

# 「北海道観光に関する基礎調査」 ファイナルレポート

2017年3月

独立行政法人

国際協力機構（JICA）

公益財団法人はまなす財団



# 要 約 版



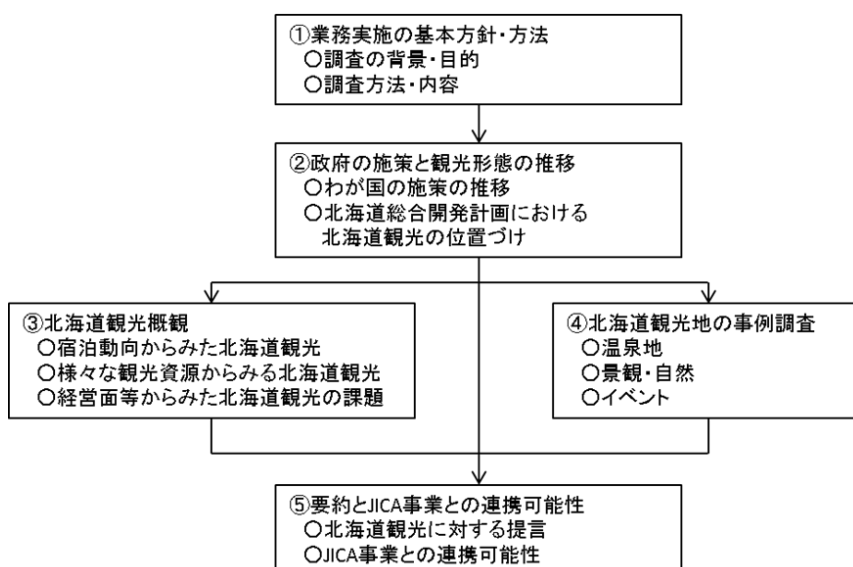
# 北海道観光に関する基礎調査 要 約

## 1. 調査の背景・目的

(1) 北海道における観光の研修プログラム及び地方創生への貢献に向けた検討を行うために、北海道観光の歴史や発展経緯について包括的に調査して整理するとともに、現在抱えている課題や改善案等について明示し、今後の JICA 北海道の当該分野の国際協力における提言を本調査の目的とする。

(2) JICA 研修の対象国の中にはヨーロッパやアメリカ等の英語圏からの入込みが中心となっている国が多く、北海道にとっては JICA の研修対象国が有するマーケティングノウハウが魅力的に映る。一方、JICA の研修対象国にとっては東アジアで抜群の知名度を誇る北海道観光の発展過程を学ぶことは、自国の観光政策立案に大いに役立つものと思料される。この視点からみると、お互いがこれまで欠けていた新たなノウハウを習得し得る貴重な場であり、その有用性について大きな可能性があると考えられる。

(3) 調査の構成は、①政府の施策と観光形態の推移の取りまとめ、②北海道観光概観の把握、③北海道の観光地やイベント等の事例調査の取りまとめ、④要約と JICA 事業との連携可能性、である。事例調査としては、延べ宿泊者数が多い温泉地や、北海道が強みを有している景観・自然、そして集客や観光のブランド化に資する活動である各地域のイベントについて抽出し、各地域のキーパーソンや観光協会等へヒアリング調査を行った。



## 2. 政府の施策と北海道観光の位置づけ

(1) 戦前の北海道観光をみると、1931年には室蘭や釧路にて観光協会が設立されるなど、観光振興が芽生え始めており、また 1934年には、札幌グランドホテルが営業開始される

など、本州に追従する形で観光関連の整備が進められてきたが、本調査においては、観光振興をみる上でも、戦後の1945年以降を中心に上げている。

(2) 高度成長期の初期には所得倍増計画策定(1960年)、第1期全国総合開発計画策定(1962年)、そして、観光基本法が公布(1963年)された。当時の観光地では、「遊ぶ・食べる・買う」という観光形態が形成された。1970年代には日本再発見の「知る・学ぶ」観光がブームとなった。一方では、秘境、温泉・秘湯もブーム化した。そして1986年～91年のバブル期には1987年に総合保養地域整備法(リゾート法)が施行され、リゾート開発が進められた。

(3) バブル期を経て、国内観光は贅沢を知り背伸びをした旅行が増え、個人の価値にもとづく観光が進み、これまでの大量・効率化・与えられた観光の時代から個人の価値にもとづく観光へと質的大転換が進んだ。すなわち、観光形態は、自然や避暑地にてリゾートを楽しむ「体験する・癒される」観光、その土地や風土を理解する「背景やシナリオを知る」観光といった多種多様な価値基準による観光へと広がってきた。

(4) 2003年にはわが国の人口減少や周辺諸国の経済成長を踏まえた「インバウンド数・年間1,000万人」を旗印とする観光立国行動計画が立てられ、さらに、2008年には観光庁が発足し、既述のとおり、マーケット対象を国内から国外に重点化し、インバウンド大幅増を目指す計画・施策が今日まで積極的に立案・実施されている。

(5) 北海道総合開発計画をみると、観光は比較的順調に推移してきたといえる。第1期計画では産業として位置が与えられず施策も見当たらないが、それ以降、計画が策定される毎に「観光」に対応する施策は増してくる。計画が進む毎に「産業」として、さらに現在は「主要な産業」として認識されている。

### 3. 北海道観光概観

(1) 宿泊者数の推移をみると、過去3度のブームがあることがわかる。最初は1965年からの「知床旅情」のヒット等や秘境ブームの10年間で、2度目のブームは1980年代後半から1990年代初頭のバブル景気で旅行需要が旺盛な中、1988年の青函トンネル開通等の交通アクセス改善等、さらにはトマムやルスツの大型リゾート誕生等を受け、大きく発展し、3度目のブームは、1991年のバブル崩壊からの8年間であり国内をみると個人旅行にシフトしている中、北海道はエージェント送客による団体客依存度を益々高めていたのである。

(2) 2000年以降から、有珠山噴火等もあり減少に転じており、インバウンドの増加はあるものの、道内客・国内道外客の減少があり、この理由は、①人口減少経済低迷(道内客)、②2000年からの航空料金の自由化に伴う料金適正化・機材の小型化が進み、安価な団体ツアーが組成できなくなったことや宿泊旅行日数が短縮基調(道外客)、③エージェント依存の成功体験が強く、個人客向けマーケティング重視への経営意識改革が遅れた

こと（受入側）、④1990年代にホテルの大型化が積極的に図られ、エージェントの団体送客で部屋を埋める業界構造が一層進み、営業面・財務面でも個人客対応に容易でなかったこと（受入側）、の4点と考えられている。

