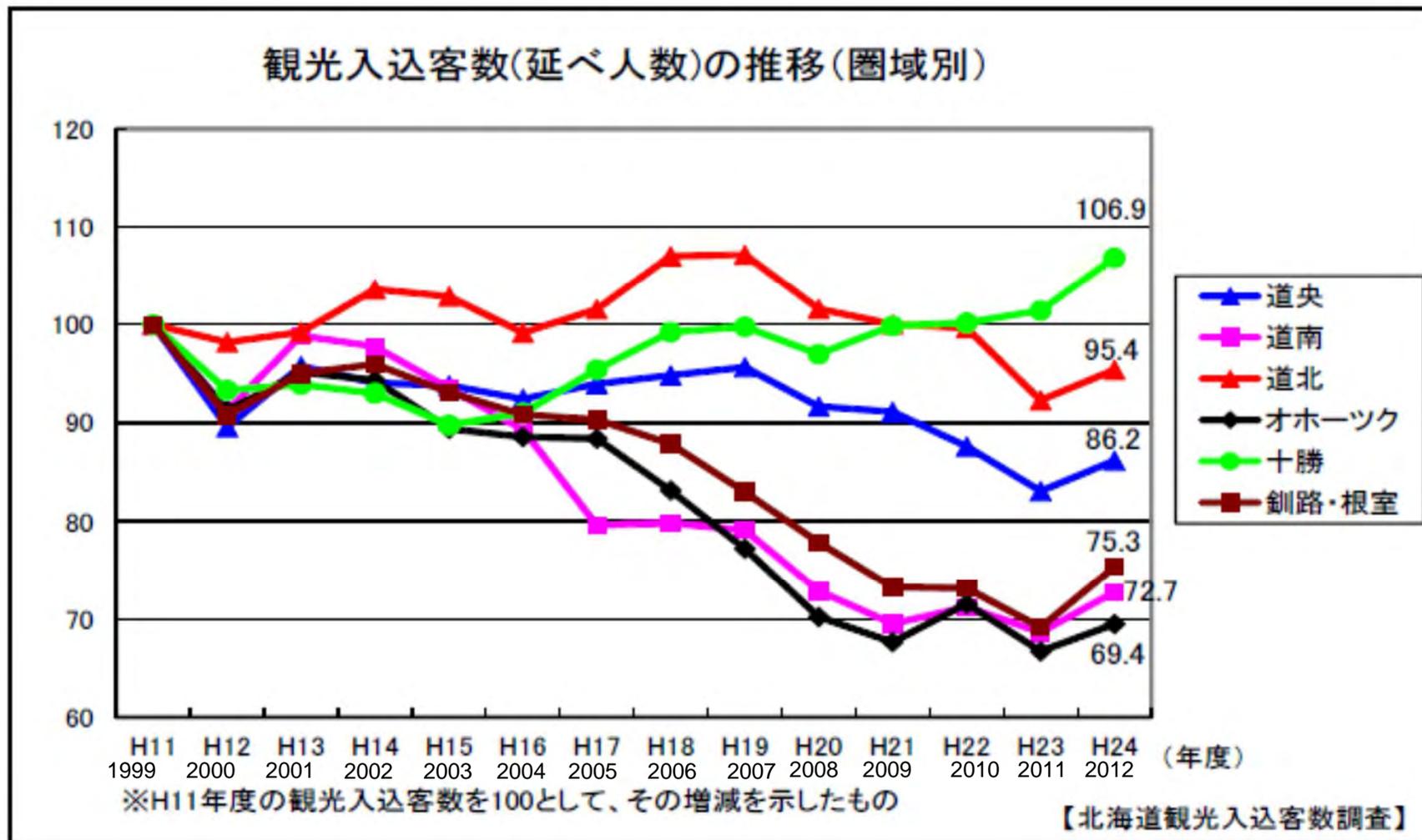
季節別観光入込客数(延べ人数)等

延べ人数(1億2,752万人)を季節別にみると、年間入込客数の約半分が夏季(6~9月)に集中し、冬季(12~3月)の入込客数は20%程度にとどまっている。一方、外国人は、夏と冬の2つのピークがある。



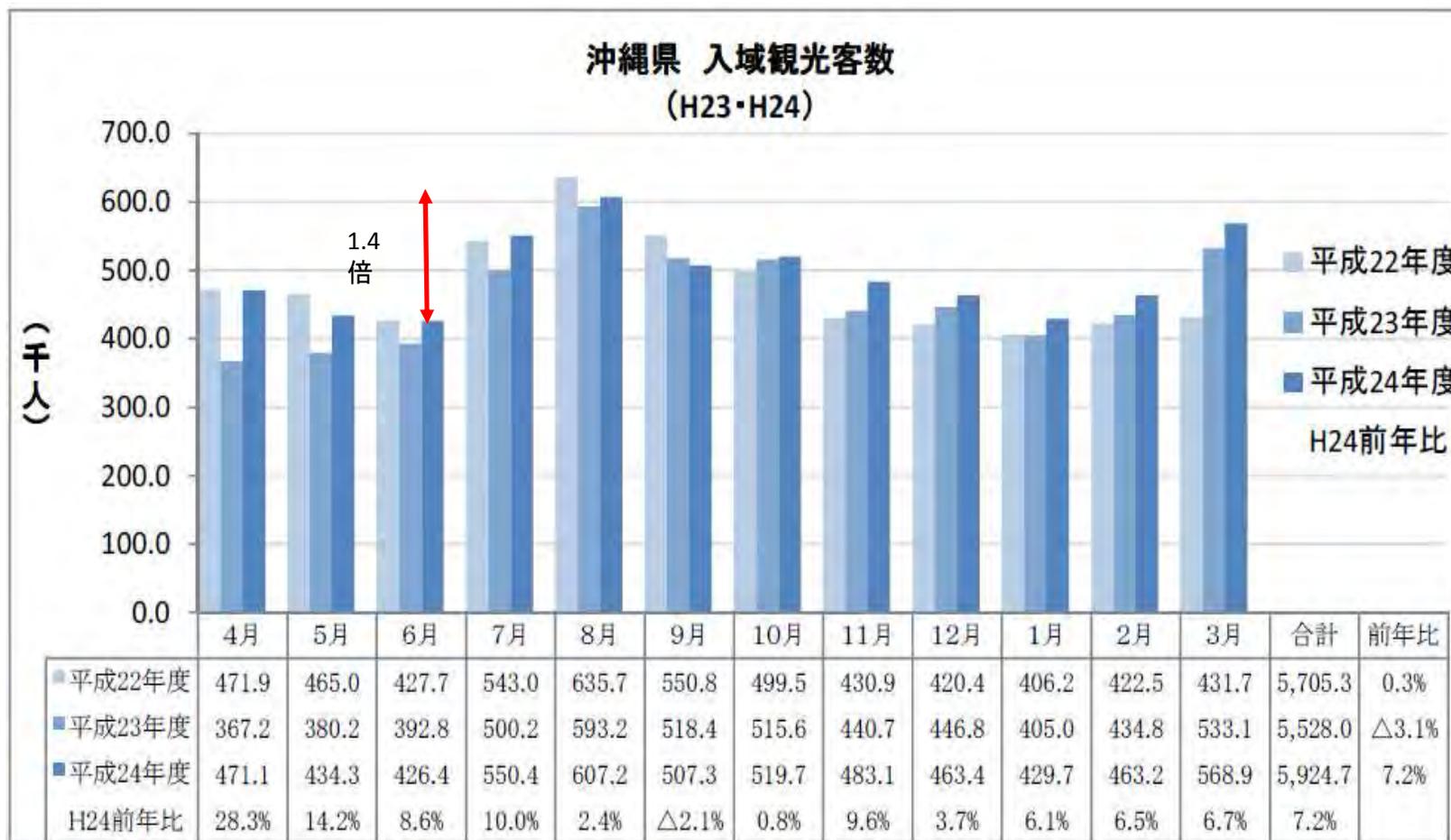
観光客入込客数(延べ人数)の推移(圏域別)

