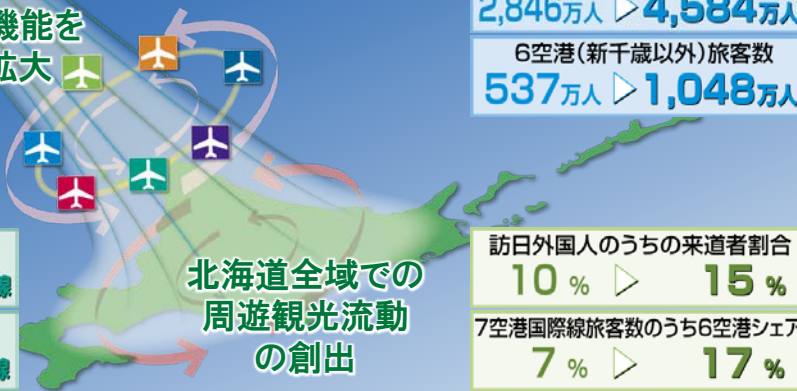




世界の観光客を魅了し 北海道全域へ送客する マルチ・ツーリズムゲートウェイ

国際ゲートウェイ機能を7つに段階的に拡大することで、旅客数4,584万人を目指します

国際ゲートウェイ機能を
7空港に分散・拡大



北海道全域での
周遊観光流動
の創出

戦略的事業方針

7空港の明確な役割分担
による
航空ネットワークの分散・拡大

デジタルマーケティング
による
段階的な観光流動づくり

北海道の魅力発信と
地域活性化への貢献

安全・安心を最優先
とする
長期安定の空港運営

※各目標値は「現状 > 30年後」として記載

「マルチ・ツーリズムゲートウェイ」の形成・拡大ステップ

- ・ 旺盛な東アジアからの観光需要をメインターゲットとして、段階的に観光流動を道内各地に拡大
- ・ 運営開始当初10年間で「マルチ・ツーリズムゲートウェイ」を概成

< 当初10年間の観光流動の拡大ステップ(イメージ) >

①道央圏以外へ観光流動を創出



②観光流動をきた・ひがしへ拡大



③道内全域での活発な流動



各空港の戦略的位置付け

各空港の特性や課題、潜在的旅客需要を踏まえて、7空港を①グローバルゲートウェイ、②広域ゲートウェイ、③地域ゲートウェイとしてそれぞれ位置付け

空港名	位置付け	将来像
新千歳	グローバルゲートウェイ	北海道全体の航空ネットワークの拡大と、観光市場の成長を牽引するリーディングゲートウェイ
稚内	地域ゲートウェイ	利尻・礼文等の地域観光資源へのアクセスを担い、地域の経済・生活を支えるゲートウェイ
釧路	地域ゲートウェイ	釧路・阿寒のアドベンチャーツーリズム・ひがし北海道広域周遊のゲートウェイ
函館	広域ゲートウェイ	新幹線とのアクセス強化による道南・東北No.1の広域周遊観光ゲートウェイ
旭川	広域ゲートウェイ	旭川・大雪・富良野等の世界屈指の山岳・スノーリゾートや道内各地への広域周遊観光ゲートウェイ
帯広	地域ゲートウェイ	フードバレーとかちやひがし北海道広域周遊観光のゲートウェイ
女満別	地域ゲートウェイ	オホーツクの比類なき大自然やひがし北海道広域周遊観光のゲートウェイ

7空港の明確な役割分担による航空ネットワークの分散・拡大

ターゲットの特性に応じた戦略的な路線開発

<基本戦略>

- 7空港の役割分担に応じたターゲット路線の設定
- LCC誘致による新規需要の拡大
- 道内オープンジョーによる広域観光促進

<エアライン誘致施策>

- 航空営業専門部署の設置
- 地域一体での営業体制の構築
- データを活用したマーケティング戦略
- 地域と連携した航空貨物の利用促進

<着陸料等の料金施策>

- 航空ネットワークの分散・拡大を促進する多様なインセンティブ
- 需要変動リスクをエアラインとSPCがシェアする旅客数連動の料金体系
- 新規就航前後のエアラインのマーケティング費用をサポート

