

日本版DMO形成・確立計画(平成29年10月更新)

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO	
日本版DMO候補法人の名称	公益社団法人 北海道観光振興機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	北海道全域	
所在地	北海道 札幌市	
設立時期	1946年(昭和21年)4月「北海道観光連盟(任意団体)」結成 1962年(昭和37年)11月「社団法人 北海道観光連盟」改組 2008年(平成20年)4月「社団法人 北海道観光振興機構」発足 2013年(平成25年)4月「公益社団法人 北海道観光振興機構」へ移行	
職員数	常勤職員数41人(プロパー職員12名、出向者29名)	
代表者 (トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 会長 堰八 義博 (出身組織名) (株)北海道銀行	平成28年6月から現職。幅広い政財界の人的ネットワークを活かしながら、北海道の地域と産業を牽引する観光の中核組織のトップとして、自ら先頭に立ち、観光による地域活性化に取り組まれている。
各部門の責任者 (各種データの分析・収集・マーケティング)	(氏名) 橋屋 哲(専従) (出身組織名) 近畿日本ツーリスト (株)	大手旅行代理店に約35年間勤務。首都圏において旅行商品造成、販売戦略、地域振興事業等の業務に従事し、観光マーケティングに関する高い知見と能力を持つ。
各部門の責任者 (国内プロモーション)	(氏名) 生川 幸伸(専従)プロパー職員	当機構に約19年勤務。これまで、国内外のプロモーションの業務を多く経験しており、豊富な知識、経験と高い能力を持つ。
各部門の責任者 (国際プロモーション)	(氏名) 佐藤 尚弘(専従)プロパー職員	当機構に約9年勤務。これまで、国内外のプロモーションの業務を多く経験しており、豊富な知識、経験と高い能力を持つ。
各部門の責任者 (着地型旅行商品の開発支援)	(氏名) 秋井 卓也(専従) (出身組織名) (株)ジャルセールス	大手航空会社に約20年間勤務。道内各地の事情に精通しており、特に旅行商品開発などに民間ならではのノウハウ、豊富な知識、経験と高い能力を持つ。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>北海道 経済部観光局 (観光政策全般) 北海道 総合政策部交通政策局 (交通ネットワーク) 北海道 14 総合振興局・振興局 商工労働観光課 (広域観光推進) 道内 179 市町村 商工観光課等 (着地型旅行商品開発)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 北海道経済連合会、北海道経済同友会、北海道商工会連合会、北海道商工会議所連合会など経済団体 (道内観光振興対策の推進) ・ 北海道バス協会、北海道地区レンタカー協会、北海道ハイヤー協会、北海道旅客鉄道、日本航空、全日本空輸、AIRDO、北海道空港などの業界団体、事業者 (道内外の交通戦略) ・ 日本旅行業協会北海道支部、日本旅館協会北海道支部、日本ホテル協会北海道支部などの業界団体 (誘客促進、サービス向上) ・ ホクレン農業協同組合連合会、北海道漁業協同組合連合会、北海道食産業総合振興機構、北海道貿易物産振興会などの産業団体 (食と観光の連携) ・ 広域観光周遊ルート認定団体 (きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会、プライムロードひがし北・海・道推進協議会) や、観光圏整備計画認定地域 (富良野・美瑛観光圏、ニセコ観光圏、水のカムイ観光圏) をはじめとした地域連携DMO候補法人を目指す広域協議会などの地域観光団体や、地域DMO候補法人を目指す各市町村観光協会など (広域観光周遊ルートの受入体制整備支援、着地型旅行商品の開発支援)
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件)</p> <p>① 正副会長会・理事会、通常総会の開催 ② 専門部会及び分科会の設置</p> <p>(概要)</p> <p>① 当機構の役員 (会長 1 名、副会長 12 名、専務理事 1 名、常務理事 1 名、理事 24 名、監事 2 名。計 41 名) は、行政、経済団体、産業団体、観光関連企業、地域観光協会等の、幅広い分野の代表者 (別紙: 役員一覧参照) から選出されており、年に 3 回開催する通常理事会において、事業計画内容の審議、事業進捗状況の点検、事業実施結果の評価等を行ない、合意形成を図っている。</p> <p>また、年に 1 回開催する通常総会では、当機構の正会員 (道内各地域の市町村・観光協会、観光関連団体・企業など) に対し、事業内容を報告するとともに、幅広く意見を聴取し、事業執行への反映に努めることとしている。</p> <p>② 理事及び外部委員で構成する 5 つの専門部会 (総合、交通、広報・プロモーション、人材育成・サービス向上、観光開発・振興) と 6 つの分科会 (アイヌ、札幌圏、道南地域、道央地域、道北地域、道東地域) を設置し、年に 3 ~ 5 回の会議を開催し、当機構の事業に対する具体的な事業提案の審議や、地域分科会としての事業内容の策定など、各産業界や道内各地域の構成メンバーの意見を反映させた上で、事業内容を策定している。</p>