1999年年度の入込客数を100とすると、2012年度は、釧路・根室は75.3、道南(渡島・檜山)は72.7、オホーツクは69.4まで減少している。一方、十勝は106.9と増加しており、道東道の開通による交通アクセス向上の効果などが大きいと考えられる。



(参考) 沖縄の月別入込動向

- 県外観光客数の数値（県内観光客を含まない）。おおよそ年間6百万人程度で、うち外国人38万人（24年度北海道の道外宿泊客実数：610万人）
- 沖縄は8月の入込が最も多く、6月、1月の入込が少ない
- 季節繁閑の差は、最大で1.4倍程度
- もともと、2月の入込も少なかったが、プロ野球キャンプの誘致などを閑散期対策で実施し底上げを図っている。



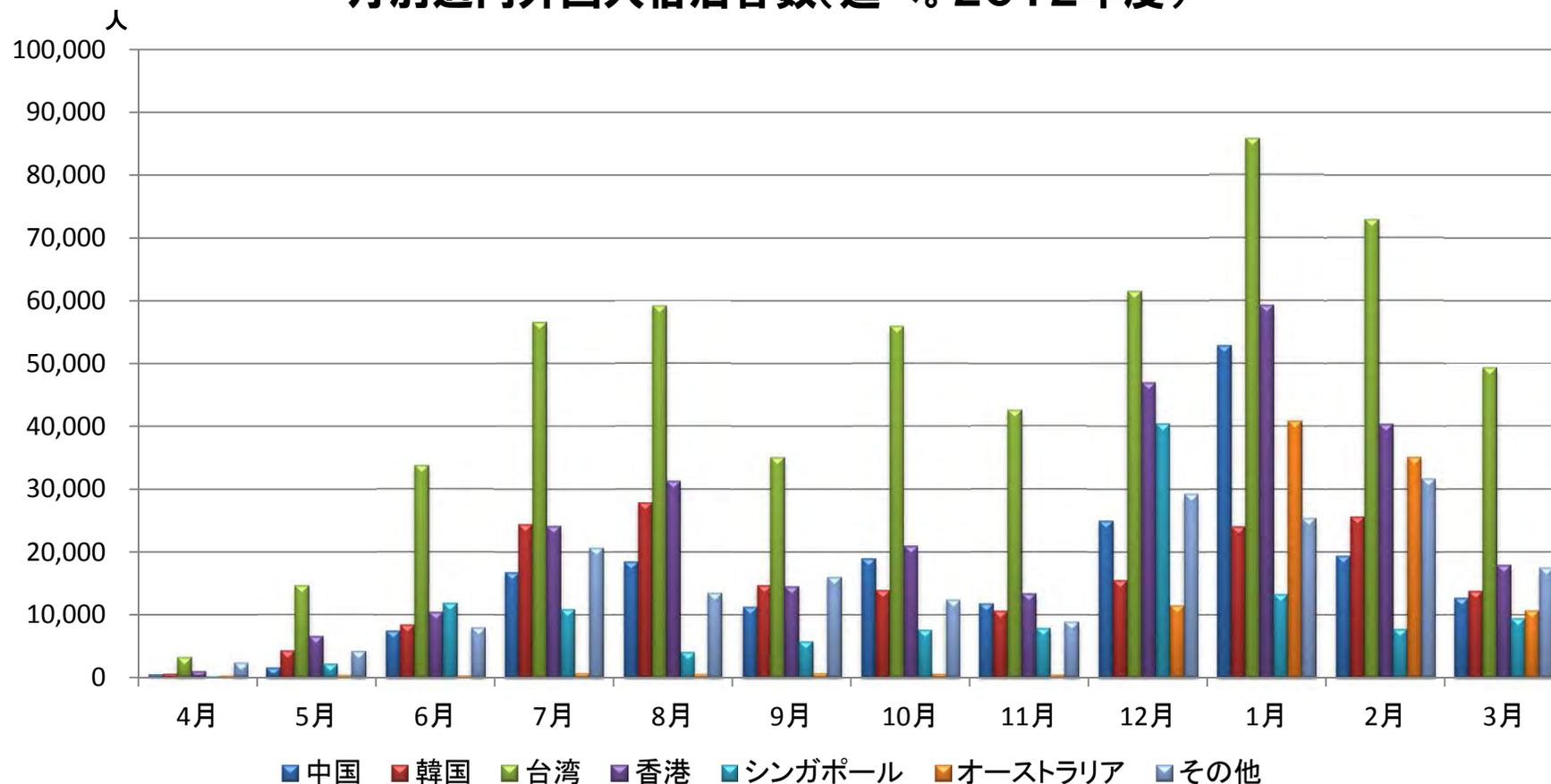
2010年度
2011年度
2012年度

(資料)「入域観光客統計概況」(沖縄県)

月別道内外国人宿泊数

- 道内の2012年度の外国人延べ宿泊者数は約250万人（1日当たり7千人弱）。
- 外国人宿泊客数は、12-2月と7-8月に多く、4-5月は低迷。冬場の観光需要を支えているのがインバウンド。
- 冬場も台湾、香港、中国が多い（春節の影響）が、延べ人数ではオーストラリアも上位。長期滞在傾向の強いことが見てとれる。

月別道内外国人宿泊客数(延べ。2012年度)



(資料)「訪日外国人宿泊客数(北海道)」

外国人宿泊延べ数の多い市町村

【宿泊延べ数の多い上位5カ国・地域】

順位	国名	宿泊延べ数	前年度比
1	台湾	876,863人泊	153.7%
2	香港	363,184人泊	126.4%
3	韓国	265,670人泊	144.4%
4	中国	263,699人泊	133.9%
5	オーストラリア	191,419人泊	187.0%

【中国の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	121,064人泊	157.1%
2	壮瞥町	14,815人泊	159.2%
3	登別市	12,961人泊	104.3%
4	千歳市	10,934人泊	124.8%
5	函館市	10,087人泊	143.5%