<空港毎のターゲット路線>

空港	国際線	国内線
新千歳	アジア圏ローカル 欧米豪等長距離	三大都市圏拠点空港 + 地方都市
函館・旭川	東アジア・ 東南アジア首都	三大都市圏拠点空港
釧路・帯広・ 女満別・稚内	東アジア首都	三大都市圏拠点空港

<道内オープンジョーのイメージ>



<エアライン誘致体制>



道内航空ネットワークの充実

- 道内LCC路線誘致等による道民の生活路線維持や低運賃志向の新たな旅客需要創出
- 訪日外国人向け割引運賃等を活用した観光利用促進
- コンピューター・リージョナル航空の誘致による移動手段の多様化

エアラインの就航機会を逃さない受入環境整備

- 7空港全てにおける国際線就航を実現する受入環境整備
- 拡大するビジネスジェット需要への対応
- 除雪能力強化、グランドハンドリング等の受入体制の強化

<グランドハンドリング体制の強化>



デジタルマーケティングによる段階的な観光流動づくり

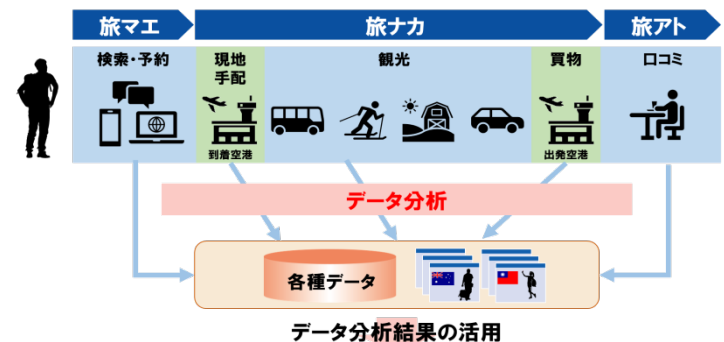
地域一体でのデジタルマーケティングの展開

- Web・アプリ等を通じたデータ分析による旅行動態の把握
- 分析結果を活用した地域一体での周遊ルートづくりと二次アクセス拡充
- 道内全てのDMOを重要パートナーとした観光商品の充実
- きた・ひがし北海道への観光流動を段階的に創出し、道内全域の観光需要を喚起
- 構成員等の国内外のリソース（商業施設、航空・鉄道、メディア等）を通じたプロモーション

旅マエから旅アトまで一貫した旅の利便性向上

- オンラインと対面の両方で旅マエ～旅アトまでサポートするコンシェルジュサービスの提供
- 7空港全てで、従来の総合案内に加え、観光商品や交通手配を含む様々な旅行サポートを行う観光コンシェルジュを設置
- 多様な交通モード間の連携促進による二次アクセスの改善

<デジタルマーケティングの展開イメージ>



- 活用例
- 分析結果に基づき、自治体/DMO等と周遊観光ルートの商品開発
 - ターゲットに合わせたメディアのプロモーション、情報発信

北海道の魅力発信と地域活性化への貢献

北海道の魅力を発信する空港のショーケース化

- 7空港の到着、商業、出発各エリアを「北海道ショーケース」として位置付け、北海道の魅力を世界に発信
- 空港毎の特性を踏まえたショーケースコンセプトを設定

＜「北海道ショーケース」の概要＞

	到着エリア	商業エリア	出発エリア
情報発信	観光コンシェルジュによる地域の情報提供		道内他地域の観光情報提供によるリーダー獲得
商業		地域の食・産品やアクティビティを想起させる商業展開	
環境演出	旅への期待感を高める演出	地域の特色を想起させる環境演出	北海道全体を表現する環境演出

