



HOKKAIDO “TREASURE ISLAND” DISCOVERY !

「宝の島」北海道を
ガイドと一緒に
探検しよう！



株式会社
北海道宝島旅行社
代表取締役社長
鈴木宏一郎

1965年 北九州市生まれ～兵庫県立西宮高校卒～1988年東北大学法学部卒

(学生時代、仙台からバイクで日本一周、北海道初上陸。

その時に過ごした時間、良い思い出から北海道のとりこに…)

1988～2005年 (株)リクルート勤務 (2001年 小樽商大大学院商学研究科修了)

(ずっと営業。17年間のうち、9年間北海道支社勤務。全道のあちこちでお世話になり、
残りの一生をかけて、大好きな北海道のために役に立つ仕事をしたいと決めました)

2007年 株式会社北海道宝島旅行社設立 代表取締役社長就任

(宝物で一杯の大好きな北海道に貢献すべく、R時代の部下と2人で会社を創り、
体験型観光プログラムの検索予約サイト『北海道体験』の立ち上げからスタート)

2018年 (一社)JARTA(Japan Alliance of Responsible Travel Agencies) 設立 理事就任

2018年 第2回 日本サービス大賞「特別賞」 受賞

2023年 (公社)北海道観光振興機構 理事就任

2023年 第7回 ジャパンツーリズムアワード「審査委員特別賞」 受賞

◆北海道宝島旅行社の存在目的＜パーパス＞

**『北海道に住む人、旅する人の両方を笑顔にすることで、
『宝の島 北海道』に外貨を稼ぐ！』**

◆北海道宝島旅行社の使命＜ミッション＞

『北海道の価値を、みんなでカタチに！』

- 1、私たちは、大好きな北海道を旅するお客様に、地域でのふれあい・交流を通じた「世界一の思い出と感動」を提供するために全力で挑戦し続けます。
- 2、私たちは、地域と仲間を思いやり、協働するみんなで幸せを分かち合います。
- 3、私たちは、北海道各地の持続発展可能な観光地域づくりに寄与し、世界平和と日本経済に貢献する観光業界の一員として、誇り高く仕事に取り組みます。

◆北海道宝島旅行社が目指す未来の姿＜ビジョン＞

『世界一の北海道で、世界一の会社へ！』

- 1、私たちは、北海道の魅力を最も良く知り、最高の旅を提供する「世界一」の組織として、お客様、パートナー、地域から信頼されています。
- 2、私たちは、スタッフ全員がいつも創造的、情熱的に仲良く楽しく仕事に取り組み、人間的な成長と自己実現ができる幸せな組織の一員として、誇り高く、力を合わせて頑張っています。
- 3、私たちの活動により、北海道各地で「住んで良し、訪れて良し」の観光地域づくりが実践され、地域住民が観光客との交流を楽しんで幸せになり、世界中からの観光客が喜んで北海道ファンになっています。



◆2人で始めた会社が
たくさんに♪



◆責任ある旅行会社の国際基準認証団体の
Travelife(オランダ)の会員になっています。

◆札幌商工会議所SDGs経営表彰「総合賞」受賞！
(2022)



◆第2回
日本サービス大賞
「優秀賞」受賞！
(2018)



◆第7回
ジャパン・ツーリズム・アワード
「審査員特別賞」受賞！
(2023)



◆経済産業省の、「地域未来牽引企業」にも認定頂いています。

【第2回サービス大賞の受賞ポイント】

- ★多様なプログラムをもとにオーダーメイドツアーに仕立てることで、**高付加価値化**を実現。
観光地を巡るだけでは飽き足らない
海外富裕層の旅行者に提供している。
- ★**地域の魅力を地域と一体となって価値に変え、観光客と地域の双方に満足を提供し、**
他地域でも参考になるモデルである。

創業以来、取り組んできたことが、
観光を通じて、「顧客」「事業者」
「地域」「環境」の全てのメリット
となる『四方良し』を目指す
＜アドベンチャートラベル＞の
考え方そのものでした♪

