

北海道運輸局における食と観光の取組

平成26年10月30日
北海道運輸局

訪日外国人2000万人の高みを目指す観光立国推進セミナー

北海道運輸局は、9月10日に「訪日外国人2000万人の高みを目指す観光立国推進セミナー ～今、北海道として何をすべきか～」を開催

セミナー概要

日時：平成26年9月10日 15:00～17:30

場所：東京ドームホテル札幌

主催：国土交通省北海道運輸局

参加者：観光関係者等 300名

主なプログラム

・基調講演 本保 芳明氏（観光庁参与）
「インバウンドは第二ステージに～総合力で豊かな果実を～」

・地域からの話題提供 （2名）

・パネルディスカッション
「観光立国実現に向けて、今、北海道は何をすべきか」

コーディネーター 渡邊 良（北海道運輸局長）

パネリスト 本保 芳明氏ほか4名



基調講演を行う
本保参与

- 「食と観光」等について、実行メカニズムの構築が必要
- 食、観光、環境を連携させた北海道アイデンティティに根ざしたブランド作り戦略が必要

パネルディスカッション



- （桑島氏）
- ・旅館の人材育成とサービス向上
 - ・宿泊施設自らが自主財源獲得を
 - ・道東へのアクセスの改善



- （古田氏）
- ・運転手不足、耐震化など阻害要因の解消を
 - ・「食と観光」を牽引カに



- （玉沖氏）
- ・商品づくりには5W1Hが必要
 - ・着地後のランドオペレーティング機能や観光情報発信等事務局機能の強化が必要



- （石井氏）
- ・情報発信は交流型で
 - ・雪などのキラークンテンツの差別化した見せ方が必要

○ビジット・ジャパン事業

- ・訪日旅行促進プロモーション
- ・免税店拡大と連動して日本でショッピングの魅力を海外へ発信 等

○観光地域ブランド確立支援事業

- ・観光圏整備実施計画の認定を受けた地域の「ブランド」確立を通じた滞在交流型観光の推進に向けた取組を支援

○観光地ビジネス創出の総合支援

- ・観光地ビジネスの実態調査、効果検証を実施し、課題の抽出整理を行うとともに、モデル地域での実証を通じて観光地ビジネスの成功事例を創出

平成27年度新規事業

○広域観光周遊ルート形成促進事業

- ・テーマ性、ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地をネットワーク化し、外国人の滞在日数に見合った骨太な「観光動線」の形成を促進し、海外へ発信

○地域資源を活用した観光地魅力創造事業

- ・地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、観光振興のための施策を一体で実施

平成27年度観光庁予算概算要求額 185.55億円
(前年度予算額の1.79倍)

戦略 I

北海道の3大ブランドを核とした誘客促進

- 世界最高レベルのパウダースノーを誘客のキラーコンテンツとし、北海道をスノーリゾートとして発信
- 優れた景観と各地域の食を満喫できる、グリーンシーズンの安心・安全なドライブ観光を発信
- **北海道の食の魅力を発信し、食を味わうために行く価値がある場所としてブランド化を促進**
 ★ ラグジュアリー旅行者に向けて「北海道の本物の価値」を発信し、ブランド化を促進

戦略 II

北海道観光の課題を解消しレベルアップを図る

- オフピーク期である春・秋の観光魅力を掘り起こして、**観光入込の平準化**を図る
- 広大な北海道の様々な地域の魅力を発信して、**観光入込の広域分散化**を図る
- 観光産業と他産業との連携による相乗効果で、**高品質・高付加価値化**を図る

戦略 III

市場ごとの成熟度に基づいたプロモーションの展開

成熟度	対象市場		実施方針	
成長	<ul style="list-style-type: none"> ● タイ ● マレーシア 	<ul style="list-style-type: none"> ● インドネシア ● 中国（北京・上海・広東省以外） 	今後の発展が見込める市場。旅行商品の造成や情報発信により「北海道ブランド」を売り込む。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広域連携により北海道総掛かりでの誘客促進
成熟	<ul style="list-style-type: none"> ● 台湾 ● 韓国 ● 中国(北京・上海・広東省) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 香港 ● シンガポール ● オーストラリア 	一定の来道客が存在する市場。再来訪(リピート)を促すため、多様な北海道(主に地方)の魅力を発信するとともに、公共交通などを含め情報の深化を進める。	<ul style="list-style-type: none"> ・ FIT促進 ・ 旅行者目線の具体的な実用的な情報提供
潜在	<ul style="list-style-type: none"> ● アメリカ ● イギリス ● ドイツ ※ フィリピン ※ ベトナム ※ インド 	<ul style="list-style-type: none"> ● カナダ ● フランス ※ イタリア ※ ロシア ※ スペイン 	来道客が少ない市場。送客元の多様化を図る上でプロモーションを検討するべき市場。 ※は追加要求中の市場であるため、観光庁と相談のうえ、実施を検討する。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 認知度向上のための情報発信

- 平成27年度のVJ地方連携事業においては、上表の実施方針に基づき、プロモーションの手法や他の事業との連動など、創意工夫があり相乗効果の見込める提案を実施