＜各空港のショーケースコンセプト＞



空港の魅力向上による地域活性化への貢献

＜活性化に向けた投資戦略＞

- 各空港の位置付けや施設の現状、就航需要等を勘案した投資の資金配分と優先順位付けを実施
- 必要な国際線受入環境が事業開始時点で確保されている新千歳、旭川、帯広では利便性向上投資を先行実施
- 運営開始当初10年間に7空港全てで国際ゲートウェイ機能を概成

＜地域活性化／利用者利便性向上＞

- 地域に不足する機能や地域性・エンターテインメント性の強化
- 自動チェックインや最新鋭の保安検査機器等によるFAST TRAVELの推進
- 7空港全てで多言語対応・ユニバーサルデザインを推進

＜空港別の活性化投資の内容＞

	2020年度	2025年度	2030年度	2035年度
新千歳	エアサイド容量拡大・エプロン増築	利便性向上投資・国内線ビル・BJ施設・ケータリングビル 他	内線共用旅客ビル新設	
稚内			旅客ビル施設新設(国際含)	2030年度までに7空港全てで国際ゲートウェイ機能を概成
釧路			国際線旅客ビル施設増築	
函館			国際線旅客ビル施設増築	
旭川			商業・観光機能拡充	固定橋増築 エプロン増築
帯広			BJ施設 国内線旅客ビル施設改修	
女満別			旅客ビル 施設増築	旅客ビル ホテル新設 施設増築
総投資額(想定) (30年間)		新千歳 約2,950億円	他6空港 約1,300億円	

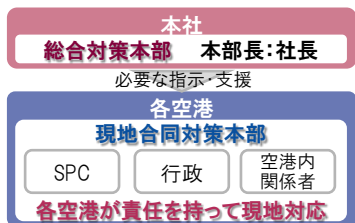
※BJ:ビジネスジェット

安全・安心を最優先とした長期安定の空港運営

確実な業務承継と本社・現場一体の緊急時対応

- 構成員のリソースを活かした7空港運用業務の確実な承継
- 経営トップ主導による安全推進
- 現場への権限委譲による各空港の自律的な運営体制の構築
- トラブル発生時は、社長の最終責任の下で各空港が責任を持って迅速に初動対応を実行

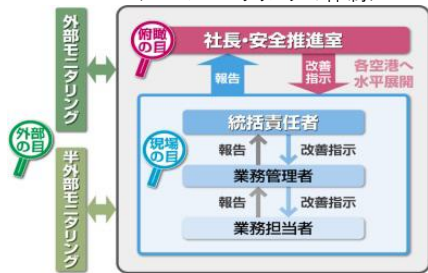
＜トラブル発生時の対応体制イメージ＞



セルフモニタリングによる安全・保安レベル向上

- 現場の目、俯瞰の目、外部の目の多角的・複層的な視点からの自律的なモニタリング体制
- PDCAサイクルによる安全・保安業務レベルの維持・向上

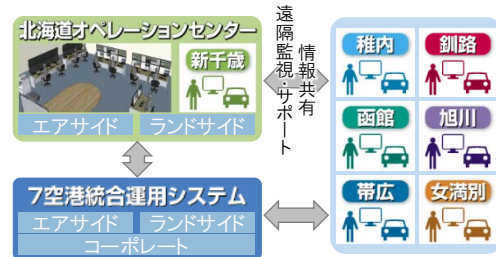
＜セルフモニタリングの体制＞



バンドリングメリットを活かした空港運用

- 新千歳空港に設置する「北海道オペレーションセンター」(HOC)により空港運用業務と旅客ビル施設管理業務等を一体化
- 新千歳空港以外の6空港の運用を遠隔サポート
- 7空港一体運用を支える統合運用システムの構築

＜7空港一体運用の将来イメージ＞



地域共生の承継と地域との信頼関係構築

- 本社に地域共生部、各空港に地域共生担当を設置
- 周辺地域との対話・交流の機会に積極的に参加
- 現状の空港振興・環境整備支援機構等による地域共生事業を承継し、自治体や地域のニーズに合わせて制度を拡充・改善