

平成30年度

観光地域づくりWG、交通WG 成果事例とりまとめ(案)

観光ビジョン推進北海道ブロック戦略会議
観光地域づくりWG、交通WG

平成31年3月

観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

指標名を記載

公共交通利用環境の革新

2018年度中に作成

連携する省庁

国土交通省

概要

- 乗り継ぎ利便性の向上が課題。
- 訪日外国人旅行者等を対象とした都市間バス等における周遊パスの企画・販売。

課題

地域：北海道内全域

○道内におけるインバウンド客が加速的に増加している中、JR北海道には「ジャパンレールパス」という周遊パスがあるのに対し、バス（都市間・路線）においては、一部のバス会社における取組にとどまり、道内全体のバス路線をカバーする「周遊パス」がなく、観光客のバス利用が進んでいない。

○運賃の支払いの簡便さ、乗り継ぎの利便性から、都市間バスを繋ぐパスの発行はできないか。

取組の成果

取組方法

- <取組主体> 乗合バス事業者、北海道運輸局
- <取組時期> 平成28年3月～
- <取組内容>
 - 平成27年度 訪日外国人旅行者等を対象とした都市間バス等における周遊パスの実証実験を実施。
 - 平成28年度 実証結果を踏まえバス事業者主体で事業継続。
 - 平成29年度 発売期間を通年とし、一部エリアを拡大
 - 平成29年11月～ 新たに十勝管内で管内バスパスの実証実験。

取組の効果

○平成31年3月から、北海道バス協会加盟の北海道中央バス他18社が運行している、予約が必要な高速バスを含む都市間バス及び一部一般路線バスが乗り放題となる「Hokkaido Budget Bus Pass」の発売が開始されより一層の利便向上が期待できる。



今後の取組方針

- 道央圏、十勝圏のみならず、広範囲での利用を望む声が多いことから、北海道全域での展開の可否を引き続き模索していく。（エリアの拡大）
- 利用度を高めるための広報についても、検討を行う。



「Hokkaido Budget Bus Pass」

観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

指標名を記載

公共交通利用環境の革新

連携する省庁

国土交通省

2018年度中に作成

概要

- 乗り継ぎ利便性の向上が課題。
- 訪日外国人旅行者等が使用できる、多言語バスロケーションシステムを導入。

課題

地域：北海道内全域

- バスの運行状況システム(バスロケ)は運行本数の少ない地域で、より必要性が高い。
- 特に冬季は時間どおりにバスが来ないことによって、寒空の中でバスを待つことから、早急に導入を検討すべき。
- 訪日外国人旅行者が使用できるように多言語化された、目的地と乗降バス停が分かりやすい、目的地検索機能を有するバスロケが必要。

取組の成果

取組方法

- <取組主体> 乗合バス事業者、各自治体
- <取組時期> 平成27年11月～
- <取組内容>
 - 平成27年11月～ 旭川電気軌道、道北バスを皮切りにふらのバス、十勝バス、北海道拓殖バス、千歳相互バス、阿寒バス、くしろバスでバスロケ運用開始。
 - 平成29年4月～ 札幌市がバス等公共交通の検索システムの多言語化等の改修を実施・運用中。

取組の効果

- 札幌市内では、平成30年度からバスロケ運用が開始予定。
 - ・平成30年度中に、ジェイ・アール北海道バス、ばんけい、北海道中央バスの札幌市内428系統に導入するため、機器調整中。
 - ・平成31年度以降、北海道中央バスとじょうてつの278系統に導入が予定されており、札幌市内全系統でバスロケが導入され訪日外国人旅行者に対しても利便向上が期待できる。

今後の取組方針

- その他の地域においても、バスロケ導入の動きがみられることから、バスロケ等導入事例の紹介を通じ、自治体・バス事業者等に対し、システムの一層の普及促進の働きかけを行う。



「試験運用中のスマホ画面」

観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

HP、案内表記等多言語での情報発信

2018年度中に作成

連携する省庁

国土交通省

概要

○フェリーを利用する訪日外国人旅行者が増加する中、多言語による案内が十分に出来ていない状況があるため、多言語案内用のタブレットをフェリー船内とフェリーターミナルとへ設置する。