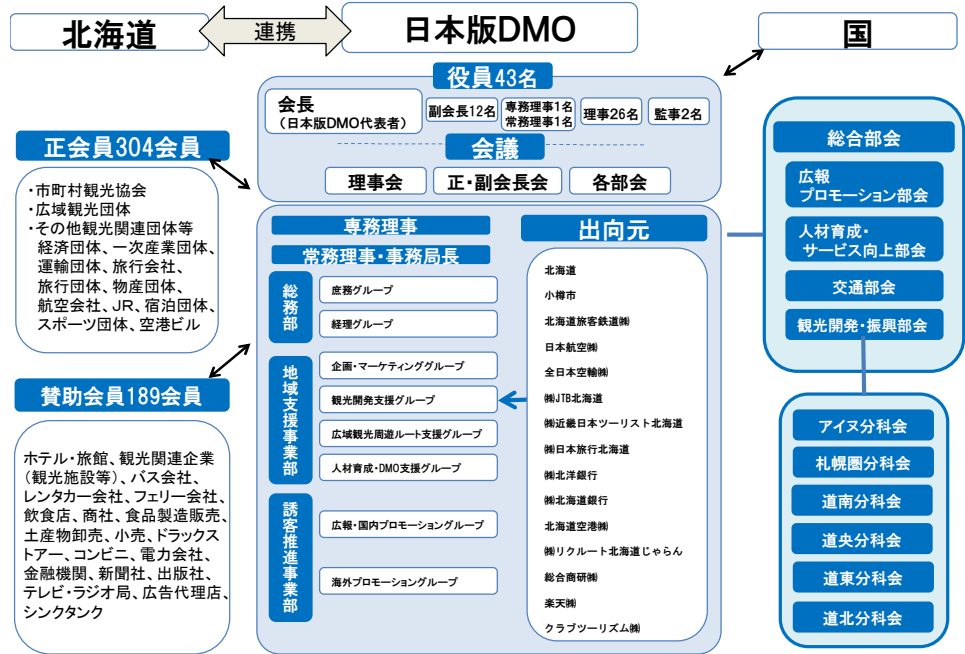
地域住民に対する観光 地域づくりに関する意 識啓発・参画促進の取組	広域連携 DMO のため、対象外項目
法人のこれまでの 活動実績	<p>(活動の概要)</p> <p>※マーケティング調査 来道者数や観光消費額を定点・定期的に調査分析。</p> <p>※受入環境の整備 来道者を受け入れる道内の会員企業や観光協会等と連携し、おもてなしの向上や国際化の対応など、多様なセミナーや研修の実施。</p> <p>※宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 国内外の市場や顧客セグメントに適した販売促進ツールや、コミュニケーションツールの作成。公式サイト「Good Day 北海道」での情報発信。</p> <p>※国内プロモーション 全国でキャンペーンやPR催事に出席。旅行会社や学校関係者への説明会開催や道内視察会等の実施。</p> <p>※国際プロモーション 海外各国での旅行博への出展、セミナー、商談会、メディア発信等の現地プロモーションや、メディアや旅行会社を対象にした視察会、送客支援等の実施。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>※観光入込客数 (実人数) 平成 28 年度 全体 5,466 万人 (前年度比▲0.2%) 道内客 4,642 万人 (前年度比▲1.1%) 道外客 594 万人 (前年度比+2.9%) 外国人 230 万人 (前年度比+10.6%) *過去最高を更新</p> <p>※観光入込客数 (宿泊客延べ人数) 平成 28 年度 合計 3,498 万人泊 (前年度比+0.8%) 外国人 635 万人泊 (前年度比+3.1%)</p> <p>※観光消費額単価 (外国人) 平成 28 年度 第 1 四半期 135 千円 (前年度比▲11.2%) 第 2 四半期 129 千円 (前年度比▲14.0%) 第 3 四半期 126 千円 (前年度比▲16.6%) 第 4 四半期 131 千円 (前年度比▲ 7.7%)</p>

実施体制

(実施体制の概要)

当機構は、プロパー職員を中心に、民間事業者（交通、旅行、銀行、出版等）と行政（北海道庁）からの出向職員で構成し、官民一体で北海道観光を先導する中核的推進組織。

(実施体制図)



(現行実施体制) () 内は職員の出身組織

- 会長（北海道銀行）
- 専務理事（北海道銀行）
- 常務理事兼事務局長（JTB）
- 総務部
 - ・庶務G ・経理G
(北海道銀行、プロパー)
- 地域支援事業部
 - ・企画・マーケティングG ・観光開発支援G ・広域観光周遊ルート支援G ・人材育成・DMO支援G
(JAL、ANA、JTB、楽天、リクルートじゃらん、道庁、プロパー)
- 誘客推進事業部
 - ・広報・国内プロモーションG ・海外プロモーションG
(JR、JAL、JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、クラブツーリズム、北海道空港、北洋銀行、北海道銀行、総合商研、小樽市、道庁、プロパー)

(今後の実施体制案)

平成28～29年度の中で、民間事業者（銀行やシンクタンクなど）から、エリアマーケティングやマネジメント等を行なう専門人材の出向者受入や民間企業との協力連携により、専門セクション（企画部）を創設し、各種データ等の継続的な収集・分析による明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確

	<p>立を図り、事業の企画立案部門を強化する。</p> <p>また、当機構は、北海道広域連携DMO（親DMO）の役割として、道内各地域における地域連携DMO・地域DMO（子DMO）の形成に向けた取組を支援する。</p> <p>○専門部会 （ ）内は構成メンバーの出身組織</p> <ul style="list-style-type: none">・ 総合部会 ・ 交通部会 ・ 広報・プロモーション部会・ 人材育成・サービス向上部会 ・ 観光開発・振興部会 <p>（観光関連団体、経済団体、他産業団体、地域観光協会、学識経験者交通事業者、旅行会社）</p> <p>○分科会 （ ）内は構成メンバーの出身組織</p> <ul style="list-style-type: none">・ アイヌ分科会 ・ 札幌圏分科会・ 各地域分科会〈道南、道央、道北、道東の4ブロック〉 <p>（アイヌ関係団体、行政、地域観光協会、観光関係団体、宿泊事業者）</p>
--	---

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲】 北海道全域



【区域設定の考え方】

- ・ 区域が単独の行政単位(都道府県)内であり、積雪寒冷な気候、本州と異なる歴史・風土・自然など、区域全域に共通する基本的な土壌・環境にある。
- ・ 既に「北海道」(HOKKAIDO)ブランドとして、国内外において一定の評価(良好なイメージ)を獲得できており、その優位性を最大限活かしつつ、北海道全地域が一体となり観光振興に取り組むことで、更なるブランドの強化に繋げることができると考えることから、一体的に観光振興を図っていく上で、安定的・継続的かつ効果的な取組が可能になると考える。
- ・ 当機構は、「北海道観光のくにづくり条例」に基づき策定された「北海道観光のくにづくり行

