

これまでの事業を踏まえた令和5年度事業の考え方について

これまでの事業(R4事業については赤字記載)	事業結果を踏まえた今後の対応
<h2>I 公共交通の利用促進に向けた道民運動の展開</h2>	
<p>公共交通の利用促進に向けた道民キックオフフォーラムの開催【H30】 ○約600名来場(道内選出国會議員、道議會議員、市町村長、一般道民等)</p>	<p>継続実施なし(キックオフ時のみ)</p>
<p>北海道公共交通利用促進運動の展開【R1～】 ○参加団体数:457(協議会15、市町村179、企業・団体263)【R5.3.1現在】 ○参加企業・団体の募集 ・北海道ビジネス商談会、北海道包括連携協定企業交流会(R1.9,11) ・道(振興局)による個別訪問等(H31.4～) ○取組が先進的かつ全道への波及が特に認められる団体への表彰(R2)</p>	<p>企業等の公共交通の利用促進に対する理解を拡げ、かつ当協議会や他団体の取組を共有することができるため、引き続き積極的に運動参加への働きかけを行い、さらに公共交通の利用促進に対する理解を広げていくことが必要。</p> <p>R5 事業 ○参加企業・団体の募集 ○取組が先進的かつ全道への波及が特に認められる団体への表彰</p>
<p>HPIによる情報発信【H30～】 ○協議会及びほっかいどう応援団会議HPIにおける情報発信 ・公共交通利用促進運動や地域の取組等を紹介するとともに、本道の鉄道の魅力を発信。サイト閲覧数:6万件【R5.3.1現在】 ・HPをリニューアルし、これまでの事業で作成したコンテンツの情報を更新し、集約することで、発信力を強化。【R4】 ・各イベントで配付するノベルティグッズにQRコードを掲載することで、積極的なPRを実施。【R4】</p>	<p>当協議会と地域の取組みや、本道の鉄道の重要性及び魅力等を発信するのにHPIは有効な手段であることから、これまで作成した鉄道の魅力発信や応援機運醸成のコンテンツ等をPRすることで、発信力強化を図る。</p> <p>R5 事業 ○協議会及びほっかいどう応援団会議HPIにおける情報発信 ○リニューアルしたHPの周知による発信力強化</p>
<p>道が実施するノーカーデーとの連携【R1～】 ○パートナー事業者等への周知、市町村等への周知依頼(啓発用資材の配布) ○地域が実施するノーカーデーの取組と連携した周知(十勝・旭川市・オホーツク)【R4】</p>	<p>ノーカーデーは道内公共交通の需要拡大と利用定着を推進するとともに、道民が公共交通の利用を改めて考える契機となることから、引き続き道や地域と連携して、普及啓発などにおいて協力する。</p> <p>R5 事業 ○パートナー事業者等への周知、市町村等への周知依頼(啓発用資材の配布) ○地域が実施するノーカーデーの取組と連携した周知</p>
<h2>II 鉄道をはじめとする公共交通利用者の拡大</h2>	
<p>道民向けPR【R1～】 ○北海道レールエールキャンペーン【R1】 ・鉄道旅応援ブックの発行(8,000部発行 売上約3,500部) ・北海道レールエールフェスタ開催(アリオ札幌 約6,300人来場) ・鉄道わくわく体験フォトコンテストの実施(応募総数:316件 受賞作品9件) ○道央圏や中核都市におけるPR ・道内6箇所のイオンモールにて、展示型PRを実施(12日間4,006名来場)【R2】 ・地下歩行空間にて、道内いさりび鉄道や北海道大学鉄道研究会と協力した展示型PRを実施(3日間3,600人)【R4】 ○イベントへの出展 ・アリオ札幌【R4】 ・鉄道の日フェスティバルへの【R4】 ・さっぽろ雪まつり【R4】 ○道内周遊企画(ビンゴスタンプラリー)の実施【R4】 ・鉄道をはじめとした公共交通の乗車機運を高め、利用促進につなげるため、ビンゴ形式のスマホスタンプラリーを開催</p>	<p>R2～R3年度は感染症の影響によりイベント企画などが実施できなかったが、R4では、感染状況を見極めつつ、地下歩行空間などで、小規模な利用促進の展示型PRを実施することができた。 