(3) 2013年と2015年の延べ宿泊者数の推移について道内・道外・インバウンド別にみると、道内宿泊者は67万人泊減、道外宿泊者は51万人泊減となっており、一方、インバウンドは257万人泊増であり、国内宿泊者の減少の穴を埋める形でインバウンドが急増していることがわかる。インバウンドの比率をみると、2013年が10.1%から2015年が17.0%と増加していることが分かる。

(4) 北海道内の観光地特性別にみる延べ宿泊者数の動向をみると、主要都市やリゾート地所在市町村は、近年は増加傾向となり北海道観光を牽引している。一方、広域観光の主軸であった主要温泉所在市町村は長期低迷を続けており、回復基調にあるとはいえ、2015年度との比較をすると70を超えたに過ぎない。自然が観光の目玉に位置づけている北海道であるが、実際の宿泊行動は札幌や函館といった都市観光であり、サプライサイドとデマンドサイドの認識の差がなぜ生じているかのマーケティング分析が北海道観光発展の手がかりになると思われる。

(5) 観光資源からみると、温泉地は大きく落ち込んでおり、北海道観光発展の基礎となった旅行エージェントから販売される周遊型観光の低迷に起因すると考えられるが、近年のインバウンド増加による回復基調でもある。一方、インバウンドと国内宿泊者の最適割合について検討を行う声が出てきている。

(6) 近年の流れとしては、個人旅行化を背景に、自然や食に対する価値を求めている動向となっている。自然をワイズユースした事例としては、根室や羅臼にまで大勢の欧米客が訪れ長期滞在するバードウォッチングのほか、サイクリングやカヌーの体験観光、宿泊客への農業体験による、食+農業体験+温泉等の多様な経験ができるプランなど、観光メニューもニーズ同様に多様化している。

(7) 全道各地では、地域性を全面に出した取り組みや地域のブランドイメージ構築に向けたイベントが数多く行われており、多くの集客を生み出しており、イベントは、観光客を誘客するためにも効果的手段の1つであるといえる。近年の動向としては、参加型のイベントや、地域住民を対象としたイベント、他では真似のできない「ここだけ」「今だけ」のイベントがあり、条件不利な場所にありながらも、国内観光客だけでなく、アジア客も参加している魅力的なイベントが各地方に存在している。

(8) 北海道観光の課題としては、①季節繁閑格差、②インバウンド対策、③道内外観光客の減少、④観光人材の確保、⑤観光産業の低収益性、⑥観光地域づくり推進の組織づくり、⑦ユニバーサルツーリズムへの対応、⑧ITの普及に伴う新たなビジネスモデルへの対応の8点に集約することができる。

#### 4. 北海道観光地における地域事例

(1) 本調査においては、延べ宿泊者数が多い温泉地や、北海道が強みを有している景観・自然、そして集客や観光のブランド化に資する活動である各地域のイベントについて抽出し、各地域のキーパーソンや観光協会等へヒアリング調査を行いながら、地域ごとにその歴史や背景、今後の取組や方向性等について取りまとめた。なお、事例一覧は下記の通り。

##### 【温泉】

温泉-1	函館市	湯の川温泉	温泉-2	洞爺湖町	洞爺湖温泉
温泉-3	登別市	登別温泉	温泉-4	札幌市	定山溪温泉
温泉-5	釧路市	阿寒湖温泉	温泉-6	弟子屈町	川湯温泉
温泉-7	上士幌町	ぬかびら源泉郷	温泉-8	音更町	十勝川温泉

##### 【景観・自然】

景観・自然-1	函館市	夜景	景観・自然-2	倶知安町	国定公園
景観・自然-3	黒松内町	ぶなの森	景観・自然-4	小樽市	小樽運河
景観・自然-5	富良野市	ラベンダー	景観・自然-6	美瑛町	農村景観
景観・自然-7	斜里町・ウトロ	世界自然遺産	景観・自然-8	羅臼町	世界自然遺産
景観・自然-9	釧路市	国立公園	景観・自然-10	鹿追町	国立公園

##### 【イベント】

イベント-1	洞爺湖町	TOYAKOマンガ・アニメフェスタ	イベント-2	札幌市	さっぽろ雪まつり
イベント-3	旭川市	北の恵み 食ベマルシェ	イベント-4	東川町	東川町国際写真フェスティバル
イベント-5	紋別市	もんべつ流氷まつり	イベント-6	雄武町	オホーツクサイクリング
イベント-7	斜里町・ウトロ	知床流氷フェス	イベント-8	池田町	秋のワイン祭り

#### 5. 要約と JICA 事業との連携可能性

(1) 北海道の観光を進める上で重要なことは、多くの地域で画一的な観光戦略を持つのではなく、その地域に最適となる多様な戦略を立案しながら、その戦略を実行するための組織づくりや人材確保が必要となってくる。特に、各地域へのヒアリングを実施した中での最大の課題は人材の確保であろう。

(2) 今後、人口減少が続く地域社会において、数を追った観光戦略ではなく質を高めた取り組みが必要である。そして、観光戦略が誰のための戦略であるかを明確にしながらその取り組みを行うことが重要である。

(3) 観光先進地であるスペインのバルセロナでは、カタルーニャ州政府による観光戦略が明確化ならびに、バルセロナや園周辺の自治体まで共有されており、「持続可能性」を前提として考えながら、「都市集中型」から「地方分散型」に向けた取り組みを行っている。この戦略は、あくまでも地域住民のために実行されていることが特徴的である。これらスペインの仕組みや考え方は、今後の北海道において全道各地域の観光振興を進める上で、参考になるものと思われる。



(4)「北の恵み 食べマルシェ」や「さっぽろ雪まつり」等の事例が目指しているように、地域住民が何度も足を運びながら楽しみ、その結果、生活の質を高めることが必要であろう。要するに、その地域に住んでいる人がその地域で観光することができるような観光地域づくりが必要であり、その結果、多くの人が「訪れたい場所」と変化していくと考えられる。

(5) このような考え方は、開発途上国でも活用できると考えられ、観光に関する研修を実施する場合には、これらのノウハウの移転を行うことが必要である。また、事例調査を踏まえ北海道観光を俯瞰してみると、世界自然遺産をはじめ、自然環境型観光地、温泉観光地、食を通じたツーリズム、農山村地帯でのグリーン・ツーリズム、流水の観光資源化、離島観光、など、多種多様な観光資源を有しているモデル地域と換言することができる。このように北海道は、開発途上国にとって、研修プログラムの構築や視察先の選定など、多様なニーズに合わせた研修を実現できる地域といえる。