(別添) 様式 1

動計画」において、北海道観光の中核的推進組織として位置付けられており、国や道、市町村をはじめ関係機関・団体や地域と一体となって、民間組織としての感覚や発想を活かしつつ、機動性と専門性を発揮し、北海道全域の観光振興に向けた取組を積極的に展開している。

【観光客の実態等】

〈全体概要（観光入込客実人数）〉

(単位：万人)

年度	2012(H24)	2013(H25)	2014(H26)	2015(H27)	2016(H28)
道内容	4,475	4,629	4,654	4,693	4,642
道外客	544	565	569	577	594
外国人	79	115	154	208	230
合計	5,098	5,310	5,377	5,477	5,466

- ・外国人観光客は、H28年度は3年前の約2倍となっており過去最高を記録。
- ・一方、国内客は道内・道外ともに、伸び悩みの傾向にある。

〈圏域別の状況（観光入込客延べ人数）平成28年度〉

(単位：万人)

圏域	道央	道南	道北	オホーツク	十勝	釧路・根室	合計
観光入込客数	7,786	1,373	2,237	836	956	913	14,099
構成比(%)	55.2	9.7	15.9	5.9	6.8	6.5	100.0

- ・札幌を中心とした「道央圏」に一極集中している。

〈季節別の状況〉

観光入込客延べ人数

(単位：万人)

平成28年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
道外客	231	374	411	604	651	504	390	211	244	253	311	241
道内容	575	1056	857	1257	1442	1068	832	448	448	563	575	551
合計	806	1430	1267	1862	2093	1572	1222	659	692	816	887	792

外国人宿泊者延べ人数

(単位：万人・泊)

平成28年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
外国人観光客	29.7	37.3	39.6	62.7	49.3	34.1	47.5	34.1	78.6	87.6	87.2	47.5

- ・観光客全体で見ると、季節繁閑の差が大きく、夏季（7・8月）が入込のピーク。
- ・外国人観光客に限ると、繁閑の差が緩やかで、夏季（7～8月）と冬季（12～2月）の2つのピークがあり、冬季が大きい。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

上記「観光客の実態等」に示したとおり、「季節間（繁閑）格差」及び「地域間格差」の解消が大きな課題であることから、季節間・地域間の平準化に向け、広域連携DMO組織「北海道観光振興機構」が、道内の広いエリアに展開する下記の観光資源の魅力を整理し、情報発信するとともに、観光圏整備計画認定地域や各市町村観光協会が、地域の観光資源を活用した取組に対し、支援を行なうことにより、観光資源の魅力向上、取組効果の最大化を図る。

※以下は、道央・道南・道北・道東各地域の主な観光資源の例です。

○観光施設

北海道庁旧本庁舎、札幌市時計台、さっぽろテレビ塔、五稜郭公園、金森赤レンガ倉庫、小樽運河、アイヌ民族博物館、旭山動物園、ファーム富田、のぼりべつクマ牧場、博物館網走監獄など

○商業施設

札幌ステラプレイス、さっぽろ地下街、サッポロファクトリー、二条市場、狸小路商店街 函館朝市、旭川平和通買物公園、釧路和商市場、釧路フィッシャーマンズワーフMOOなど

○自然

- ・世界自然遺産：「知床」
- ・ラムサール条約登録湿地：「釧路湿原」「ウトナイ湖」「霧多布湿原」など 13 湿地
- ・国立公園：「阿寒」「大雪山」「支笏洞爺」「知床」「利尻礼文サロベツ」「釧路湿原」の 6 箇所
- ・国定公園：「網走」「大沼」「ニセコ積丹小樽海岸」「日高山脈襟裳」「暑寒別天売焼尻」の 5 箇所

○文化

アイヌ文化、擦文文化

○スポーツ

夏は、サイクリング、乗馬、カヌー、ラフティング、スカイスports、ゴルフなど、北海道ならではの様々なアウトドアスポーツが体験可能。冬は、世界的に評価の高いニセコをはじめ、ルスツ、キロロ、富良野、トマムなど、パウダースノーを楽しめるスキー場が豊富。

○イベント

全国的に有名な「札幌雪まつり」「よさこいソーラン祭り」をはじめ、全道各地域において、歴史、文化、花、食、温泉などをテーマとした各地域の特色あるイベントが開催されている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設の営業形態(都市ホテル、温泉地旅館)や規模(客室数)により、地域毎にターゲット層が異なり、課題があると考えている。よって、広域連携DMOとして、宿泊施設の季節・地域・規模・形態別の稼働率などの実態調査・分析を深め、今後更に団体からFITへの移行が強まる予測の基、課題解決に向けて、業界団体や事業者と連携していく。

H26 年度	ホテル営業		旅館営業	
	施設数	客室数	施設数	客室数
道央	346	36,762	881	17,487
道南	106	7,299	299	5,690
道北	81	8,136	508	8,873
道東	156	11,477	703	13,641

【利便性：区域までの主な交通、域内交通】

観光客の北海道への主な入口は、新千歳空港を中心とする空港であったが、今後は、北海道新幹線の開業により、JRを利用した来道観光客の増加が見込まれる。特に外国人観光客については、引き続き大幅な増加が見込まれることから、核となる空港を中心に受入体制の強化や入口の分散化を図るとともに、観光客が北海道全域に円滑に移動できる二次交通の整備・充実が急がれている。