【台湾の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	253,281人泊	161.6%
2	函館市	137,118人泊	157.8%
3	登別市	104,937人泊	149.4%
4	上川町	75,765人泊	144.2%
5	洞爺湖町	38,829人泊	131.3%

【シンガポールの宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	46,705人泊	145.9%
2	倶知安町	17,151人泊	181.9%
3	新得町	14,030人泊	118.9%
4	上川町	11,485人泊	106.6%
5	登別市	11,038人泊	131.1%

【タイの宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	40,519人泊	372.5%
2	上川町	6,828人泊	410.8%
3	壮瞥町	4,436人泊	441.8%
4	登別市	3,924人泊	563.0%
5	ニセコ町	3,592人泊	484.8%

【宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	854,330人泊	161.1%
2	倶知安町	228,345人泊	177.0%
3	登別市	210,710人泊	136.6%
4	函館市	187,924人泊	155.9%
5	上川町	116,815人泊	147.5%

【韓国の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	103,434人泊	151.0%
2	登別市	44,867人泊	134.0%
3	ニセコ町	13,919人泊	172.1%
4	留寿都村	12,405人泊	122.2%
5	函館市	10,961人泊	177.9%

【香港の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	142,245人泊	117.2%
2	倶知安町	40,338人泊	162.5%
3	登別市	22,309人泊	99.0%
4	ニセコ町	17,550人泊	139.4%
5	小樽市	16,816人泊	123.5%

【オーストラリアの宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	倶知安町	127,986人泊	184.2%
2	ニセコ町	15,206人泊	202.0%
3	札幌市	11,224人泊	212.3%
4	新得町	10,534人泊	207.0%
5	留寿都村	10,136人泊	217.4%

・外国人宿泊の多い地域は札幌が圧倒的だが、ニセコを擁する倶知安町、層雲峡温泉のある上川町がルート観光の宿泊拠点として、それぞれ上位。

・倶知安町、ニセコ町（ニセコスキー場）、留寿都村（ルスツスキー場）などスキーリゾートに人気。

【道内各地のインバウンドの取り組み】

・登別市

外国人旅行者の誘客に本格的に取り組んだのは1996年。日本の人口は減少に転じるとの推計を契機に、香港を初めとして台湾、韓国からの誘客を強化。この結果、1996年に3か国で5千人/年の延べ宿泊者数が3年後の1999年で51千人/年と約10倍に増加。更に登別市では韓国、台湾、中国、モンゴルなどアジア各国から自治体職員を研修員として毎年受け入れ、インバウンドの受入体制の向上と宣伝広告効果を両立。

・歌登(枝幸町)

札幌から約300キロ離れ、周辺には目ぼしい観光資源の無い「うたのぼりグリーンパークホテル」がタイ人観光客に人気。氷点下の中で体験する雪像づくりや、北海道文化と関係の無い和太鼓、手巻きすしやたこ焼き作り、流しそうめんなど、タイ人観光客の日本文化へのニーズを取り込んだサービスの提供が、SNSを通じて紹介されたことが契機。

(資料)「北海道観光入込客数調査報告書—平成24年度(北海道)」

データからみる北海道観光の課題

■大きな季節変動への対応、閑散期対策が課題。

■北海道観光の基礎需要は道内客。道内の観光産業の安定経営を支えていることから、その振興も看過できないが、北海道の人口減少が予想されている中で、将来を見すえ、道内客の需要対応を超えて道外客需要対応を一層強化することが課題。