(6) 観光分野において、JICA 事業との連携可能性は、①JICA ネットワークを生かした海外の観光の専門家による地域観光資源の発掘と磨き上げ、②地域の観光人材における異文化や国際化への理解能力の向上、③開発途上国との人的ネットワークの構築、の 3 点に集約することができる。

(7) 北海道観光の最大の課題が、すでに述べたように人材の確保・育成である。青年海外協力隊の帰国隊員は、国外での生活経験から多文化や異文化に対応する能力が極めて高く、このような人材が観光産業の現場から強く求められている。また、倶知安や富良野、東川の事例のように、外部の人材が地域に入ることの相乗効果や好循環を生み出していることから、海外生活を行ったこと経験等を生かした外部からの目線による地域のよさの再発見や磨き上げなど、地域での活躍が期待される場所である。北海道観光も変革期を迎えており、お互いに協力しあい北海道の課題解決を検討することは有意義である。



## ■ 目 次 ■

1. 調査の背景・目的.....	1
1-1 調査の背景・目的 .....	1
1-2 調査方法・内容 .....	3
2. 政府の施策と北海道観光の位置づけ .....	5
2-1 わが国の施策の推移.....	5
2-2 北海道総合開発計画における北海道観光の位置づけ .....	7
3. 北海道観光概観 .....	11
3-1 宿泊動向からみる北海道観光 .....	11
3-2 様々な観光資源からみる北海道観光 .....	16
3-3 経営面等からみた北海道観光の課題 .....	21
4. 北海道観光地における事例調査.....	32
4-1 温泉 .....	34
4-2 景観・自然 .....	50
4-3 イベント .....	70
5. 要約と JICA 事業との連携可能性 .....	86



# 本 文



# 1. 調査の背景・目的

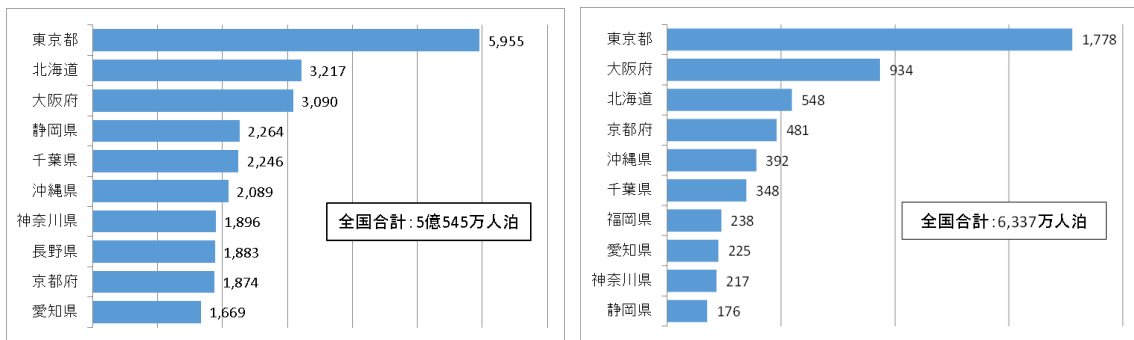
## 1-1 調査の背景・目的

わが国は 2003 年の小泉純一郎内閣による「観光立国」宣言以降、2006 年には「観光立国推進基本法」を成立させ、2008 年には観光庁が設置され、本格的な観光立国への取り組みを進めている。2013 年には宣言時の目標であった「訪日客(以下、インバウンドと称す)、年間 1,000 万人」を達成した。また、オリンピック・パラリンピックの東京招致に成功したことを受け、同年、インバウンドを「2030 年に 3,000 万人」の目標を新たに設定した。2014 年に策定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、各地域が魅力ある観光地域づくりを自律的・継続的に実施していくために、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行うための組織となる、日本版 DMO (Destination Management / Marketing Organization) の導入が必要とされ、この育成に向けた取り組みが始まっている。

さらに、2016 年 3 月策定の「明日の日本を支える観光ビジョン」では東京オリンピック・パラリンピック開催となる 2020 年にインバウンド 4,000 万人の新たな目標を設定する等、観光はわが国における新たな成長産業の柱としての期待が益々大きくなっている。

北海道は、2015 年度の延べ宿泊者数は図 1 のとおり東京に次ぐ 2 位の規模の 3,217 万人泊(全国に対する比率:6.3%)に達している。このうちインバウンドの延べ宿泊者数は 548 万人泊と東京都、大阪府に次ぐ 3 位(図 2)となっており、全国に対する比率は 8.6%となっている。また、北海道の延べ宿泊者数に対するインバウンドの比率は 17%と全国で第 5 位になっている。さらに、北海道はインバウンドの入込み目標を 300 万人から 500 万人へと積み増しをし、わが国のインバウンド観光の先導役としての期待に応える方針にある。

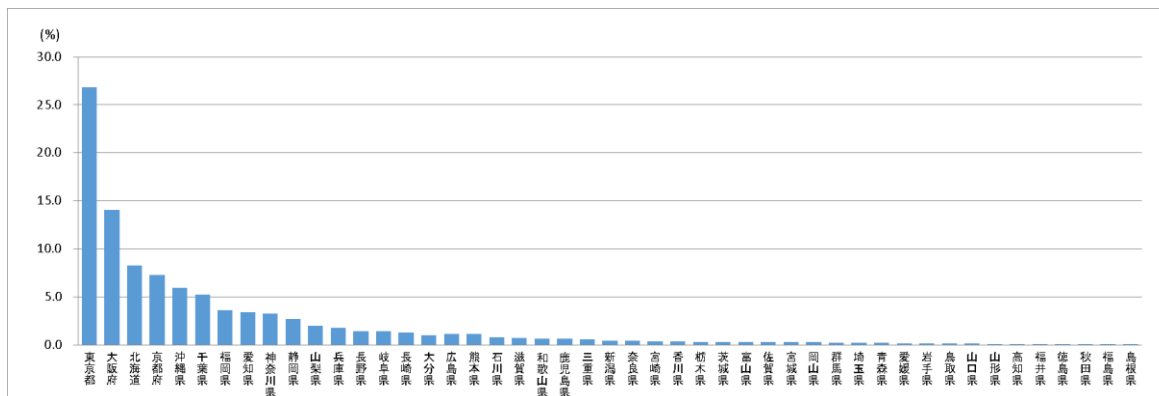
図 1 2015 年度都道府県別延べ宿泊者数比較(単位:万人泊)