R5年度は、道民向けのPRを継続していくことに加え、持続的な鉄道網の確立に焦点をあてた取組を展開し、道民のマイレール機運を高めるとともに、利用を促進する。</p> <p>R5 事業 ○道民や観光客を対象にした、鉄道網を活用した道内周遊企画による利用促進事業の実施 ○小規模な利用促進の展示型PRの実施 ○リニューアルしたHPの周知による発信力強化(再掲) ○沿線の協議会が実施する国の実証事業に向けた連携</p>
<p>国内へのPR【H30～】 ○「LCCひがし・きた北海道フリーパス」の需要喚起【H30】 ・SNS(インフルエンサー誘致)を活用した情報発信や、フリーパス利用者向けキャンペーンを実施 ○イベントの出展等【R1～】 ・地方創生ビジネス交流会【R1】 ・イオンモール京都【R1】 ・ツーリズムEXPO【R4】 ○特設サイト「フレ！フレ！鉄道 北海道鉄道応援ページ」の開設(閲覧数3.8万回)【R2】 ・VR動画「ほっかいどう妄想鉄道たび」や、WEBコミュニティ「カメラガールズ」による参加型のライブ配信 など ○利用促進に係る札幌・首都圏PR【R3】 ・道内及び首都圏でのデジタル広告によるPRや、イオンレイクタウン(埼玉県越谷市)における展示型PRを実施。 ○道内周遊企画(ビンゴスタンプラリー)の実施【R4】(再掲) ○北海道公共交通利用促進キャンペーン【R4】 ・観光による鉄道利用を促進するため、沿線の観光地等を紹介するパネル点を東京3回、大阪・東北で1回実施。</p>	<p>道外における北海道への興味・関心は強い一方、鉄道の認知はあまり高くないことから、引き続きHPなどにより北海道の鉄道の魅力を発信するとともに、上記黄線区利用促進企画の実施により鉄道利用の呼びかけを道外においても広く行う。 また、これまでに作成したフリーペーパーや動画などのコンテンツや、リニューアルしたHPを活用し、道内外における観光関連イベントへの出展などのPRを実施する。</p> <p>R5 事業 ○道民や観光客を対象にした、鉄道網を活用した道内周遊企画による利用促進事業の実施 ○首都圏等における本道の鉄道の役割や重要性、魅力等のPRの実施 ○観光分野等の関係機関と連携したPRの実施 ○リニューアルしたHPの周知による発信力強化(再掲)</p>
<p>観光情報等掲載フリーペーパーの作成・配布【R1～】 ○全道各地の各線区の魅力や情報等を多言語発信(日・英・中(繁・簡)) ・45,000部をJR北海道駅や観光案内所等に配置するとともに、首都圏においても配布 ○出張利用促進パンフレットの作成(8,000部を経済団体会員等に配布)</p>	<p>観光利用フリーペーパーは、道外商業施設や観光協会等から追加で配送依頼があるなど、本道の鉄道旅の魅力を発信する手段となっていることから、引き続き観光イベント等での配布を継続するとともに、HP等により発信していく。</p> <p>R5 事業 ○観光情報等掲載フリーペーパーの増刷・配布 ○リニューアルしたHPの周知による発信力強化(再掲) ○観光分野等の関係機関と連携したPRの実施(再掲)</p>