【第7回ジャパンツーリズムアワードの受賞ポイント】

- ★新規コンテンツを生み出すだけでなく、
地域の既存かつ身近な資源を活用し、一人当たりのツアー単価が
高額であるだけでなく、**メイン観光地以外の地域に外貨獲得の**
機会を創出している点を評価した。

【北海道宝島旅行社の事業概要と“ガイド”の位置付け】

北海道
宝島旅行社

2007～
道内ガイド販促等支援事業
売上：1.25億円



自社OTA(「北海道体験(日本語)」・「AllHokkaido(英語)」)による、体験交流プログラムの提供を生業とする**プロガイド事業者**等、道内300社への販促支援。

2008～
観光地域づくり支援事業
売上：1.25億円



自治体や観光協会等に対する地域DNA(自然・歴史文化・産業等)を活かした体験交流プログラムの造成、**受入コーディネーター体制**整備、**兼業ローカルガイド**の育成、集客等の支援。

2008～
商品企画販売事業
売上：3500万円



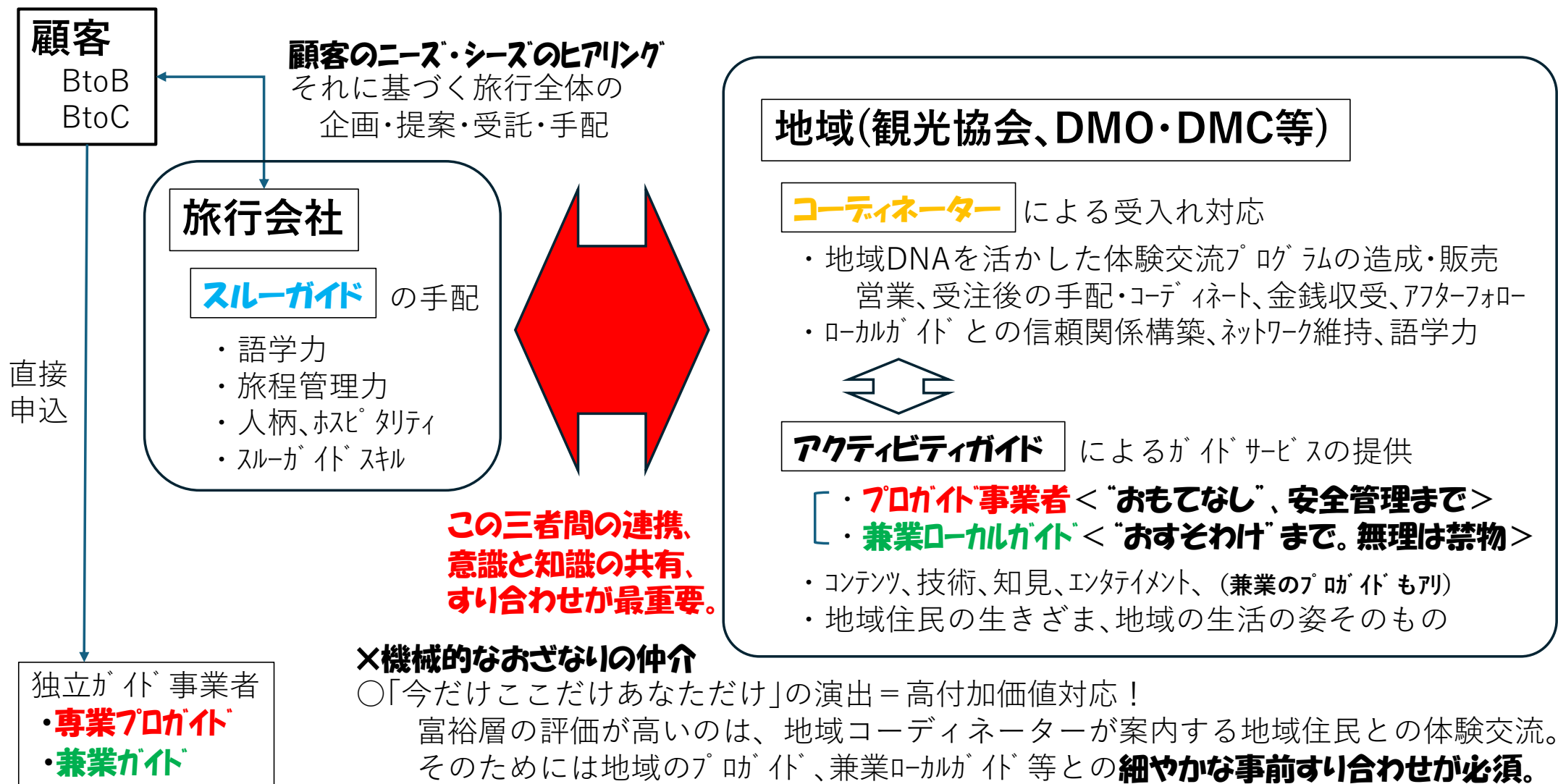
主に札幌圏での宝島オリジナル体験交流プログラム(半日～1dayツアー)の造成と販売。
* 札幌圏の**プロガイド事業者**との連携。
* 自社英語ガイド“**Sapporo Explores**”の募集と育成。
(≡札幌圏の**兼業ローカルガイド**)