注) 国土交通省「観光白書平成 28 年度版」より作成。(左) 総数 (右) 内インバウンド。

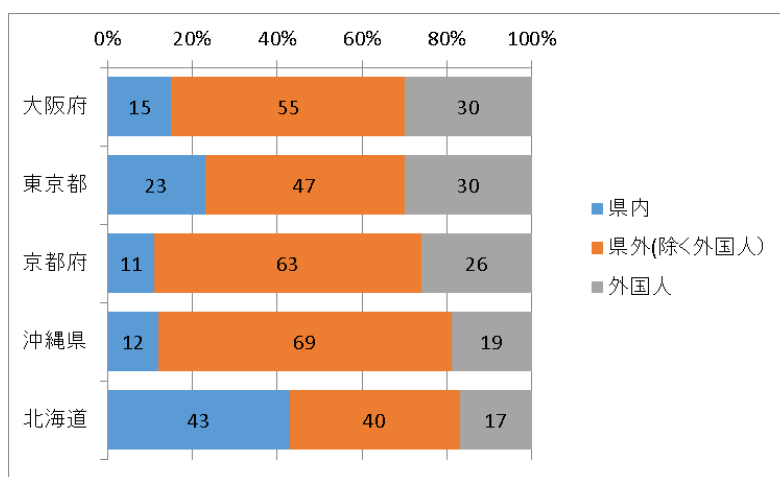
多くの機関が実施している多様な観光調査アンケート結果をみると、北海道はブランド力のある観光地として高い評価を受けている。このブランド力は、①日本航空や全日空等民間企業による大規模プロモーション、②古くまで遡ると「霧の摩周湖」、「知床旅情」、「襟裳岬」といったヒット音楽、および、③「北の国から」や「幸福の黄色いハンカチ」といったテレビドラマ・映画のコンテンツ効果といった現在のクールジャパン戦略にも通じる様々なソフトパワー効果によって、創られてきたと考えられており、今、この北海道ブランドが広く東アジア圏でも認められるに至っている。

図 2 2015 年度都道府県別インバウンドの対全国シェア



注) 国土交通省「観光白書平成 28 年度版」より作成。

図 3 2015 年度都道府県別延べ宿泊者数の構成比率



注) 国土交通省「観光白書平成 28 年度版」より作成。

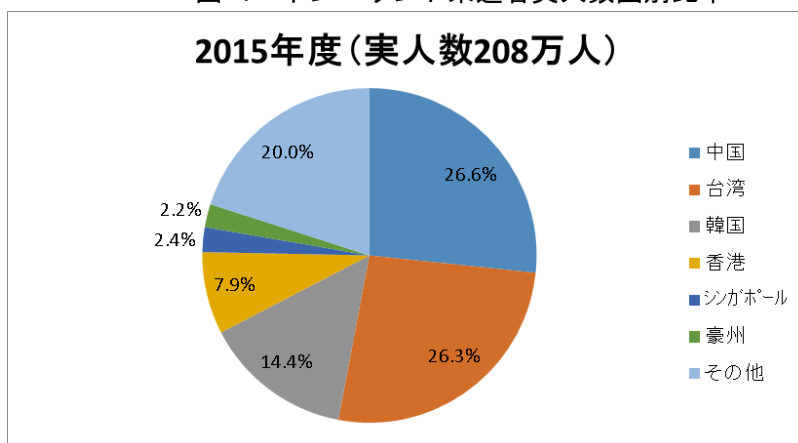
北海道のインバウンドの入込みは 2015 年度には 208 万人に達したが、中国、台湾、香港、韓国といった東アジア圏諸国で 9 割を占め、特に中国の急増がインバウンド観光伸張を支えている。特定国（圏域）への遍在はその国（圏域）の政治や経済混乱が起これば、北海道の観光産業に打撃を与えかねず、このリスク低減には東アジア、さらには欧米各国のインバウンドへ、裾野を広げるリスク回避の方策が重要である。特に、欧米系のインバウンドは観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、一人当たりの支出額が中国人に次ぐこと、さらに長期滞在型の傾向が強いため、観光消費拡大が期待されている。しかし、これらの地域に対しては、スキー場のニセコやオリンピックが開催された札幌を除いて、北海道は殆ど知られていない存在にあることから、今後の可能性が残されている。

この点、JICA 研修の対象国の中にはヨーロッパやアメリカ等の英語圏からの入込みが中心となっている国が多く、北海道にとっては JICA の研修対象国が有するマーケティングノウハウが魅力的に映る。一方、JICA の研修対象国にとっては東アジアで抜群の知名度を誇る北海道観光の発展過程を学ぶことは、自国の観光政策立案に大いに役立つものと思料される。この視点からみると、JICA が主催している JICA 対象国の研修員と北海道関係者を



結ぶ双方向型研修プログラムの構築は、お互いがこれまで欠けていた新たなノウハウを習得し得る貴重な場であり、その有用性について大きな可能性があると考えられる。

図 4 インバウンド来道者実人数国別比率



注) 北海道「北海道観光入込統計」より作成。

以上を背景として、JICA 研修事業を通じ、北海道における観光を軸とした研修プログラム及び地方創生への貢献に向けた検討を行うために、北海道観光の歴史や発展経緯について包括的に調査して整理するとともに、現在抱えている課題や改善案等について明示し、今後の JICA 北海道の当該分野の国際協力における提言を本調査の目的とする。

## 1-2 調査方法・内容

### (1) 政府の施策と観光形態の推移の取りまとめ

わが国の観光施策について、戦後の 1945 年以降の内容について時系列に取りまとめ、その当時の観光形態や動向、時代背景について考察を行った。

また、政府の北海道観光に関する施策として、北海道総合開発計画の第 1 期総合計画から観光がどのような位置づけを持ちながら施策に反映されてきたかについて取りまとめた。

### (2) 北海道観光概観の把握

北海道観光の現状や全体像を把握することを目的に、北海道が作成している観光データを中心に動向を把握する。なお、本調査の基礎的な統計データとして、経済効果を最も生み出すことにつながることから、延べ宿泊者数を中心に取り扱っている。延べ宿泊者数については、道内客、道外国内客、インバウンド別で明らかにするとともに、観光地の特性別にみる動向把握も行った。