課題

地域：北海道内全域

フェリーを利用する訪日外国人が年々増加している状況にあるが、フェリー船内やターミナルの窓口において、担当者が多言語で十分に対応できていない状況であった。



取組の成果

取組方法

津軽海峡フェリー(株)の所有するフェリー5隻およびフェリーターミナル3カ所へ多言語案内用のタブレットを設置

取組の効果

多言語案内用タブレットを使用することにより、訪日外国人旅行者とスムーズにコミュニケーションをとることが可能となり、サービス向上と安全対策強化を図ることができた。



船内およびターミナルの窓口に設置

多言語音声翻訳アプリ(ボイストラ)導入



今後の取組方針

引き続き「旅行環境整備事業」を活用し、フェリーや旅客船、フェリーターミナル内の多言語での案内等情報提供・発信の整備に取り組んで行く。

外国人旅行者の医療受入態勢整備に関する実証事業に係る取組の成果

観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実

2018年度中に作成

連携する省庁

厚生労働省

概要

外国人旅行者に日本の診療ルール等を周知すると共に、軽症患者の受診を原因とした病院の負担を軽減することを目的に宿泊施設内における医療関連相談の実証実験を行い、地域医療を維持できる仕組みを構築する。

課題

地域：倶知安・二セコ地域

○地域唯一の急性期病院である、倶知安厚生病院における外国人の入院及び外来の患者数は2005年度218人から2016年度1,613人と10年で約8倍にまで増加。

○これにより外国人旅行者の軽症患者が夜間・休日に病院に来訪するという「コンビニ受診」が増加。

取組の成果

取組方法

- <取組主体> 北海道運輸局
- <取組時期> 平成30年6月～平成31年2月
- <取組内容>
 - 他国の診療ルール・慣習、海外スノーリゾートの医療機関における外国人への対応、道内の医療機関の外国人対応について調査
 - 日本の診療ルール等の周知
 - WEBサイトによる医療機関の負担を軽減するための実証事業



取組の効果

- 日本と海外の診療ルール・慣習の違いの周知資料配布
受入施設 257施設(観光案内所など)
他にタクシー会社、宿泊施設、体験施設などにも送付。
- WEBサイト利用者数 20名(平成31年2月14日現在)
残念ながら、協力宿泊施設の宿泊客からの利用はない。
未公開にもかかわらず、20名からのアクセスがあった。
モニター調査ではおおむね好印象で、自分のスマホに撮ったり、一般公開を望む声もあった。

今後の取組方針

- WEBサイトによる周知の継続
- 取組の横展開
 - 実証結果の検証
 - WEBサイトの対象エリアを拡大するために解消しなければならない課題の抽出及び解決策の検討
 - 他機関との連携の強化

観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

キャッシュレス環境の飛躍的改善

2018年度中に作成

連携する省庁

概要

中国からの旅行者の多くは、自国内でQRコード決済（アリペイ、WeChatペイ）を利用しており、北海道内において決済手法への対応が求められているため、スマートフォン決済を「観光地」「乗合バス」「医療機関」で導入し、ストレス無く快適に旅行ができる決済環境づくりを行う導入効果を検証している。

課題

地域：北海道内全域

- 北海道の約25%を占める中国の決済手法は多様化する中、新たな決済環境のニーズに地域が対応できていない。
- 中国人旅行者の利便性が低くなっているため、十分に地域の経済・産業振興に結びついていない。
- 乗合バスにおける運賃の両替対応に対する乗務員の負担が大きい。



取組の成果

取組方法

- <取組主体> 北海道運輸局、小樽市（実証事業協議会）、道南バス、JCHO登別病院、セコインターナショナルクリニック
- <取組時期> 平成30年9月～平成31年2月
- <取組内容>
 - 観光地の消費拡大（小樽市）
 - 交通利便性の向上（道南バス）
 - 医療費の未払い対策（JCHO登別病院、セコインターナショナルクリニック）



取組の効果

- 【消費拡大】（アリペイ、WeChatペイ）
 - ・47店舗がスマートフォン決済環境を導入
 - ・平成30年9月～12月実績（22店舗）
 - ・決済件数2,170件 決済額5,215,931円
- 【交通利便性】（WeChatペイ）
 - ・平成30年11月19日～12月31日実績
 - ・決済件数4,235件 決済額2,834,270円
- 【医療費未払対策】（アリペイ、WeChatペイ）
 - ・平成30年9月～12月実績
 - ・決済件数4件 決済額125,340円