■国内道外客の多くがリピーターであることから、新たな観光資源の掘り起し・磨き上げ等リピーター対策が重要。

■日本人の来道未経験者を対象に、将来リピーターとなることが期待される新たな来道者を掘り起こすことも重要。

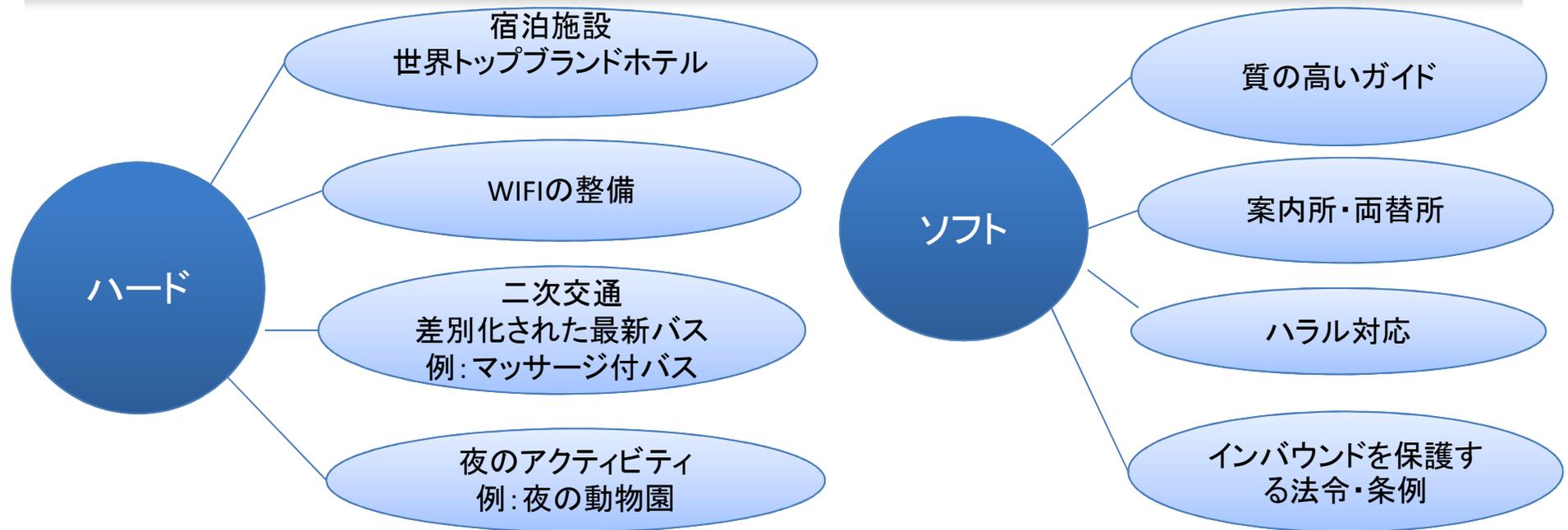
■家族旅行の割合が多いことから、家族で旅行しやすい環境整備が重要。

■一人旅の需要が一定程度あること、また、LCCの就航等で一人旅需要がさらに伸びることも予想されることから、これへの対応も重要。

■外国人観光客の割合は全国より高く、北海道はインバウンド先進地と言えるが、更に伸ばすことが課題。

それと同時に受入環境整備が急務となっている。

北海道観光に不足しているもの



北海道経済停滞ムードを打破

インバウンドを中心とした観光産業の発展

投資が必要不可欠

北海道の観光戦略まとめ



項目	内容
北海道ブランド確立	<ul style="list-style-type: none"> ・アジアで唯一西欧田園地域の豊かなライフスタイルを享受できる地域 ・道内地域の「地域イメージのブランド化」 各地域の個性特性を活かしたインパクトのあるコンセプト造り。
北海道経済の高付加価値化	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源の磨き上げ「わざわざ行くだけの価値」創造 ・ライフスタイルツーリズム ゴルフ、乗馬、マラソン、サイクリング、ハイキング、スキー、ワイン、チーズ、エゾシカ等のジビエ料理 ・ニューツーリズム振興（観光産業と他産業の連携） （グリーン、エコ、スポーツ等ニューツーリズム） ・地域資源を活用したラグジュアリー観光 ・クルーズ振興（寄港に向けた積極誘致） ・6次産業化による経済波及効果の拡大
観光地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・観光、農林水産、商工業、NPO、行政、住民が連携した 「地域観光プラットフォーム構築」 ・観光人財育成 ・観光資源の保全エコツーリズム、アウトドア体験、アイヌ文化の伝承 ・新幹線、LCC等新たな交通ネットワークへの対応 （東北・北海道連携、道南・札幌、小樽、他地域連携）
情報発信プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットを明確にしたICT、テレビ、メディア等を活用した情報発信・PR ・Wi-Fi等ネット環境整備改善による外国人向け旅行者への情報提供
交通・交流の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・交通機関そのものを観光資源化 点在する観光資源を結び、ダイヤ設定、イベント実施、車両改装等 ・航空路線、チャーター便の拡充 ・フェリー、離島航路、遊覧船等「船旅」の魅力を創出

ロングステイの促進と旅行需要の平準化＝満足度の向上を目指す

株式会社JTBの市場価値の変化



【従来のJTBの価値】

お客様にとって

- 【情報】国内・海外の様々な旅行情報の源
- 【案内】自分では行けない「未知の世界への案内人」
- 【商品】バラエティ豊かな多様な旅行商品を提供

ステークホルダーにとって

- 【送客】ホテル、旅館、航空、鉄道等への圧倒的な送客力

アウトバウンド中心

＜発営業機能＞
域内の旅客を
海外・国内に運ぶ

環境変化
に伴う
JTBの
機能変化

環境変化

価値の変化

『IT進化によるパラダイムシフト』

インターネットによる自由な情報獲得、宿・交通等の手配が可能に

ニーズの変化

マストツーリズム(団体・見物型)→ニューツーリズム(個人・参加型)へ

【今後のJTBの価値】

お客様にとって

- 【情報】地元の人しか知らないこと、その土地ならではのもの
- 【案内】自分では出会えない人・食・学等を通じた感動への案内
- 【商品】体験・交流など希少価値の高い商品を提供

ステークホルダーにとって

- 【集客】地域宿泊機関への安定・継続的な集客(海外客含)

地域にとって

- 【活性化】観光を基軸とした経済波及効果と雇用促進

地域活性化のための総合プロデュース

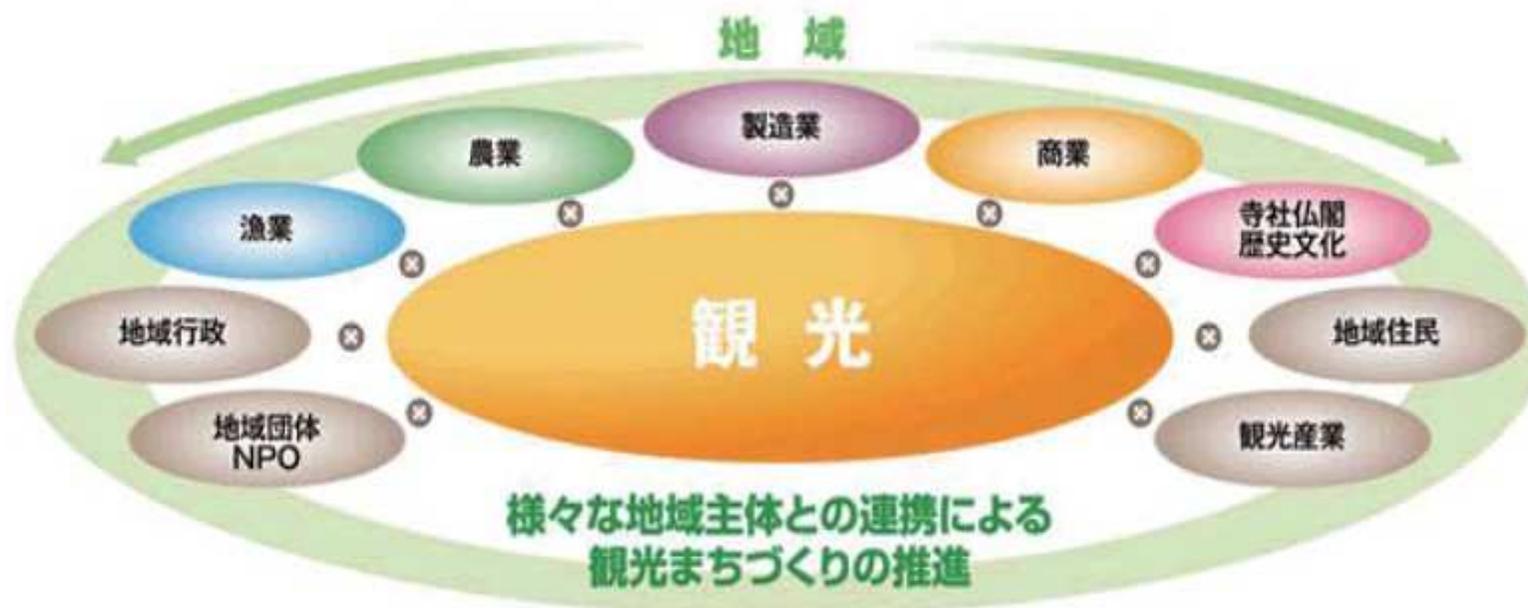
インバウンドへの加重

＜受機能＞
海外・国内から
旅客を呼び込む

JTB今後の価値は『地域に人を呼び込み、活性化に貢献すること』²³

JTB地域交流プロジェクト

～観光まちづくりによる地域活性化～



■ 調査コンサルティング

■ 地域プロモーション実施

■ 集客・交流アクションプラン策定

■ JTB流通商品プロジェクト

地域交流プロジェクト事例①

■道内地域交流マラソン事業

JTB北海道ではマラソンコースの企画から立案・運営・集客まで一貫した受注が可能。

地域再訪率が高い「ランナー」を呼び、地域を回遊いただく仕組みを作る事で、持続可能な大会運営と地域への経済波及を築き、その町のファン作りの提言を行っている



北オホーツク100kmマラソンは2011年より継続実施。現在、リピーター率33%。参加人員と浜頓別町ファンが毎年増え、年間を通じた交流人口拡大のきっかけを作った。

例: さっぽろスマイルトリム&ラン 2100名集客
フードバレーとかちマラソン 4200名集客

地域交流プロジェクト事例②

【パ酒ポート】事業(JTB北海道)