<p>鉄道魅力動画の作成・発信【R1～】 ○「北海道の鉄道」動画コンテスト(応募総数:29件 受賞作品3件)【R1】 ○観光列車(くしろ湿原ノロッコ号や流水物語号など)の動画を鉄道事業者と共同で作成、発信【R2】 ○タレントを起用し、道内鉄道旅の楽しみ方や地域との交流等を取り上げた動画を発信(全6話 視聴回数236,404回)【R3】 ○道内の専門学生の企画により、若者目線によるJRの利用促進動画を2本作成。【R3】</p>	<p>YouTubeやTiktokなどの動画共有サービスは国内において広く普及し、アジア圏においても、若年層を中心に旅行先の情報収集は動画によるものが多くを占めていることから(R1セールスコール聞き取り)、動画による鉄道の魅力発信を継続するとともに、各種PRにおいて動画を活用するなど発信力強化を図る。</p> <p>R5 事業 ○リニューアルしたHPの周知による発信力強化(再掲) ○観光分野等の関係機関と連携したPRの実施(再掲)</p>

<p>インバウンドへのPR【H30/R1】 ○台湾、中国、タイへのPR【H30/R1】 ・現地旅行会社等へのセールスコールや現地旅行博の出展、大型商業施設でのPR活動、WEB及びSNSによる発信 など ○来道外国人観光客に対するPR及びアンケート調査【H30】 ○インバウンド向けプロモーション(JRとの連携) ・インバウンド向けの感染症対策PR動画の作成【R3】 ・タイ人のインフルエンサーを招聘し、鉄道による周遊旅行の様子を発信【R4】 ・JR北海道が実施する海外PRに協力し、ノベルティグッズ等を提供【R4】</p>	<p>インバウンドが回復傾向にあることから、感染症の状況を鑑みつつ、段階的な需要回復に向け、インバウンドへの取組も継続していく必要がある。特に、セールスコールの結果、アジア圏の北海道への関心の高さが伺えた一方、レールパスや道内鉄道の認知が十分ではないことから、これまでに作成したフリーペーパーや動画などのコンテンツを活用し引き続き情報発信等を行いながら、レールパスや、鉄道での観光の情報発信を行っていく。</p> <p>R5 事業 ○インバウンド向けプロモーション(JRとの連携) ○観光分野等の関係機関と連携したPRの実施(再掲)</p>
<p>鉄道の観光利用促進【H30～】 ○特急型観光列車の運行【H30】 ・インバウンド向けモニターツアー実施(富良野線/宗谷線135名、釧網線107名参加) ○地域密着型観光列車の運行【R1～】 ・沿線自治体を中心にしたワークショップを計5回開催 ・モニターツアーを実施(室蘭線36名参加)【R1】 ・貸し切り車両臨時列車によるモニターツアー 【R4】 ※地域連携事業 ○観光列車へのおもてなし【R2～】※地域連携事業 ・統一デザインによる歓迎用物品の作成や地域住民への参加呼びかけなど、歓迎イベントを地域と連携して実施 ・SL冬の湿原号の乗客へノベルティグッズ等を配付【R4】 ※地域連携事業 ○宗谷線における予約制駅弁販売実証実験【R3】※地域連携事業 ・沿線地域と連携し、専用WEBサイトによる予約制駅弁販売の実証実験を実施 ○ラベンダー編成の活用【R3～】 ・ラベンダー編成運行記念出発式・モニターツアー【R3】 ・宗谷線・石北線ラベンダー編成運行記念乗っくキャンペーン【R3～】 ※地域連携事業 ・ラベンダー編成等による周遊ツアー「ひとめぐり号」の販売促進PRや、車内イベント企画を実施【R4】 ○H100形ラッピングトレイン出発式・サイクルトレインモニターツアー【R4】</p>	<p>鉄道の観光利用は観光客の増加だけでなく、地域資源の掘り起こしやサービスの磨き上げなどにより地域を活性化することにも繋がることから、地域密着型観光列車の運行及び観光列車のおもてなし事業について、引き続き地域と連携して事業を実施する。 また、道と国の協調補助により、北海道高速鉄道開発株式会社が取得した「ラベンダー編成」は、JR北海道における定期列車としての運用に加え、観光シーズンの臨時列車や地域の要望を踏まえた観光列車として運行することから、引き続き、同車両を活用した旅行企画や沿線PR等により鉄道利用の拡大を図るとともに、令和4年度より新たに地域に導入される「H100形」を活用したイベント等を地域と連携して実施していく。</p> <p>R5 事業 ○H100形ラッピングトレインの活用支援 ○ラベンダー編成を活用した道内周遊ツアー等の実施 ○ザ・ロイヤルエクスプレスなどの鉄道事業者が運行する観光列車へのおもてなし ○沿線協議会等と連携した事業の実施(観光列車へのおもてなしや、ラベンダー編成・H100形等を活用したイベント等) ○沿線の協議会が実施する国の実証事業に向けた連携(再掲)</p>
