

HOKKAIDO LOVE!

■「HOKKAIDO LOVE！」のキャッチフレーズを幅広く活用し、オール北海道で観光関連産業等の前向きな取組を応援

■新型コロナの収束後を見据え、食や自然といった本道の魅力を発信し、国内外の「北海道ファン」の来訪意向を高めるSNS施策等を展開

■SNSへの写真投稿を通じ、道民の皆様に、普段意識しない北海道の良さを再認識いただき、誇りを感じていただく「シビックプライド」の醸成

■主催

北海道エアポート株式会社、公益社団法人北海道観光振興機構、北海道

※北海道運輸局等の関係機関や、観光、宿泊、交通等の幅広い事業者に
参画を呼びかける予定。

■実施事業（予定）

- ・統一ロゴの作成、特設サイトの開設・運営
- ・その他、新型コロナの収束状況に応じ、順次誘客プロモーション等を展開

●プロジェクト統一ロゴ

HOKKAIDO LOVE!

- 本ロゴを、官民の観光関連事業等のPRツールとして幅広く活用。
- 一定のガイドラインのもと、事業者や個人も手続きなしで利用できる。
- 「I」と「LOVE」を赤文字にすることで、「私は北海道が好き！」というメッセージを強調。

●プロジェクト第1弾

- 特設サイトの立ち上げ
- TwitterやInstagramにて、「#hokkaidolove」のハッシュタグをつけて、本道の食や自然などの写真を投稿していただくSNS施策を展開。
- 投稿を通じ、本道の魅力を再認識していただくとともに、道外・海外の方々のコロナ収束後の訪問意向を喚起
- 道内TVでのCM放映、街頭ビジョンでのコンセプト動画放映

●共同記者会見

- 6月17日(水)16時30分から道庁にて、北海道エアポートの蒲生猛社長、観光振興機構の堰八会長、知事の3者による共同記者会見

●特設サイト（ロゴダウンロード）

<https://hokkaidolove.jp>

※こちらからロゴをダウンロードできます

●シビックプライドキャンペーン事例



1970年代、治安の悪化と失業率の増加、街の荒廃などに見舞われたニューヨーク州が開始した観光キャンペーン。観光キャンペーンとして大成功を収めたが、同時にニューヨーカーの意識にもポジティブな変化をもたらし、ニューヨークへのプライドと愛着が芽生え、街の環境美化などが率先して行われるようになった。

**HONG KONG
LIVE IT. LOVE IT!**

2003年4月、SARS流行により観光市場に大打撃を受けた香港が、感染拡大のなかスタートしたプロジェクト。国内での活動からスタートし、終息宣言後の7月からの本格的な観光誘致キャンペーン「HONG KONG WELCOMES YOU」に繋がった。