今後の取組方針

- 事業実施地域での今後の取組
 - 実証事業の成果を踏まえ、地域が主体となって決済環境整備を推進する。
- ブロック内の他の地域での今後の取組

観光ビジョン推進北海道ブロック戦略会議で実証事業の成果を情報共有し、決済環境導入を推進する。



観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

新たな観光資源の開拓

2018年度中に作成

連携する省庁

経済産業省

概要

○アイヌシアター「イコロ」での最新デジタルアートとアイヌ舞踊を組み合わせた新演目「阿寒ユーカラ ロストカムイ」を企画・製作、上演をするとともに、インバウンド、国内向けに積極的なプロモーションを展開し、商店街等エリア内での経済活性化を推進する。

課題

地域：釧路市内

- 釧路市阿寒湖温泉地域では、欧米・アジアにおける富裕層や、アドベンチャー・ツーリズム層など、異文化交流を嗜好する客層をターゲットとしたインバウンド獲得のための取組を進めているところ。
- こうした中、アイヌシアター「イコロ」では伝統的なアイヌ舞踊を上演しているが、演目内容の解説やパンフレット等、アイヌの神話や文化的ストーリーをターゲットとする客層にもわかりやすく解説するコンテンツが不足しているとの課題があった。

取組の成果

取組方法

- <取組主体> (特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構
阿寒アイヌ工芸協同組合
- <取組時期> 平成30年9月～平成31年3月
- <取組内容>
 - アイヌシアター「イコロ」で上演するアイヌ舞踊と融合したデジタルコンテンツの企画・制作および環境・上映設備の整備
※ コンテンツの内容はアイヌの伝説に基づいた自然との共生の大切さを体感するものでエリア内の他のコンテンツとも連動
 - シアター来場者にアイヌコタン商店街や関連商品の紹介等を行うことにより、デジタルコンテンツと連動させた、商店街活性化のための取組を実施
 - デジタルコンテンツの活用に基づくプロモーションの実施に向けたマーケティング計画等の策定

取組の効果

デジタルコンテンツをはじめとするコンテンツ整備により、来街者数・消費額の拡大や、複数のアイヌ文化コンテンツの連携によるエリア内の観光客回遊性向上が期待される

今後の取組方針

今年度策定するマーケティング計画等に基づき、引き続きインバウンドの獲得に向けたプロモーション等を実施する。



アイヌシアター「イコロ」

アドベンチャートラベル人材育成に係る取組の成果

観光ビジョン掲載施策

2020年までのKPI

国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

2018年度中に作成

連携する省庁

概要

アドベンチャートラベル(AT)は、①自然との関わり、②身体的活動、③異文化体験の3要素のうち少なくとも2つの要素を含む旅行形態と定義づけられており、欧米を中心に急速に発展。他方で、自然や文化等の魅力を外国人旅行者向けに楽しくわかりやすく伝えることのできるガイド(ATガイド)が不足している状況であり、当該ガイドの候補となる人材の発掘を行う。

課題

地域：北海道内全域

- OAT市場は欧米の富裕層を中心に発展している。
- 北海道は都市と自然が近接しており、AT市場において、世界有数のディステーションになる可能性がある。
- 一方で、ATガイドが不足しているため、人材育成が課題。

取組の成果

取組方法

- <取組主体> 北海道運輸局、北海道アドベンチャートラベル協議会(HATA)
- <取組時期> 平成30年8月～平成31年12月
- <取組内容>
 - 英語が堪能な学生にATガイド体験会を実施
 - 全道のガイド及び学生にアンケート、ヒアリング調査し、ミスマッチを調査
 - 今後の施策検討のため、AT先進地であるNZにおけるガイド産業・ガイド育成方法を調査
 - 学生向けにパネルディスカッションを実施



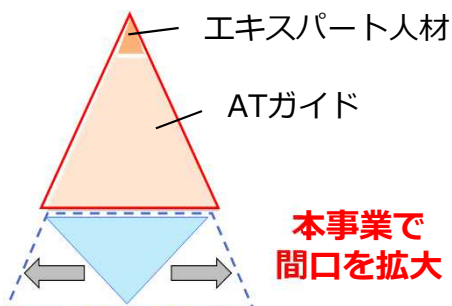
取組の効果

- OATガイド体験会を通じて、自然体験活動指導者(NEAL)を12名養成



今後の取組方針

- 全道のガイドに実施したアンケート及びヒアリング、学生に実施したアンケートの結果から導き出した、採用する側と採用される側のミスマッチを北海道アドベンチャートラベル協議会を通じてガイド業界に共有する。
- OATの先進地であるNZにおけるガイドの育成方法を、北海道アドベンチャートラベル協議会を通じてガイド業界に共有する。
- ガイド体験会の実施要領を横展開する。(HP等により公開)