これらの北海道観光の概観を示すとともに、導き出された課題について整理し、その解決策について検討するために、事例調査のヒアリングの際にも意見交換を行った。

### (3) 北海道の観光地やイベント等の事例調査の取りまとめ

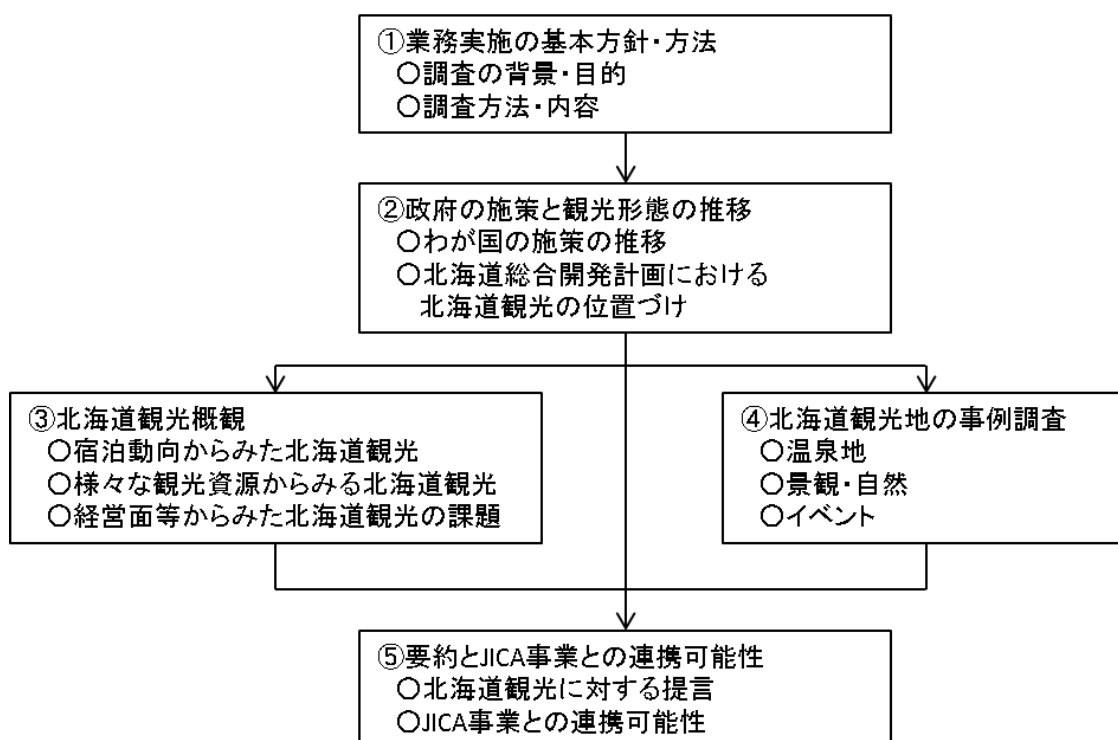
北海道観光の概観や有する課題点が明らかになったところで、道内の観光産業を牽引している観光地に対しヒアリング調査を行い、各観光地の取り組みの背景や経緯、今後の方

向性等について取りまとめた。北海道の観光地といっても分野が広く多様であるため、延べ宿泊者数が多い温泉地や、北海道の強みである景観・自然を生かした観光地、そしてイベントというカテゴリに分類して調査した。

#### (4) 要約と JICA 事業との連携可能性

本調査を受け、北海道観光の要約について整理し、JICA 事業との連携による観光振興への貢献可能性について、お互いのメリットを生み出す方策について検討を行うとともに、現地ヒアリング調査からの意見を踏まえて取りまとめた。

図 5 本調査フロー



## 2. 政府の施策と北海道観光の位置づけ

### 2-1 わが国の施策の推移

#### (1) わが国の施策と観光動向の推移

観光という言葉の起源は中国の古典である『易経』の「観国之光」から生まれており、「国の光を観る」、要するに「他の国等へ訪問し、そこの良い点を学ぶ」という意味を有している。日本の観光としては、古くから支配階級を中心とした温泉や花見といった観光があったとされ、庶民階級としては、信仰からの「熊野詣」や江戸時代に流行した「伊勢参り」が起源といわれている。

明治時代に入り、外交の必要性が高まり、国賓や外国の外交官を接待するための社交場として、明治政府は1883年に「鹿鳴館」の建築を行った。1890年には、この鹿鳴館に隣接する場所に、明治日本の政財界を挙げて国の迎賓館としての役割を持たせた帝国ホテルが開業した。海外からの受け入れがここから大きくなっていく。

その後、1912年には、外国人観光客の誘客促進を目的として、当時の鉄道院の協力を得て、「ジャパン・ツーリスト・ビューロー (JTB)」が設立され、観光案内所としての役割と鉄道院委託乗車券として切符の販売を開始し、また、国内旅行の促進のための機関誌の発行等を実施していた。その後、1939年から1945年までの6年間に及ぶ第二次世界大戦を経て、1945年に「財団法人日本交通公社」へと改称された。

一方、北海道の観光をみると、開拓後の交通網の整備の影響を受けながら、本州同様に湯治を目的とした宿泊が多かった。1931年には室蘭や釧路にて観光協会が設立されるなど、観光振興が芽生え始めており、また1934年には、札幌グランドホテルが営業開始されるなど、本州に追随する形で観光関連の整備が進められてきたが、第二次世界大戦と同時に楽しむ観光ではなく、傷病兵の療養施設としての温泉など戦争目的に転換されていき、観光産業としては終戦を待つこととなった。このようなことから、本調査においては、戦後の1945年以降を中心に取り上げている。

1946年に運輸省鉄道総局に観光課が設置され、1949年に国際ホテル整備法の制定、支笏洞爺と上信越が戦後初の国立公園に指定され、1951年には観光振興事業5カ年計画が策定された。この時代の観光は景勝地を見て遊ぶ遊行観光が中心であった。それから、高度成長、バブル期、バブル崩壊等経済変動の影響を受けながら、観光形態は変化・多様化してきている。

高度成長期の初期には所得倍増計画策定(1960年)、第1期全国総合開発計画策定(1962年)、そして、観光基本法が公布(1963年)された。観光は、箱根、日光等の景勝・温泉地、スキー場や海水浴場等の新たな観光地の開発が進み、その観光地で、「遊ぶ・食べる・買う」という観光形態が形成された。1970年代には国鉄ディスカバーキャンペーンが始まり、キャンペーンソングとなった山口百恵の「いい日旅立ち」の歌詞に代表される日本再発見の「知る・学ぶ」観光がブームとなった。一方では、秘境、温泉・秘湯もブーム化した。そして1986年から始まるバブル期には1987年に総合保養地域整備法(リゾート法)が施行され、リゾート開発が進められた。国内観光は贅沢を知り背伸びをした旅行が増え、個人の価値にもとづく観光が進み、これまでの大量・効率化・与えられた観光の時代から個人の価値にもとづく観光へと質的大転換が進んだ。すなわち、観光形態は、自然や避暑地に