2010～
インバウンド事業
売上：5億円



インバウンド富裕層FITに対するオーダーメイドツアーサービスの提供。
* 全旅程に同行する**スルーガイド**との業務委託契約
* 全道各地の**コーディネーターとアクティビティガイド**のカバー
[・ **プロガイド事業者**
・ **兼業ローカルガイド**]

【IB向けオーダーメイドツアーサービスにおける“ガイド”活用のポイント】



* 都市部や著名な観光地でのみ成立？

【地域のガイド人材の確保・育成、観光コンテンツによる地域消費向上のためのポイント①】



大目的は、『観光客受入れによる地域の「社会経済」「文化」「環境」「地域マネジメント」の持続への寄与』。

そのためには、『**地域側が高付加価値なガイドサービスの胴元になること**』が必要！

▲ ①人材不足の上に、専業ガイドになってもそれだけで食っていくのは難しい。
(魅力的な通年コンテンツ、高い技術・ノウハウ、営業力、語学力が必要)

◎ ②ローカルにおける王道は、〈地域内コーディネート機能の整備〉と、コーディネートが可能な
〈複数の兼業ガイドのリスティング〉、〈複数の受入れ可能な地域住民たちの品揃え〉！

○ ③都市部や著名な観光地では、専業や兼業でガイド事業ビジネスが成立する！？

◆ 官(観光協会やDMO・DMC等) or 民(宿泊施設や交通事業者等)主導で、
上記②のカタチで進めるのが現実的。 cf. 黒松内町観光協会、網走connectrip、鶴雅Gr.ほか

◆ 「わざわざ足を運んでお金を払う意味」は、地域DNA(自然・歴史文化・産業・暮らし)の体感。
ガイドサービス、ガイドスキルはツールであることを踏まえ、**地域DNAについての再確認と
その内容のガイドを商品化するという考え方**が重要。 cf. ガイドスキル・語学研修会の不毛

◆ 全ての地域でガイドを育成すれば何とかするという訳ではない。。。冷静な判断要！

① 広域エリア周遊における、著名な観光地や宿泊地・空港等との**位置関係**、
宿泊・食事・体験等の**分担すべき内容**の確認が必要。

② **コンテンツそのもの(≡体感できる地域DNA)の魅力・価値**の確認が必要。

◆ ガイドサービスで付加価値を向上させる取組みの始め方。。。冷静な判断要！

① 季節の旬が勝負の観光地、団体受入れ型観光地、イベント型観光地、
繁忙期に観光客が押し寄せる著名な観光地、等には、そもそもFIT向けの
ガイドサービスに取り組もうという機運がなじまない。

→ **閑散期、端境期、平日、朝夕の時間帯、等からの取組み開始**が望ましい。