(別添) 様式 1

今後、これらの問題に短期及び中長期の両面において的確に対応していくため、広域連携DMOとして、国や道、交通基盤関連事業者等と連携しながら、全道における受入体制の充実と効果的な交通ネットワークの構築に向けての戦略策定が求められる。

〈主な交通手段〉

○航空（国際線）

・新千歳空港 定期便 18 路線運航

（北京、天津、上海、杭州、南京、長沙、香港、ソウル、大邱、台北、高雄、グアム、ホノルル、バンコク、シンガポール、クアラルンプール、ユジノサハリンスク）

・旭川空港 定期便 3 路線運航（ソウル、上海、台北）

・函館空港 定期便 2 路線運航（天津、台北）

○航空（国内線）

道内 12 空港（新千歳、函館、釧路、稚内、旭川、帯広、中標津、女満別、紋別、利尻、奥尻、丘珠）より全国・道内各地に定期便が運航

○JR（北海道新幹線）

平成 28 年 3 月 26 日 北海道新幹線開業（新青森—新函館北斗）

平成 42 年度 札幌まで延伸予定

○フェリー（道外航路）

苫小牧⇄八戸、 函館⇄大間・青森、 苫小牧⇄仙台・大洗・名古屋・秋田・新潟・敦賀
小樽⇄新潟・舞鶴

○フェリー（道内離島航路）

稚内⇄利尻・礼文、 羽幌⇄天売・焼尻、 瀬棚⇄奥尻、 江差⇄奥尻

【外国人観光客への対応】

※急増する外国人観光客が道内を安心して快適に旅行することができる受入体制を整備する必要性が高まっており、特にFITやリピーターを確保していくため、観光案内機能などの旅行者の移動の容易化、多言語対応などの接遇の向上、利便性の増進等に取り組む。

・「新千歳空港国際観光案内所設置事業」（H28 年度新規事業）

新千歳空港内にカテゴリー 3 の国際観光案内所を設置。

・「実践的インバウンドおもてなし人材育成事業」（H27 年度～継続事業）

観光案内所等の従業員及び通訳案内士等の技術向上のための実践的な研修。

・「インバウンド受入体制整備事業」（H28 年度新規事業）

プロモーションと受入を総括的にプロデュースできる人材の育成。

※外国人観光客の拡大による効果を地域経済の活性化につなげていくため、外国人観光客が夏季、冬季に集中するといった季節的な偏在の平準化や、道央圏に集中するといった地域的な偏在の解消に取り組む。

・「インバウンド対応観光ルート創出事業」（H27 年度～継続事業）

地域が連携したブランド力の高い国際観光ルートづくりに取り組む。

・「広域観光周遊ルートビジネスモデル形成事業」（H28 年度新規事業）

広域観光拠点地域での外国人観光客向けの新しい滞在モデルプラン等を企画。

※北海道が持つ魅力を幅広く発信し、世界の方々から「目的地」として選ばれる質の高い観光地づくりの促進により、世界が憧れる観光立国北海道を目指す。

・「クロスメディア観光プロモーション事業」（H27 年度～継続事業）

北海道の観光情報をクロスメディアで発信し、外国人観光客の誘客拡大を図る。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光消費の実態や経済への波及効をため	北海道経済部観光局から「観光産業経済効果調査」を入手
観光入込客数及び延べ宿泊者数	観光客の実態を把握するため	北海道経済部観光局から「観光入込客数調査」を入手
リピーター率及び満足度	同上	北海道経済部観光局から「観光客動態・満足度調査」を入手
道内観光エリア毎の月別宿泊実績 (国内客、訪日客宿泊人員)	観光エリア毎の宿泊状況・傾向を把握するため	日本旅館協会より宿泊実績データを提供
月別来道者数実績 (輸送機関別、着地別、発地別)	来道交通手段や発着地別の入込動向を把握するため	北海道運輸局より来道者調査データを提供
空港別月別来道外国人実績 (国・地域別の道内直接入国者数)	空港別、国・地域別の外国人来道動向を把握するため	北海道運輸局より直接入国外国人実績データを提供
WEBサイトのアクセス状況	北海道に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	WEB 運営委託先より毎月の分析データを提供

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・豊富な観光資源 パウダースノー、食の宝庫、自然景観 希少な動植物（生態系）アイヌ文化、温泉等 ・観光地としての認知度、ブランド力 ・四季折々の異なる観光魅力 ・北海道ならではの様々な体験メニュー ・道内 74 市町村が世界 21 カ国都市・地域と 114 組の姉妹・友好都市等を締結	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・季節的偏在と地域的偏在による観光客数の変動 閑散期対策 ・2次交通の整備 ・空港施設の容量不足 ・富裕層を受け入れるブランドホテルの欠如 ・インバウンド受入体制の構築 観光案内所、観光ガイド等の人材不足 ・潜在的観光資源の掘り起こし
外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・新千歳空港発着枠の拡大 ・北海道新幹線の開業効果 ・高速自動車道の開通区間延長による交通アクセスの向上 ・東南アジアの雪体験人気 ・LCC就航拡大による個人旅行の増大 ・円安の定着とビザ発給要件の緩和 ・2017年冬季アジア札幌大会の開催 ・2020年東京オリンピック・パラリンピック開催	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・国際政治・経済リスク等の存在 テロ、自然災害、為替変動等 ・他観光地との競争の激化 ・少子高齢化による国内需要の減少

(別添) 様式 1

(2) ターゲット

以下に示すターゲット層や優先すべき順位は、オール北海道として目指すべき方向性を念頭に置いたターゲット設定であるが、国の認定を受けた広域観光周遊ルートやブランド観光圏などにおける設定ターゲット層も考慮しながら展開していく。