北海道産のお酒の活性化を目的に2011年12月「北海道広域道産酒協議会」を設立。

目的

「道産酒」×「地域の食」×「ツーリズム」をコラボレートさせ、北海道産酒の消費拡大及び「道産酒」を通じて人々の交流を促進させながら、道産酒の活性化を図ること。

具体的手法

『パ酒ポート』というパスポートをもじった道産酒情報スタンプラリー帳を製作し、北海道の日本酒の蔵、ワインの醸造所、ビールの工場、ウイスキー醸造所を巡る仕掛けを作り、消費者に北海道産のお酒について理解を深めさせる。



地域交流プロジェクト事例③



北洋銀行との連携協定



株式会社北洋銀行

北海道を代表する金融機関の一つとしての
広範な産業分野や
官民にまたがるネットワーク力



株式会社JTB北海道

旅行業で培った観光マーケティング力
全国・全世界のJTBネットワークの活用

I. 調査研究・開発

～『北海道いい旅』を生み出すために～

新たな観光の可能性調査やコンテンツ開発を通じて、『いい旅』の元となる素材をテーマとエリアに分けて掘り起こします。

II. 商品造成・PR

～『北海道いい旅』を知ってもらうために～

開発したコンテンツ等を活用した新たな旅行商品やそれらのPRを通じて、『いい旅』を広く知ってもらいます。

III. 発信・提案

～『北海道いい旅』を広げるために～

事業を通じて得られた知見を広く情報発信し、『いい旅』を広げるための活動を行っていきます。

- ◆ 観光を通じた北海道経済の活性化
- ◆ 本物の北海道の魅力を体感できる『北海道いい旅』の創造

※ 『北海道いい旅』～北海道が誇る豊かな自然や新鮮でおいしい食べ物が体感でき、人々との交流を創造する本物の北海道旅行を指す造語



観光振興へ連携

JTBと北洋銀協定

JTB北海道(札幌)と北洋銀行は24日、観光分野で相互協力し、経済活性化を目指す連携協定を締結した。北洋銀行が全道182店舗の情報をもとに、意欲のある農家や漁業者を紹介。これらを参考にJTB北海道が新たな体験型の旅行商品を開発し、雇用創出にもつなげる。札幌市の北洋大通センターで行われた調印式には古田和吉社長と柴田龍副頭取が出席。古田社長は、まずは農場などの生産現場を見たり収穫物の加工を体験できるツアーを企画する考えを示し「早く成功事例を作りたい」と意欲を示した。柴田副頭取は「北海道新幹線の開業で、道内観光への意識は一層高まるはず。観光関連産業への金融支援にも取り組みたい」と述べた。

地域交流プロジェクト事例④

地元バス会社、宿泊施設様との連携事業 その1 函館山夜景バス運行事業

1992年頃～

当時から函館山は観光の目玉として、函館を訪れる大部分の旅行者が見学していた。しかしながら、個人で旅行に来た観光者は、マイカーもしくは電車に乗って函館山へ行くアクセスのみであった。

【バス会社】 当日の天候によって乗車数が大きく変動するため自主運営に消極的だった。また、バス会社のみでの集客に不安を抱いていた。

【宿泊施設】 湯の川地区からのバス運行について期待感が高まっていた。

【JTB】 **当時の函館支店長が上記の状況を踏まえて、湯の川地区全ホテルをまわって、函館山山頂まで行く定期観光バスの運行協力を、バス会社・宿泊施設を回って交渉し、実施にこぎつけた。**



湯ノ川温泉から函館山への散策バス運行による函館観光の

魅力アップをJTBとしてサポート

地域交流プロジェクト事例⑤

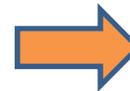
地元バス会社、宿泊施設様との連携事業その2札幌もいわ山夜景バス・クルーズバス運行事業



札幌もいわ山夜景バス
当日各ホテル出発時間15分前まで予約OK



クルーズバス
札幌での最終日、ホテル～中央卸売市場場外市場、小樽を観光し新千歳空港へ



- ・中央バスの定期観光バス事業をコンセプト・ルート開発からJTB北海道がサポート。
 - ・札幌市内主要4ホテルからの出発対応で利用者の利便性向上。
 - ・エースJTBパンフレットへの掲載をはじめ複数メディアにてPR
- ⇒札幌の新たな夜の「過ごし方」(夜景バス)と忙しい札幌最終日の有意義な「過ごし方」(クルーズバス)を提案。

北海道感動の瞬間100選実行委員会 公式サイト

あなたの知らない北海道の素顔を探す旅にでかけよう！

北海道 感動の瞬間100選

北海道には、雄大な自然や生き物たち、気象現象、そこに暮らす人々の営みなどから生まれた壮大な風景が無数にある。

その中から、旅人におすすめの「感動の瞬間100選」をご紹介します。

見渡す限りの花畑や牧草地、幻想的な雲海から昇る太陽、

早朝に一齐に飛び立つ渡り鳥、厳しい北の大地に自生する花々…

いつもの旅では味わえない感動がきっとみつけるはず。

なかなか見れない、けれど、見れた時の感動は大きい
「感動の瞬間」を100選定

2014年度～選定を全国に拡大

宮島沼 マガンのねぐら立ち

時期:4月中旬～下旬(ねぐら立ちは早朝4:30頃)
9月下旬～10月中旬(ねぐら立ちは早朝5:30頃)