てリゾートを楽しむ「体験する・癒される」観光、その土地や風土を理解する「背景やシナリオを知る」観光といった多種多様な価値基準による観光へと広がってきた。北海道でも1983年にトマムリゾートが開業し、同法施行の1987年にサホロ・バカンス村が開業するなどリゾート開発が進んだ。

この個人旅行化に合わせるように1991年のバブル崩壊以降、農林水産省がグリーン・ツーリズムの普及促進を図るなど、わが国は多様な観光ニーズに応える政策・施策をとってきている。

また、2003年にはわが国の人口減少や周辺諸国の経済成長を踏まえた「インバウンド数・年間1,000万人」を旗印とする観光立国行動計画が立てられ、さらに、2008年には観光庁が発足し、既述のとおり、マーケット対象を国内から国外に重点化し、インバウンド大幅増を目指す計画・施策が今日まで積極的に立案・実施されている。

その最近のわが国の主要な施策は次節のとおりである。いずれも、釧路市（阿寒国立公園）が含まれており、わが国は北海道、特に道東観光発展に対する期待が大きいと予想される。

## (2) わが国の北海道観光への大きな施策

### ○観光庁：観光圏整備事業

2008年制定の「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」（観光圏整備法）にもとづき、各種法律の特例などにより「観光圏」の形成を支援し、国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを推進する事業である。

北海道の観光圏整備実施計画認定地域は、「富良野・美瑛観光圏」、「ニセコ観光圏」、「水のカムイ観光圏（釧路市、弟子屈町）」となっている。

### ○観光庁：広域観光周遊ルート形成促進事業

2015年6月（追加：2016年6月）、外国人旅行者の地方への誘客を図るため、複数の広域観光周遊ルートを認定し、関係省庁の施策を集中投入するとともに、地域が推進する取り組みをパッケージで支援し、海外に強力に発信する事業である。

北海道の認定ルートは、「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道（申請者：「プライムロード ひがし北・海・道」推進協議会）」、「日本のでっぺん。きた北海道ルート。（申請者：きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会）」となっている。

図 6 道内広域周遊ルート認定事業



注）観光庁 Web より引用。

#### ○観光庁：観光立国ショーケース

2016年1月、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースを形成する取り組みとして、釧路市、石川県金沢市、長崎県長崎市の3都市を選定し、観光資源の磨き上げや、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信などの取り組みを実施することとなっている。

#### ○環境省：国立公園満喫プロジェクト

2016年7月、全国8つの国利公園を指定し、国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化を目指し、インバウンド対応の取り組み等を計画的・集中的に実施することとなっており、北海道では阿寒国立公園が指定されている。

## 2-2 北海道総合開発計画における北海道観光の位置づけ

### (1) 北海道総合開発計画における概略

1951年に成立した北海道開発法第2条において、「国は、国民経済の復興及び人口問題の解決に寄与するため、北海道総合開発計画を樹立し、これに基づく事業を規定に従い実施するものとする。国の北海道総合開発計画は、北海道における土地、水面、山林、鉱物、電力その他の資源を総合的に開発するための計画とし、その範囲は政令で定める。」とされている。

これまで8度にわたって北海道総合開発計画が立案されたが、初めて「観光」の用語が使われたのは第2期北海道総合開発計画（1962年閣議決定）で、「産業の振興」の区分に「観光および運輸交通業」の項が置かれたことから始まる。ただ、観光の具体的内容には触れられず、「北海道は、神秘雄大な自然景観がすぐれた観光資源として評価され、その開発は国民文化厚生上、国内観光・国際観光・観光関連産業の振興からも喫緊であり、「観光資源の保護開発や受入体制整備拡充を図る」とされているが、観光が保養・遊行を通して消費や雇用等の産業に寄与するものと認識されたことを伺うことができる。指定自然公園、未指定自然公園、国民休暇村の指定を促し整備をすすめるもので、現在の国立公園、国定公園、道立公園等の指定や整備や保全につながっている。

第3期（1971年～1980年：1977年に打ち切り）北海道総合開発計画においては、前計画期間中、経済成長によって著しく経済力が高まる一方、社会の過密化、公害の発生、自然の破壊、社会的緊張などの新たな課題に直面したことから、計画の施策には「自然の保護保存と観光開発」の項が新たに設けられ、わが国における自然観光レクリエーション地域として価値を高めることや、国民的資産として積極的なかん養が必要と示されている。

この当時、所得水準の上昇、余暇の増加、機動性の増大、自然への渴望などから、観光の飛躍的拡大を期待して目標年次における観光入込みを約4倍としている。施策内訳の「自然公園等の保護保存と利用」及び「観光受入施設の整備」において、道路、空港、港湾等の輸送基盤整備に加え、ホテル等の民間観光施設の整備拡充の促進のために、民間の積極的な参加と協力を求めるため北海道東北開発公庫（現日本政策投資銀行）等の機能の拡充強化と積極的な活用をはかることとしている。

新北海道総合開発計画（第4期：1978年～1987年）は、前計画中のオイルショック等による大きな社会変化を背景に、全国総合計画が途中で打ち切られ新たな計画に移行することとし、北海道の広大な空間や資源を活用する計画となった。「部門別推進方針」におけ

る「観光レクリエーション」の項において、自然公園の適正利用、観光レクリエーション地域の整備、観光受入施設の整備を進める施策を進めることとしている。その中で、スポーツなど余暇活動を中心に長期滞在型の国民的観光レクリエーション基地の開発をニセコ山系周辺の国土空間で推進するとして、北海道総合開発計画では初めて具体的エリア名が現われることとなった。

この第4期総合計画の期間中、経済が構造的な不況に陥る社会状況のなか、北海道も地域経済を支えてきた石炭、鉄鋼等が困難な状況になり、企業立地において国内他地域や海外との競争において一層不利な立場となった。しかし、全体に低調な北海道の産業のなかで、観光関連産業や情報関連産業などに新たな発展の胎動がみられた。

第5期北海道総合開発計画（1988年～1997年）においては、前計画中の成果等を背景に「主要施策の推進方針」において「地域の期待を担う観光・情報関連等のサービス産業」として位置づけられ、観光レクリエーションに対する需要増大の予想、海外旅行、個人旅行や家族旅行、体験観光重視等の多様化に応えることと位置づけられた。観光開発の推進にあたっては、地域の特性を踏まえた観光地の格付けと役割分担を明確にした構想を作るとともに、特産品づくり、味覚評価の確立、地場産業とつながる体験観光等によって地域経済との結びつきを目指すものとなった。