●第1ターゲット層

〈海外〉 欧州、北アメリカ、豪州

○選定の理由

欧米豪市場は、これまでも潜在的な需要が高いとされてきたが、アジア市場に比べ取組が遅れていたことから、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を見据えて、市場の多様化、安定化に向け、長期滞在者やリピーターの開拓に戦略的に取り組むことが必要。

○取組方針

世界に誇れるパウダースノーのスキー場やバードウォッチングなどの特定目的を持つツアーをはじめ、北海道の四季折々の自然（生態系）など優位性の高い観光資源の魅力発信を中心に、消費単価が高いラグジュアリー層に対し、北海道観光の認知度アップを図るプロモーションを展開する。

●第2ターゲット層

〈海外〉 台湾、韓国、香港、シンガポールにおけるF I T・リピーター層

○選定の理由

外国人来道者数のうち、対象4市場が占める割合は60%を占め、北海道観光に及ぼす影響は大きく、これらの市場へのプロモーションは大変重要。この成熟した市場において、増加傾向にあるリピーターや個人旅行F I Tを安定的に確保していくためには、国内外において一層厳しくなる観光客誘致競争に遅れることなく、特定目的を持つ旅行など、北海道ブランドの更なるイメージアップにつながるプロモーションを展開して行くことが必要。

○取組方針

各市場の特徴・ニーズを踏まえた従来の手法に加え、対象市場に愛好家が多いスポーツや、常に需要があるウエディングなどの特定目的を持つツアー、消費単価が大きいラグジュアリー層へのプロモーションを実施し、季節平準化及び広域への拡散を図る。加えて、海外のテレビ番組の制作やSNSの活用など、北海道の観光情報をクロスメディアで発信する。

●第3ターゲット層

〈海外〉 タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン

○選定の理由

中国からの来道者数が近年大幅な伸びにより、外国人来道者数の30%弱を占めている。今後も増加傾向が想定されることから、多様な国・地域からのバランスの取れたインバウンド構成比を目指す上で、経済成長を背景に新たな海外旅行需要の拡大が見込まれる地域と期待される、東アジア地域に対して、国内外における観光客誘致競争に遅れることなく、市場開拓を加速させることが必要。

○取組方針

各国における北海道の認知度が異なることから、プロモーションツールの充実、セミナー・商談会等の実施、旅行博出展、旅行会社・メディア等の招聘、FIT向け情報発信PR・メディア宣伝等、各国の状況に応じたプロモーションを展開する。加えて、海外のテレビ番組の制作やSNSの活用など、北海道の観光情報をクロスメディアで発信する。

●第4ターゲット層

〈国内〉 道外観光客（アクティブシニア、ファミリー、F1・F2層、修学旅行生）

○選定の理由

年間600万人近く来道している国内道外観光客は、ここ数年、入込客数が伸び悩んでいるが、外国人観光客と比べ、安定的に観光客を獲得できる重要な市場。LCCの就航や北海道新幹線開業などの好機を生かし、新たな需要の掘り起こしが期待できることから、機を逸することのないようプロモーションを強化することが必要。

○取組方針

- ・首都圏にて、観光情報センターの設置や定例マスコミ記者会見の実施など、一般消費者やマスコミ・メディア・旅行会社に対し、情報発信を強化し、潜在需要喚起を行う。
- ・新幹線開業効果を全道に波及させるために、地方空港を活用したモデルコースの作成など、一般消費者向けには、ツーリズムEXPOをはじめとした大規模なイベントへの出展や各種メディアを活用したプロモーションを、また、旅行会社向けには、北海道観光素材説明会・商談会を、其々、仙台・東京・名古屋・大阪にて実施する。
*「北海道新幹線開業効果等の全道波及促進事業」
- ・閑散期の誘客促進を図るために、閑散期向け観光素材の磨き上げや旅行会社とのタイアップなど、閑散期の集中PRプロモーションを実施する。
- ・修学旅行の誘致促進に向け、仙台・東京・大阪・中四国・九州などでの学校関係者や旅行会社に対する誘致セミナーの開催、教育関係者の道内観光地への招聘等を実施する。

(3) コンセプト

<p>① コンセプト 「世界が憧れる観光立国北海道」の実現を目指す。</p>
<p>② コンセプトの考え方</p> <p>○ 目指すべき姿 北海道は、世界自然遺産の知床をはじめとする豊かな自然環境、四季折々の彩り鮮やかな景観、心を癒す温泉や新鮮な食、地域の風土や歴史が育んだ生活・文化などが大きな魅力となって、国内外から多くの観光客が訪れている。これまで北海道観光を支えてきたかけがえのない自然環境の保全に努めながら、安全・安心に配慮した受入環境を整え、北海道の魅力ある観光資源を活用した滞在型観光地づくりを進めていく。</p> <p>○ 取り組みの方向性など 上記の目指すべき姿を踏まえ、今後、地域と一体となってオール北海道で取り組むべき具体的な事項を戦略として取りまとめ、道内観光関係者間で共有しながら「世界が憧れる観光立国北海道」の実現を目指す。</p> <p>〈国内観光客〉 北海道新幹線の開業、冬季アジア大会、東京オリ・パラなど、様々な好機を活かしながら、北海道の新たな魅力(新たな観光資源・観光ルート・交通アクセスなど)を発掘・開発し、一元的な情報発信・プロモーションを行ない、新たな観光客やリピーターの掘り起こしを図る。</p> <p>〈外国人観光客〉 短期、中長期の両面に対応した受入体制の整備(ハード面の整備、人材の育成、高品質なサービスの提供など)を着実に進めるとともに、食、文化、自然などの北海道の優位性を活かした良質な観光素材を、対象ターゲット層に対して効果的に発信する。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<ul style="list-style-type: none">・ 道の「北海道観光のくにづくり条例」に基づき、観光事業者や観光関係団体、道民、道をはじめとする行政機関など、観光にかかわるすべての関係者が連携・協働して観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本的な計画である「北海道観光のくにづくり行動計画」及び「北海道外国人観光客来訪促進計画」との整合性を図り、戦略の策定を行なう。・ 機構で実施する事業については、事業終了後に作成する報告書の中で、成果・効果、課題・問題点の整理に基づく事業の評価検証を行い、その内容を観光関係者に広く周知、意見照会している。また、その事業評価結果を踏まえ、各専門部会の意見を反映させて次年度の事業検討を行なっている。