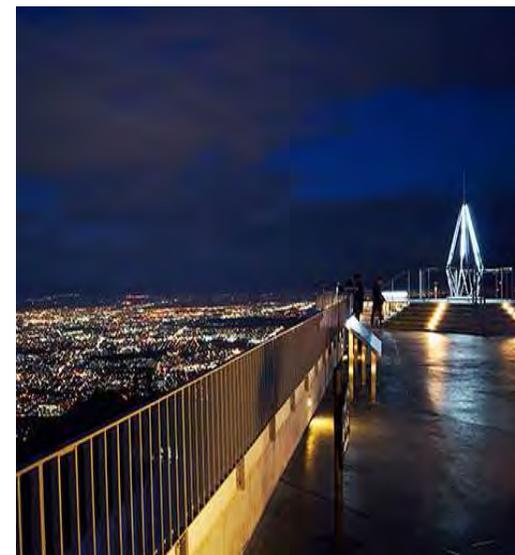
北海道大学構内のイチヨウ並木

時期: 10月下旬～11月上旬



190万都市札幌を望む藻岩山の夜景

時期:6月初旬～10月上旬



白老ウヨロ川 サケの遡上

時期:9月中旬～11月下旬



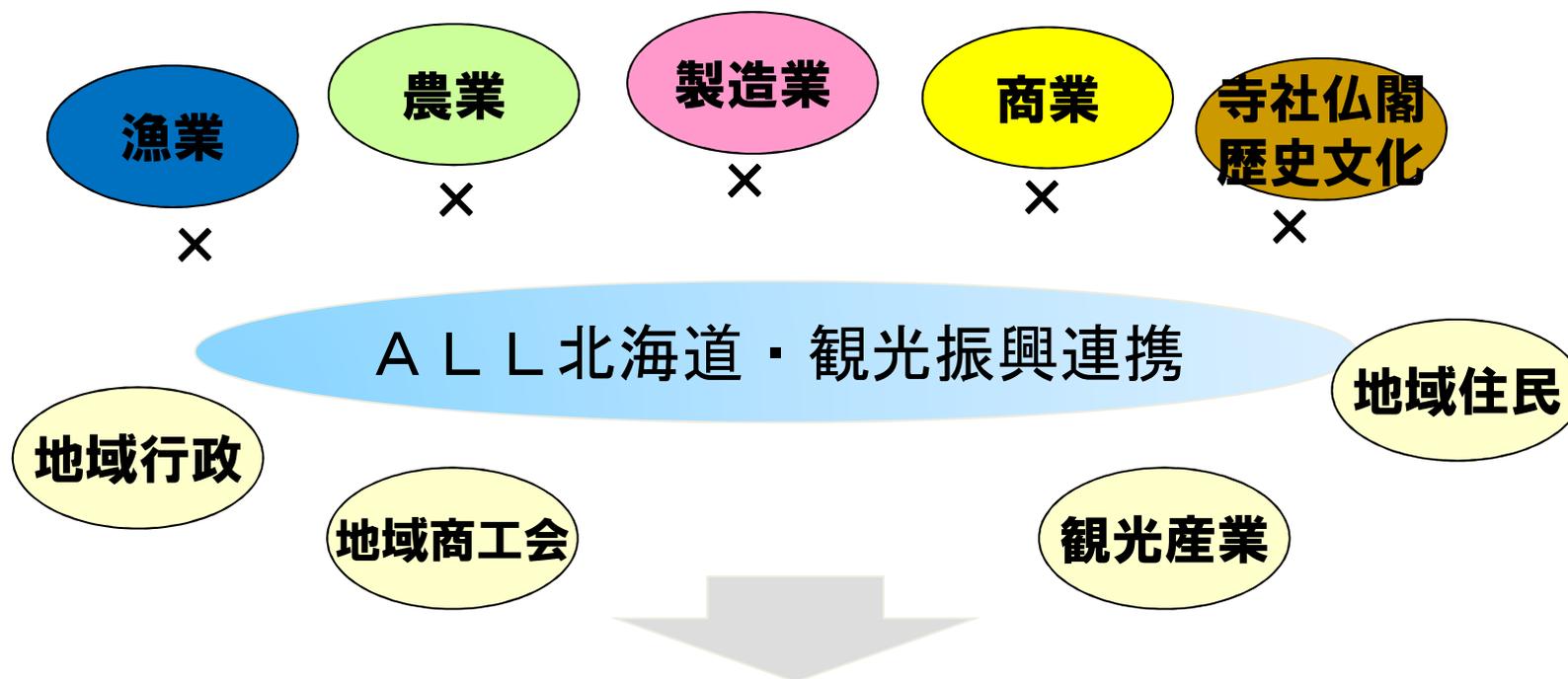
ばんえい競馬 朝の調教風景

時期：12～3月の毎週日曜日の朝に実施、6:30(2月中旬からは6:00)から開始



まとめ：業界を超えた連携の重要性

観光振興は、旅行・観光業界だけでは新たな需要は喚起できない。
業界を超えて知恵を出し合い連携したALL北海道での取り組みが重要



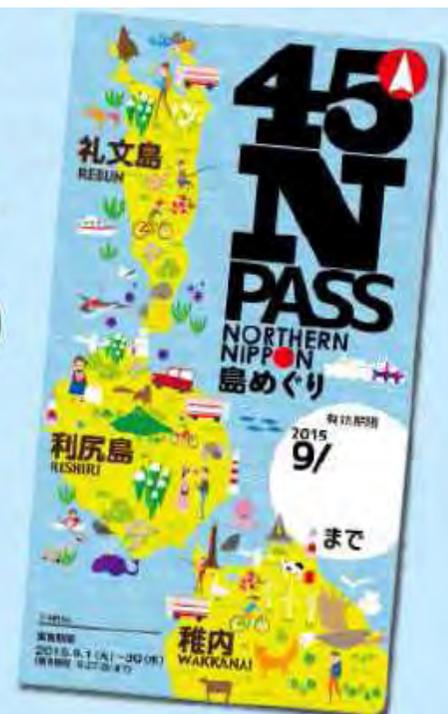
北海道・新観光ブランド創出

観光交流人口の増加 地域産業活性化

45° N PASS とは

稚内・利尻島・礼文島をめぐる
フェリー&路線バス
4日間乗り放題の