第6期北海道総合開発計画（1998年～概ね2007年）では、長期化する経済不況下において強靱な経済基盤の確立が必要とされ、新規産業等の整備が課題となった。中でも観光関連産業は地域経済を支える重要な産業として成長し、関連する多様な活動の展開が期待されることから、地域活性化を図る上で重点的に支援することとされた。

地域の整備については、北海道を、道南地域、道央地域、道北地域、オホーツク地域、十勝地域、釧路・根釧地域の6つの地域に区分し、わが国の北の拠点の活用、活力に満ちた地域の実現、北海道と隣接する諸地域との連携を念頭に進めることとされ、観光・保養についても推進すべき具体的国家的プロジェクト、地域プロジェクトが網羅されるものとなった。

第7期北海道総合開発計画（2008年～概ね2017年）では、第6期計画期間中に、産官学の連携により進められた「産業クラスター創造プロジェクト」が実績を上げるとともに、東アジア地域からの観光客やオーストラリアからのスキー客など、インバウンドが増加する等の成果が出てきた。これらは北海道の成功事例と呼べる新たな成長の芽である。また、北海道洞爺湖サミットの開催に象徴されるように、わが国が地球環境問題等で国際社会のリーダーシップを発揮するにあたって、北海道がいかに持続可能な開発のビジョンを持って貢献できるかが第7期計画策定の意義としている。特に、「今後の北海道開発の戦略的目標」における主要施策は3つ置かれ、その中の1つが、「アジアに輝く北の拠点～開かれた競争力ある北海道の実現」を達成する主要施策として「グローバルな競争力のある自立的安定経済の実現」があり、国際競争力の高い魅力ある観光地域づくり、地域経済を先導する観光産業の振興を推進することとしているなど、観光を優先度の高い施策として位置づけている。

現行する第8期北海道総合開発計画（2016年～概ね2025年）では、本格的な人口減少の到来や国際環境の変化、2011年3月の東日本大震災の甚大な被害の影響など著しく変化

し大転換期を経た計画となっている。観光に関する施策は、計画の目標である「世界に目を向けた産業の振興」において、「世界水準の観光地の形成」として位置づけられている。

近年の増加するインバウンドに対し、インフラや人材等の受入環境の整備、季節間の旅行需要の平準化、経済効果の地方部への波及などが課題となっている。特に観光関連産業は、交流人口の増加に資するのみでなく、域外収支の改善が見込まれ、地域経済への波及効果が大きい移輸出型産業であることから、地域社会の利益につながる重要な政策分野に位置づけられている

特に、新興国の経済成長に伴うインバウンドの急増や2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催、北海道新幹線の開業及び札幌までの延伸等を踏まえ、北海道が世界に評価される「世界水準」の観光地として認知され、人々を引きつける地域となる様々な取り組みを戦略的に展開することとしている。

## (2) 北海道総合開発計画における観光施策の位置づけ

1951年の第1期北海道総合開発計画の策定に始まって、現在の第8期計画まで策定が繰り返されている。北海道総合開発計画は日本の社会経済に寄与する立場で策定されているため、世界と日本の社会経済の変化、それに伴う国の計画や政策に作用されて北海道総合開発計画が大きく変遷してきたのは事実である。

その中で「観光」は比較的順調に推移してきたといえる。第1期計画では産業として位置が与えられず施策も見当たらないが、それ以降、計画が策定される毎に「観光」に対応する施策は増してくる。

計画が進むごとに「産業」として、さらに現在は「主要な産業」として認識されている。北海道において主要な産業である以上、単なる施策ではなく後期の計画以降では政策として掲出されている。

北海道の特殊な気象や自然環境、北海道開発が進むごとに生まれる美しい農業景観や安全で上質な食、本州以南と異なる歴史・文化が作り出す多くの観光資源があり、その結果、国内はもとよりインバウンドも増加している。観光関連産業は交流人口を増やすだけでなく、他の産業の雇用を創出する等の波及効果が大きいから地域経済を先導する産業として期待が大きい。その北海道経済に大きく寄与する産業として育った現在、将来の人口減少等多くの課題を持つ北海道の地方創生等に寄与できる産業として、持続発展して欲しいと期待がかけられていることがわかる。

表1では、本章で取りまとめた政府の施策や観光形態の推移、また北海道開発計画で示された北海道観光の動向について年表として取りまとめた。

年	時代背景	国等の観光施策・動向	観光の発展ステージ	北海道観光トピックス
1945年	終戦    神武景気  朝鮮戦争		<物見遊山としての観光> 慰安旅行、修学旅行、 大型温泉、新婚旅行	北海道観光トピックス  第1回さっぽろ雪まつり 層雲峡温泉として開湯  さっぽろ夏まつり（ピアガーデン）
1946年		運輸省鉄道総局に観光課設置		
1949年		外国人観光客国内旅行許可		
1949年		国際ホテル整備法公布		
1949年		支笏洞爺国立公園、上信越国立公園指定		
1950年		日航国内便就航		
1951年	国民所得倍増計画	観光事業振興5カ年計画	<多様な楽しみ方としての観光> 観光地開発、スキー、海水浴場	霧の摩周湖ヒット 定山溪温泉が河童を活用
1962年		全国総合開発計画		
1963年		観光基本法公布		
1964年		東京オリンピック		
1964年	海外旅行自由化	国際観光地・国際観光ルート整備方針	<知る・学ぶとしての観光> 別荘地開発、農山漁村民宿、 まちなみ・郷土景観	知床旅情ヒット ウトロ温泉開発 札幌オリンピック ルスツリゾート開発
1965年				
1967年	人口1億人   沖縄返還 日本列島改造論 オイルショック	マイカー保有1,000万台→ドライブ観光へ	別荘地開発、農山漁村民宿、 まちなみ・郷土景観	登別温泉「新日本旅行地100選」  知床旅情ヒット ウトロ温泉開発 札幌オリンピック ルスツリゾート開発  「幸福の黄色いハンカチ」
1968年		新都市計画法公布		
1970年		大阪万博博覧会 ディスカバージャパンキャンペーン		
1972年		海外旅行者100万人 札幌オリンピック		
1973年		文化財保護法改正		
1975年		第3次全国総合開発計画		
1977年				
1978年	第2次オイルショック	新東京国際空港開港 「いい日旅立ち」のヒット	<体験する・癒される観光>  スポーツ、レクリエーション、 安・近・短、離島ブーム、 リゾート開発、キャンプ場	「北の国から」  トマム開業  青函トンネル開業 新千歳空港開港 然別湖ネイチャーセンター設立
1980年		都市計画法改正		
1983年		東京ディズニーランド開業 黒川温泉入湯手形開始		
1987年		第4次全国総合開発計画 運輸省「海外旅行倍増計画」 総合保養地域整備法施行		
1990年				
1991年	バブル経済崩壊	海外旅行者1,000万人		
1992年	阪神淡路大震災    イラク戦争   リーマンショック   東日本大震災	農水省のグリーンツーリズム定義付け	<土地や風土を知る観光> グリーン・ツーリズム、 エコツーリズム、産業観光、 持続可能な観光、 コンテンツツーリズムなど	NAC設立  拓銀破綻  旭山動物園のブーム 知床世界自然遺産登録 初音ミク誕生 夕張市の破綻 「非誠勿擾」がブーム  TOYAKOマンガ・アニメフェスタ 新千歳空港国際線ターミナル増設  LCC就航  北海道新幹線開業 NoMaps 知床流水フェス開始
1995年		ウェルカムプラン21発表		
1996年				
1997年		長野オリンピック		
1998年		観光立国行動計画		
2003年				
2005年				
2007年		観光立国基本法施行		
2008年		観光庁発足 観光圏整備法施行 鷺宮神社現象		
2009年				
2010年				
2011年		九州新幹線開業		
2012年				
2014年		まち・ひと・しごと創生総合戦略		
2016年	明日の日本を支える観光ビジョン			
2017年				