	<p>○正副会長会・理事会 観光関連団体をはじめ、経済団体、他産業団体、地域の観光協会や行政など、幅広い団体の代表者が選出されている理事会等にて、事業報告を行ない、情報共有を行なっている。</p> <p>○専門部会、分科会 理事及び外部委員で構成する5つの専門部会と6つの分科会の中で、戦略策定に関するヒアリングや意見交換を実施している。</p> <p>○その他 全道各エリア別に、市町村や地域観光協会の事務担当者を対象とした事業説明会を開催し、当機構が実施する地域支援事業やプロモーション事業について説明するとともに、地域ヒアリングを実施している。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>○ホスピタリティ向上事業（「おもてなし力」点検・評価、カイゼン事業の実施 道内観光地のおもてなし力を道外の有識者が客観的に点検・評価し、地域の観光事業者に改善策の取り組みを促すことにより、おもてなし力の強化を図っている。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>○「北海道ブロック単独記者発表会」の開催 首都圏のマスコミ・メディアに対し、各地域からの発表など、北海道観光素材の情報発信を2ヵ月毎に実施する。</p> <p>○ウェブサイトによる一元的な情報発信の強化 全面改定した機構のHPの映像等により、観光情報の発信を強化する。</p> <p>○オール北海道でのプロモーションの実施 各ターゲット層に対するプロモーションについては、機構会員の市町村・観光協会・観光事業者にも参加を募り、オール北海道としてプロモーションを実施する。</p>

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI ※ () は外国人に関する数値目標

年度	単位	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31
●旅行消費額	億円	12,992 (855) [H22 調査]	-	14,298 (3,705)	17,500 (3,200)	18,000 (3,600)	18,500 (4,000)	18,500 (4,000)
●延べ宿泊者数	万人泊	3,215 (369)	3,279 (470)	3,471 (616)	3,498 (635)	3,650 以上 (750 以上)	3,700 以上 (800 以上)	3,700 以上 (800 以上)
●来訪者満足度 ・接客サービス	%	72.3 [H23 調査]	-	(55.6) [H27 調査]	83.3 (96.4)	80 (60)	80 以上 (60 以上)	80 以上 (60 以上)
●リピーター率 ・国内 5 回目以上 ・海外 2 回目以上	%	42.5 [H23 調査]	-	(25.7) [H27 調査]	42.5 (32.0)	50 (30)	50 以上 (30 以上)	50 以上 (30 以上)

※ 旅行消費額 実績 (～H27)、目標 (H28～)、延べ宿泊者数 実績 (～H28)、目標 (H29～)

来訪者満足度 実績 (～H28)、目標 (H29～)、リピーター率 実績 (～H28)、目標 (H29～)

【検討の経緯】

「日本版DMO形成・確立計画」のKPIを検討していく中で、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」の目標数値をもとに設定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

平成 22 年度の観光消費額の実績値に、上記行動計画における観光入込客数（実人員）及び消費額単価に係る平成 29 年度目標値から導いた増加率を乗じて算出。

●延べ宿泊者数

平成 26 年度の延べ宿泊者数の実績値に、上記行動計画の観光入込客数（実人員）に係る平成 29 年度目標値から導いた増加率を乗じて算出。

●来訪者満足度・リピーター率

上記行動計画の平成 29 年度目標値をもとに設定

年度	単位	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31
●観光入込客数	万人	5,309 (115)	5,377 (154)	5,477 (208)	5,466 (230)	5,600 以上 (240 以上)	5,650 以上 (260 以上)	5,650 以上 (260 以上)

(2) その他の目標 ※ () は外国人に関する数値目標

【検討の経緯】

必須KPIと同じ

【設定にあたっての考え方】

●観光入込み客数

上記行動計画の平成 29 年度目標値をもとに、北海道新幹線効果を加味して設定

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳 (円)	
平成 31 年度 (H29 と同額で仮定)	1,687,935,000	未定	
平成 30 年度 (H29 と同額で仮定)	1,687,935,000	未定	
平成 29 年度 (予算)	1,687,935,000	【会員会費収入】	93,032,000
		【民間負担金収入】	4,000,000
		【道補助金収入】	61,110,000
		【道負担金収入】	1,504,800,000
		【収益事業収入】	24,993,000
平成 28 年度 (実績)	1,377,190,000	【会員会費収入】	92,735,000
		【民間負担金収入】	4,000,000
		【道補助金収入】	55,784,000
		【道負担金収入】	1,203,685,000
		【収益事業収入】	20,986,000
平成 27 年度 (実績)	1,318,860,000	【会員会費収入】	89,025,000
		【民間負担金収入】	7,000,000
		【道補助金収入】	66,382,000
		【道負担金収入】	1,132,731,000
		【収益事業収入】	23,722,000
平成 26 年度 (実績)	610,831,333	【会員会費収入】	86,718,500
		【民間負担金収入】	7,000,000
		【道補助金収入】	63,360,000
		【道負担金収入】	432,327,000
		【収益事業収入】	21,425,833