フリーパス！

ご購入から**4日間有効**

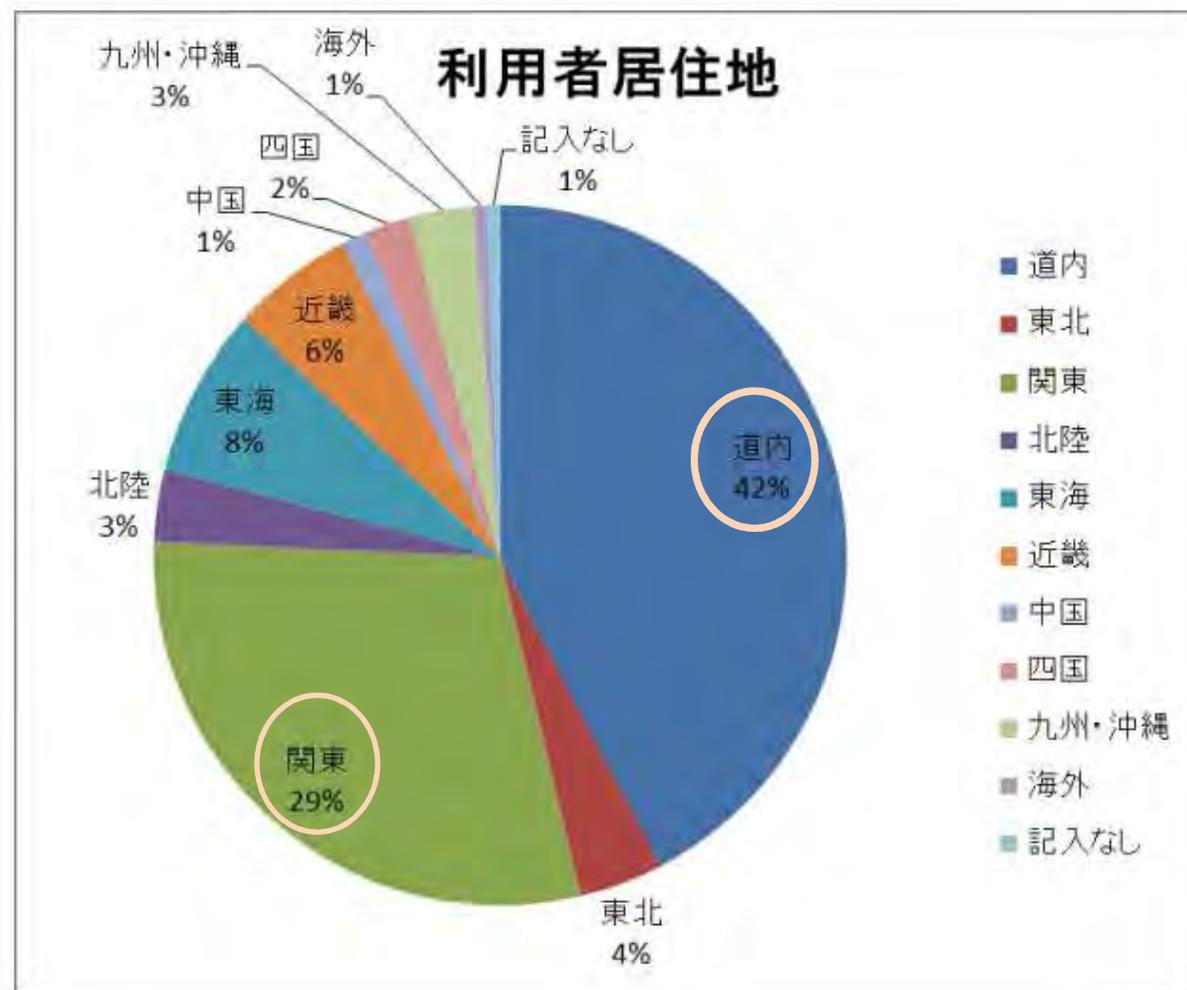


- 実施主体：利尻礼文観光推進協議会
稚内夏期観光客誘致協議会
- 実施期間：2015年9月の1ヶ月間実施
- 募集人員：500名 → 366名の集客

45° N PASS ができた背景

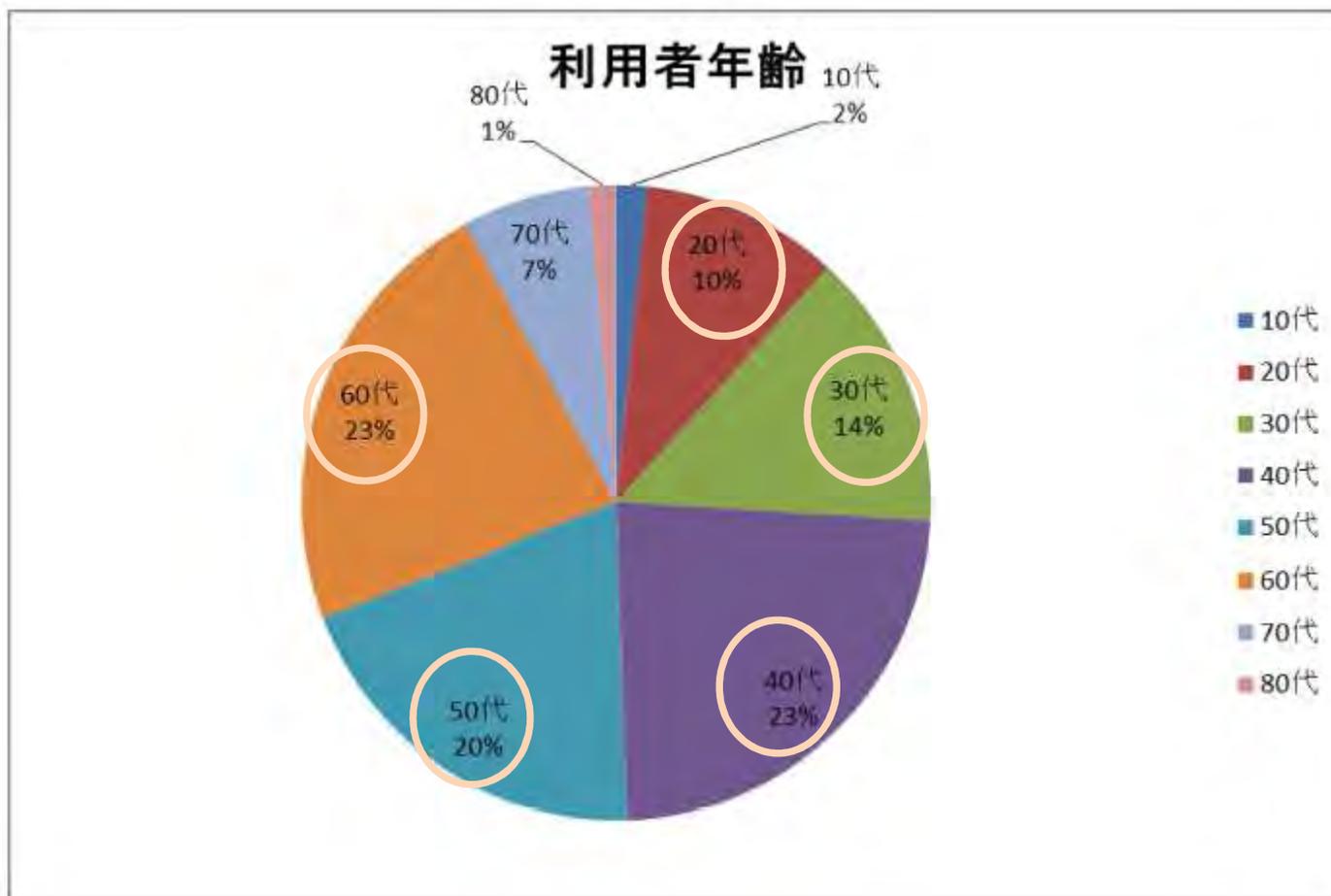
- ・2010年から2014年の5年間、礼文島観光協会単独で個人客対象にフェリーが無料になるキャンペーンを行った。
- ・当初礼文島への誘客が事業目的で、利尻や稚内との連携は無かったが、団体観光客が減少していくなか、更に個人客の増加を目指すには利尻や、稚内との連携が必要と認識が強まる
- ・2013年頃より、事あるごとに礼文島のキャンペーンを担当されていたK様と一緒に、この連携についての必要性を訴え、各市町の方の理解を徐々に得、またキャリアであるバス事業者、フェリー事業者の協力も得て出来上がった。