観光ビジョン掲載施策

国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化

2020年までのK P I

2018年中に検討

連携する省庁

国土交通省、環境省、経済産業省

概要

- アドベンチャートラベル（自然との関連性・身体活動・異文化体験のうち2要素を含む旅行形態）は、欧米を中心に約49億ドルの市場規模を有し、急成長中。
- 全ての要素を満たしている北海道を、アドベンチャートラベルの世界的な旅行目的地に押し上げる。

課題

地域：北海道全域
（特に国立公園エリア）

- 欲しい情報を見つけられる窓口
- ターゲットの設定と的確な宣伝
- 体験メニュー等を増やす試み
- 外国語ができるアウトドアガイド不足
- オーダーメイド対応ができる人材不足
- 顧客のためにガイドが運転する仕組みづくり
- 将来に向けて連携した取り組み



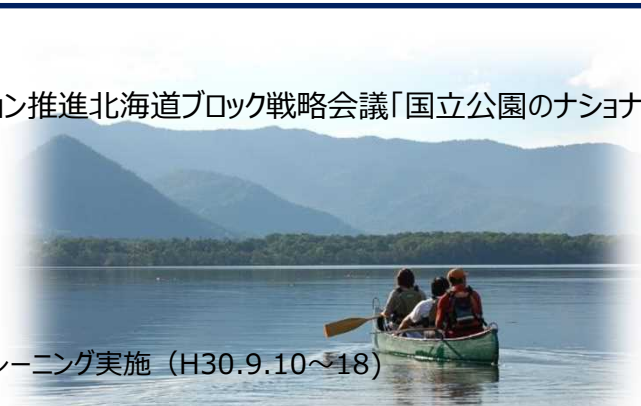
唯一の世界的機関である Adventure Travel Trade Association (ATTA 世界100か国約1,300団体が加盟1990年設立) が提唱する旅行スタイル。旅行者の滞在期間が長く地元への経済効果も高い。

取組の方法

解決主体：北海道アドベンチャートラベル協議会（HATA）、観光ビジョン推進北海道ブロック戦略会議「国立公園のナショナルパークとしてのブランド化」推進チーム

取組内容：

- 北海道における窓口となる協議会（HATA）の運営
 - ※85団体にのぼる産官学の連携組織（主にPRとマーケティングを担当）
- 大学生をアドベンチャーガイドに育成する体験会を実施（H30.8.9～11）
- ATTAのネットワーキングイベントである Adventure Connect 及びガイドトレーニング実施（H30.9.10～18）
- 和琴野営場グランピング試験を実施（H30.10.1～31）
- HATAのWEBサイトの充実 <http://hokkaido-adventuretravel.com/>（H30.10.14）
- ATTAの年次総会 Adventure Travel World Summit（トスカーナ）への参加（H30.10.15-18）
- 即戦力のガイド育成研修を根室で開催し32名が参加（H30.10.29）
- ATTAと連携し、海外AT関係者21名を招聘したFAMツアー・商談会であるAdventure Weekを日本初開催（H31.2.25～3.5）
- 有力メディアによる視察旅行の実施（H31.3.4-12）
- 川湯エコミュージアムにて、コミュニティスペース（カフェコーナー）・キッズスペース・ツアーデスクの設置とICTを活用した多言語化を実施



取組の効果

- ◆マストツーリズムとは一線を画す北海道ならではの旅行スタイルが確立できる。
- ◆一連の事業とATTAを通じて、アドベンチャートラベルの巨大コミュニティと太いパイプを築くことができた。
- ◆多くの関係者（行政、大学、観光協会、民間企業等）を巻き込み機運が高まっている。

今後の取組方針

- HATAによるアドベンチャートラベラー受入れの推進（ビジネスとして成立することが必要）
- 「国立公園」推進チームによるアドベンチャートラベラー受入れに関する課題の解決
- 英語で語れるガイド育成の受け皿整備