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出	内訳
平成 31 年度 〔H29 と同額で仮定〕	1,695,784,000	【事業支出計】 1,570,484,000 ・マーケティング調査 ・受入環境の整備 ・宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 ・国内プロモーション ・国際プロモーション 【管理費支出計】 125,300,000
平成 30 年度 〔H29 と同額で仮定〕	1,695,784,000	【事業支出計】 1,570,484,000 ・マーケティング調査 ・受入環境の整備 ・宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 ・国内プロモーション ・国際プロモーション 【管理費支出計】 125,300,000
平成 29 年度 (予算)	1,695,784,000	【事業支出計】 1,570,484,000 ・マーケティング調査 ・受入環境の整備 ・宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 ・国内プロモーション ・国際プロモーション 【管理費支出計】 125,300,000
平成 28 年度 (実績)	1,392,592,000	【事業支出計】 1,261,812,000 ・マーケティング調査 ・受入環境の整備 ・宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 ・国内プロモーション ・国際プロモーション 【管理費支出計】 130,780,000
平成 27 年度 (実績)	1,360,872,000	【事業支出計】 1,220,804,000 ・マーケティング調査 ・受入環境の整備 ・宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 ・国内プロモーション ・国際プロモーション 【管理費支出計】 140,068,000
平成 26 年度 (実績)	610,678,120	【事業費支出計】 506,451,349 ・マーケティング調査 ・受入環境の整備 ・宣伝ツールの作成やWEBツールでの情報発信 ・国内プロモーション ・国際プロモーション 【管理費支出計】 104,226,771

(別添) 様式 1

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

会員の新規獲得及び既存会員の会費増額による会費収入の確保、並びに各種収益事業の拡大を原則としながら、今後検討を進める。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

北海道は、公益社団法人北海道観光振興機構を、北海道全域における広域連携DMOとして登録したいので、公益社団法人北海道観光振興機構とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	金子 健太郎 鶴蒔 徹
担当部署名 (役職)	常務理事・事務局長 (事業企画推進部長兼務) 地域支援事業部 (企画・マーケティングG担当部長)
所在地	札幌市中央区北3条西7丁目1番1 緑苑ビル1階
電話番号 (直通)	011-231-0941
FAX 番号	011-232-5064
E-mail	kaneko@visithkd.jp t_tsurumaki@visithkd.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	北海道
担当者氏名	佐藤 実
担当部署名 (役職)	経済部観光局 (主幹)
所在地	札幌市中央区北3条西6丁目
電話番号 (直通)	011-204-5303
FAX 番号	011-232-4120
E-mail	satou.minoru3@pref.hokkaido.lg.jp

平成 29 年 6 月 26 日現在

平成 29 年度 公益社団法人北海道観光振興機構 役員名簿

	役 職	氏 名	所 属	役 職
1	会 長	堰 八 義 博	(株)北海道銀行	代表取締役会長
2	顧 問	山 本 邦 彦	北海道空港(株)	取締役副会長
3		大 西 雅 之	阿寒観光協会まちづくり推進機構	理事長
4	副会長	落 合 周 次	(一社)日本旅行業協会北海道支部	支部長
5	12名	加 森 公 人	加森観光(株)	代表取締役社長
6		木 本 晃	北海道経済部	観光振興監
7		西 海 正 博	北海道ホテル旅館生活衛生同業組合	理事長
8		笹 本 潤 一	(株)JTB北海道	代表取締役社長
9		中 島 喜 一	日本航空(株)	北海道地区支配人
10		西 野 目 信 雄	(一社)日本旅館協会北海道支部連合会	会長
11		萩 原 国 彦	北海道旅客鉄道(株)鉄道事業本部	営業部長
12		松 嶋 一 重	(株)日本政策投資銀行北海道支店	支店長
13		三 宅 英 夫	全日本空輸(株)	執行役員北海道支社長
14		森 健 二	(一社)北海道バス協会	副会長
15	専務理事	村 上 則 好	(株)北海道銀行	専務執行役員
16	常務理事	金 子 健 太郎	(株)JTB北海道	北海道観光振興機構 事務局長
17		安 藤 茂	北海道索道協会	会長
18		池 田 純 久	札幌市内ホテル連絡協議会	代表幹事
19		今 井 一 彦	(一社)北海道ハイヤー協会	会長
20		遠 藤 國 雄	(一社)旭川観光コンベンション協会	専務理事
21		大 泉 潤	函館市	観光部長
22		大 江 友 広	オホーツク観光連盟	会長
23	理 事	小 笠 原 隆	江差観光コンベンション協会	会長
24	26名	梶 原 雅 仁	十勝観光連盟	会長
25		菊 嶋 明 廣	(一社)北海道商工会議所連合会	専務理事
26		草 野 晋	(株)AIRDO	代表取締役副社長
27		国 本 学	北海道空港(株)	代表取締役社長
28		小 西 正 雄	札幌市	経済観光局長
29		西 條 文 雪	(一社)小樽観光協会	会長
30		櫻 井 健 治	(一社)函館国際観光コンベンション協会	副会長
31		佐 藤 譲	北海道地区レンタカー協会連合会	会長
32		須 賀 紀 子	ほっかいどう女将の会	会長
33		瀬 尾 英 生	北海道経済連合会	専務理事
34		谷 口 哲 也	(一社)日本旅行業協会北海道支部	副支部長
35		東 海 林 陽 子	野口観光(株)	札幌営業所副所長兼営業副本部長
36		野 呂 田 隆 史	北海道森林組合連合会	副会長
37		濱 田 剛 一	(一社)北海道食産業総合振興機構	顧問
38		板 東 寛 之	ホクレン農業協同組合連合会	代表理事専務
39		星 野 尚 夫	(一社)札幌観光協会	会長
40		宮 崎 誠	(一社)日本ホテル協会北海道支部	支部長
41		吉 井 繁	(一社)稚内観光協会	会長
42		若 狭 洋 市	(一社)洞爺湖温泉観光協会	顧問
1	監 事	神 姿 子	(株)北洋銀行	地域産業支援部 特任審議役
2	2名	千 葉 智	千葉智公認会計事務所	所長