45° N PASS 参加者属性



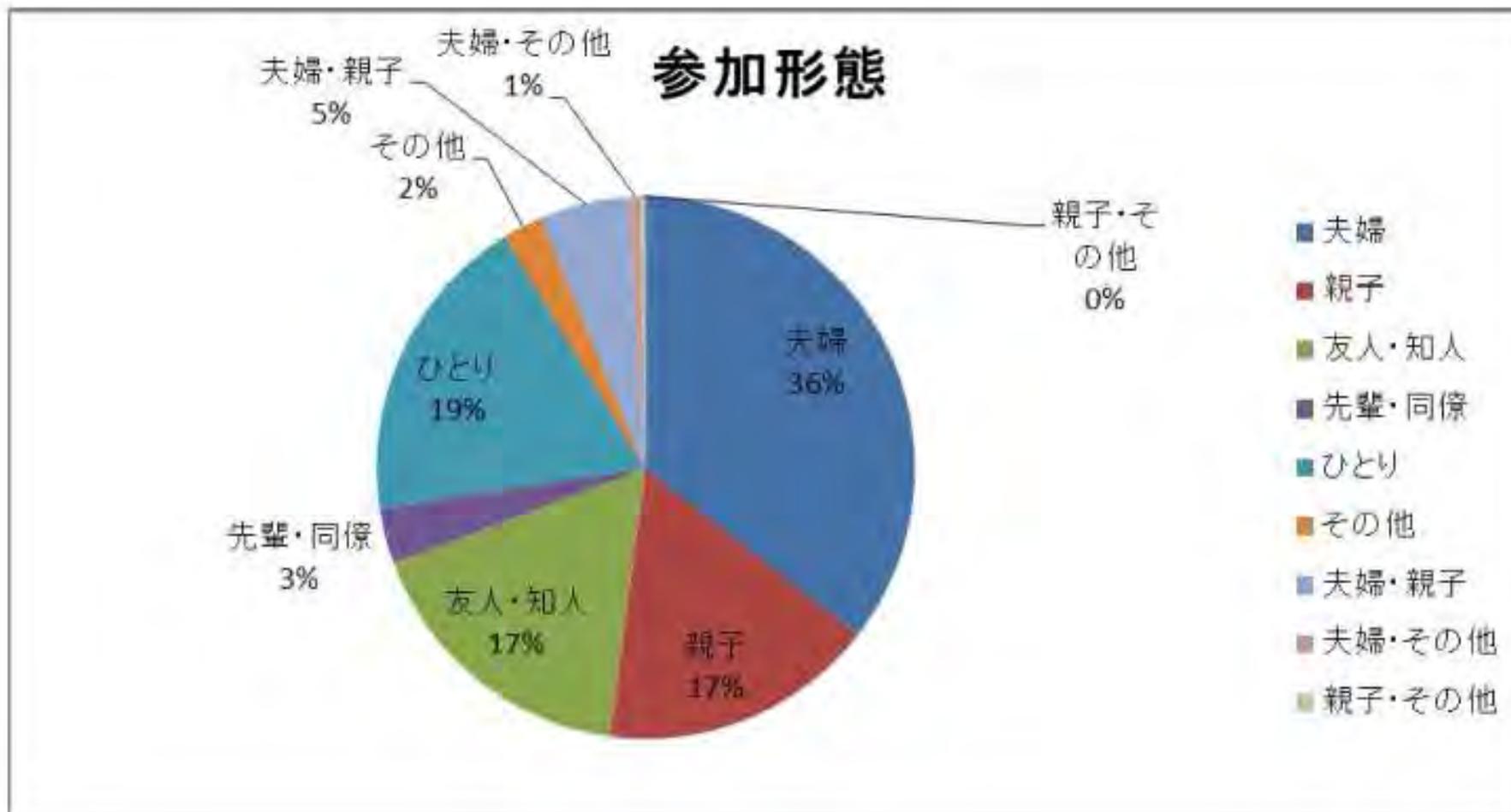
統計速報資料作成：一般社団法人稚内観光協会

45° N PASS 参加者属性



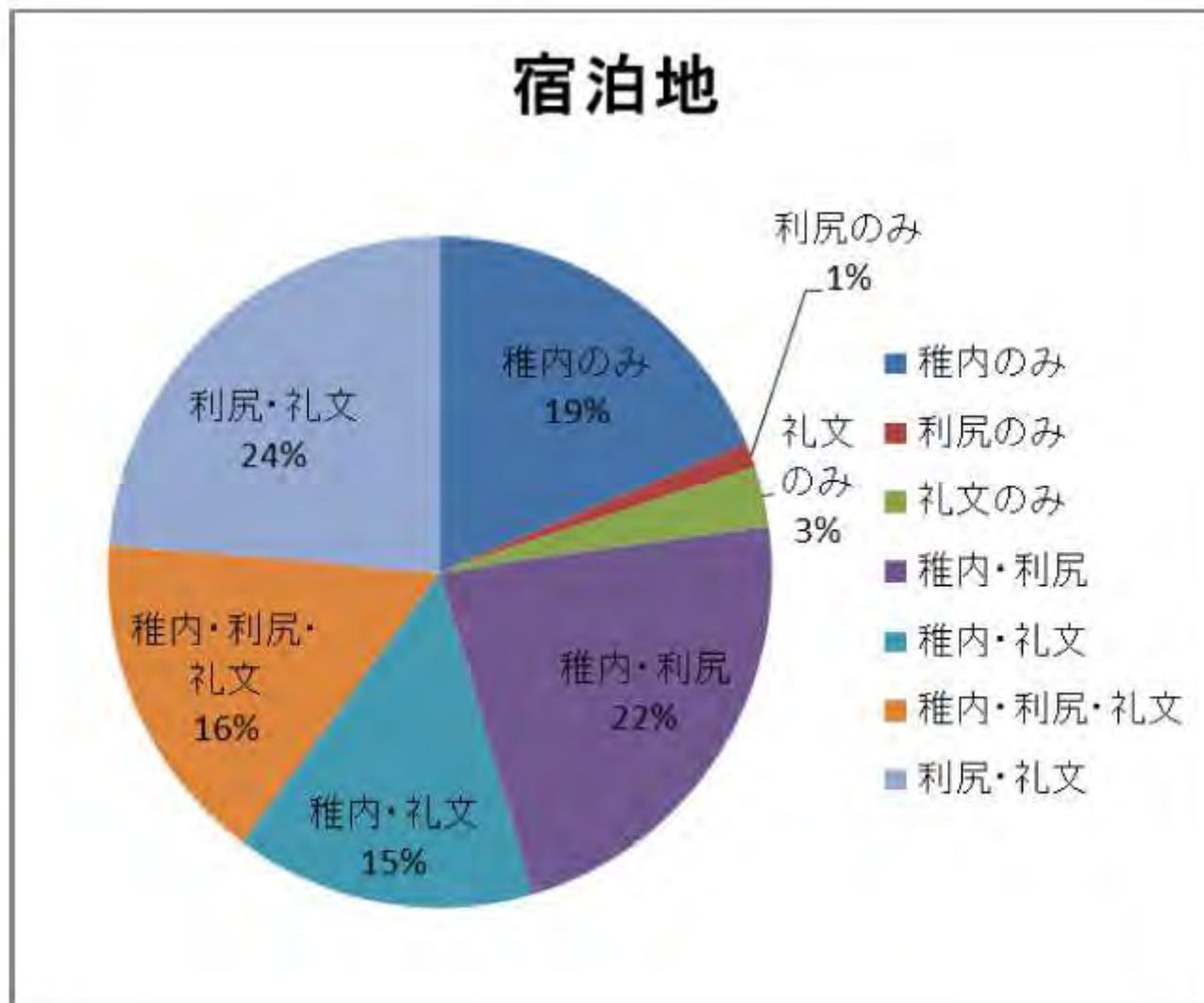
統計速報資料作成：一般社団法人稚内観光協会

45° N PASS 参加者属性



統計速報資料作成：一般社団法人稚内観光協会

45° N PASS 参加者属性



統計速報資料作成：一般社団法人稚内観光協会