<p>○子ども向け鉄道旅体験会【R1～】 ・計6回(室蘭線、宗谷線、石北線、日高線)実施、合計139名の児童が参加【R1】 ・観光列車(ザ・ロイヤルエクスプレス)子ども体験乗車会を実施、被災3町の小学生20名が参加【R3】 ・宗谷本線子ども体験乗車会を計3回実施したほか、定員漏れの応募者へも啓発物を配付【R4】 ※地域連携事業</p>	<p>引き続き子どもの意識向上に向けた取組を地域と連携して全道に展開していくとともに、2次交通も含めた体験会を開催することで鉄道をはじめとした公共交通全体の利用促進を図る。</p> <p>R5 事業 ○沿線協議会等と連携した事業の実施(子ども鉄道旅体験の実施) ○沿線の協議会が実施する国の実証事業に向けた連携(再掲)</p>
<p>III 本道の鉄道網の重要性や地域の取組等の全国発信</p>	
<p>道内外でのイベントやPRの実施【R1～】 ○道民向けPR【R1～】(再掲) ○イベントの出展等(再掲) ○首都圏におけるPRの実施【R2】 ・首都圏の全鉄道事業者11社(局)の全車両への広告掲出や、本道の鉄道網の役割や重要性等を訴える動画の配信 など ○北海道公共交通利用促進キャンペーン【R4】 (再掲)</p>	<p>持続的な鉄道網確立に向け、引き続き国民の理解や応援が必要なことや、R5年度は総括的な検証に向けた機運醸成や、R6年度以降のJR北海道への支援に向けた国への提言を行うため、首都圏でのシンポジウム等を開催する。 また、リニューアルしたHPを活用しながら、地域の利用促進に係る取組を集約し発信するとともに、本道の鉄道の役割や重要性などのPRを首都圏等を中心に展開する。</p> <p>R5 事業 ○R6以降の国の支援に向けた国への要請 ○道内外における本道の鉄道網の重要性や役割のPR</p>
<p>HPによる情報発信【H30～】 ○協議会及びほっかいどう応援団会議HPにおける情報発信(再掲) ○特設サイト「フレ！フレ！鉄道 北海道鉄道応援ページ」の開設(閲覧数3.8万回)【R2】(再掲) ・WEBまんが「そうだったんだ！北海道の鉄道！」・「親子で挑戦！めざせ鉄道クイズ王！」など ○各線区の特徴や道内鉄道網の状況、路線の歴史や魅力等を紹介する動画等の特設WEBサイトの作成【R3】 ・特設WEBサイトを山手線30駅におけるポスター掲出や首都圏149駅内のコンビニのビジョン広告等より広く周知 ○HPをリニューアルし、これまでの事業で作成したコンテンツの情報を更新し、集約することで、発信力を強化。【R4】(再掲) ○各イベントで配付するノベルティグッズにQRコードを掲載することで、積極的なPRを実施。【R4】(再掲)</p>	<p>R5 事業 ○公共交通利用促進運動の周知や地域の取組等の紹介(再掲) ○リニューアルしたHPの周知による発信力強化(再掲)</p>
<p>IV 感染症により失われた公共交通需要の回復</p>	
<p>○感染症により失われた公共交通需要の回復【R3～】 ・新北海道スタイルを実践する交通事業者の取組をテレビやラジオ、新聞等により広く発信 ・「ぐるっと北海道・公共交通利用促進キャンペーン」のPR ・各市町村等の交通需要回復施策等を特設サイトにより発信 ○北海道公共交通利用促進キャンペーン【R4】 (再掲)</p>	<p>「ぐるっと北海道」事業の終了のため、継続実施なし</p>