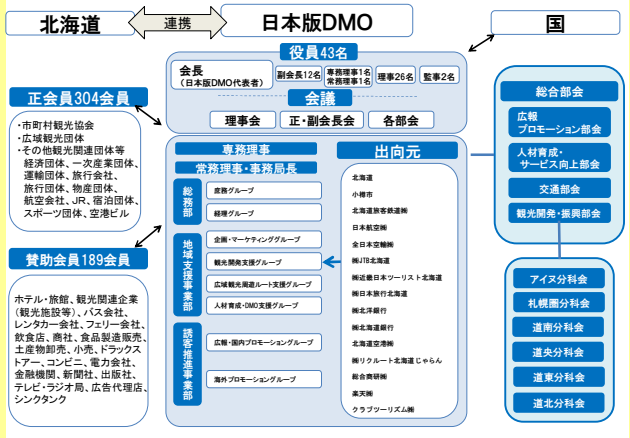
法人名:公益社団法人北海道観光振興機構

登録区分名:広域連携DMO(平成28年4月22日登録)

「世界が憧れる観光立国北海道」の実現

【区域】北海道 (表:実施体制)
 【設立時期】平成25年4月
 【代表者】会長 堰八義博
 【マーケティング責任者】橋屋 哲
 【職員数】41名
 【連携する主な事業者】

道内DMO候補法人、経済団体、一次産業団体、旅行団体、旅行会社、物産団体、宿泊団体、ホテル、旅館、観光施設等、運輸団体、航空、JR、バス、レンタカー、フェリー、飲食店、食品製造、商社、ドラッグストア、コンビニ、金融、テレビ・ラジオ、新聞、出版社、広告代理店、シンクタンク、スポーツ団体等



(表:KPI(実績・目標)※()内は外国人に関するもの)

	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
旅行消費額(億円)	14,298 (3,705)	17,500 (3,200)	18,000 (3,600)	18,500 (4,000)	18,500 (4,000)
延べ宿泊者数(万人泊)	3,471 (616)	3,498 (635)	3,650以上 (750以上)	3,700以上 (800以上)	3,700以上 (800以上)
来訪者満足度(%)	(55.6) [H23調査]	83.3 (96.4)	80 (60)	80以上 (60以上)	80以上 (60以上)
リピーター率(%)	(25.7) [H23調査]	42.5 (32.0)	50 (30)	50以上 (30以上)	50以上 (30以上)

オール北海道体制の構築

地域・関係者との連携

○幅広い関係者との連携

地域の観光関連団体をはじめ、経済団体や行政など、幅広い分野の代表者で構成する理事会等において、情報を共有、戦略を決定。

○業界等の意見の反映

理事及び外部委員で構成する5つの専門部会と6つの分科会の中で、各地域や幅広い関係者から戦略策定に関するヒアリングや意見交換を実施。

○地域の意見の反映

全道エリアごとに、市町村や地域観光協会等の担当者を対象とした事業説明会等を開催するとともに、ヒアリング、意見交換を実施。

データの収集分析

PDCAサイクルの確立

KPIの設定

役割分担の明確化

ターゲットの絞り込み

欧米豪市場 (FIT、ラグジュアリー層)

東京オリ・パラを見据え、長期滞在が見込まれる市場の戦略的な開拓

成熟市場 (台湾・韓国・香港など)

FIT、リピーターの増加を踏まえた、北海道ブランドの更なるイメージアップ

成長市場 (タイ・マレーシアなど)

外国人来道者の多様化、安定的な拡大に向けた市場開拓の加速

国内道外観光客

LCC就航や北海道新幹線開業などの好機を生かした新たな需要の掘り起こし

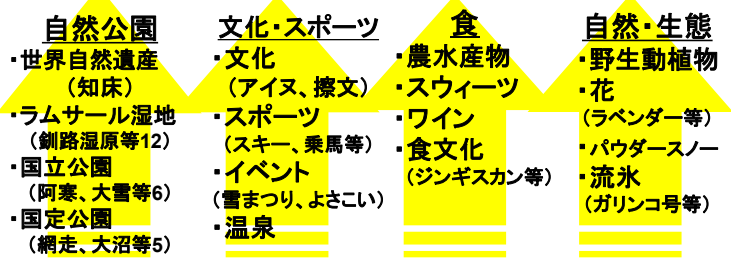
好機を見据えた取組の推進

- 2016 北海道新幹線開業
- 2017 冬季アジア札幌大会
- 2018 平昌冬季オリンピック(事前合宿)
- 2019 ラグビーワールドカップ(札幌市)
- 2020 東京オリンピック・パラリンピック
- 2026~ 札幌冬季オリンピック(招致活動)
- ~2030 北海道新幹線 札幌延伸

「世界が憧れる観光立国北海道」の実現

多彩で魅力的な観光資源の活用

地域DMO等との連携⇒観光資源の魅力向上



戦略的な取組の推進

一元的な情報発信・プロモーションの強化

首都圏メディア等への単独定例会見の実施・活用、情報発信拠点の整備、ホームページの充実

サービス向上・人材の育成

外国人ガイド、地域観光案内プロの育成、おもてなしの点検・評価の実施、バリアフリー観光の推進

インバウンド観光の推進

国際観光案内所整備、欧米へのプロモーションの強化、空港機能強化支援

新幹線開業効果の最大化

地方空港の利活用と合わせた国内プロモーション、イベントの開催、メディアの活用による情報発信

着地型観光商品の開発・支援

広域連携による商品開発、食・アイヌ文化などとの連携・融合商品の開発

2次交通、観光地整備など受入体制の整備

受入体制整備、広域観光周遊ルートをはじめとした地域の取組支援

閑散期対策

他地域調査、観光資源の発掘、集客イベントの育成