表 1 観光に関する政府の施策と北海道の動向年表

注) 公益社団法人北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」(2016)を元に加筆修正し作成。



### 3. 北海道観光概観

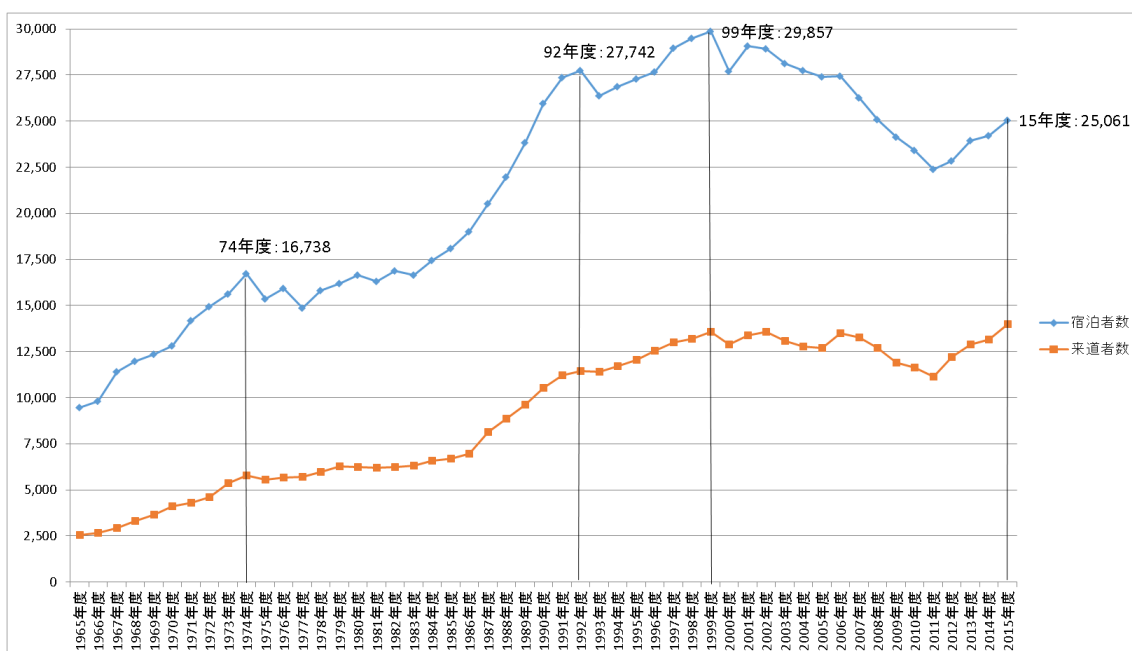
#### 3-1 宿泊動向からみる北海道観光

##### (1) 宿泊者数・来道者数の推移

宿泊者数の推移（図 7）をみると、過去 3 度のブームがあることがわかる。最初は 1965 年からの 10 年間で、1970 年の「知床旅情」のヒット等で秘境ブームが湧きあがったのに伴い、道央と道東を結ぶ団体・広域周遊観光が伸びたことや 1972 年には札幌冬季オリンピック開催もあって、1974 年度の宿泊者数は 1,700 万人目前にまで急伸した。広域観光は空路中心に北海道入りし、バスで移動し、夕方に温泉地入りし、早朝に出発するパターンであった。道外からの観光客は 6 泊 7 日が定番であり、その宿泊地は温泉地ばかりなので、1 泊は必ず札幌市に宿泊し、都市観光も楽しむパターンが定着した。代表的ルートは札幌・定山溪～層雲峡・温根湯～川湯・阿寒～十勝川・糠平・然別～登別が基本となっており、これに湯の川、洞爺、網走・ウトロが加わって周遊バリエーションを増やしていた<sup>1)</sup>。

2 度目のブームは 1980 年代後半から 1990 年代初頭で、バブル景気で旅行需要が旺盛な中、1988 年の青函トンネル開通・新千歳空港が自衛隊との共用空港から民間空港となる等の交通アクセス改善、さらにはトマムやルスツの大型リゾート誕生で、1992 年度の宿泊者数は 2,700 万人を突破した。この時期に函館市が札幌に次ぐ第 2 の観光都市として大きく成長した。

図 7 宿泊者数・来道者数の推移



注) 北海道「観光入込統計」、公益社団法人北海道観光振興機構「全道入込客数」（航空機・JR・フェリー等）より作成。

来道者数には 2006 年から北海道に直行便・船舶で入国する訪日客も計上している（15 年度：115 万人）。

<sup>1)</sup>北海道東北開発公庫調査部（現日本政策投資銀行）調査 No.37「北海道観光の最近の動向」（1978）参照。

3 度目のブームは、1991 年のバブル崩壊からの 8 年間である。この頃は、道外の有力観光地では由布院や黒川温泉が個人旅行者の憧れの観光地としてブランド化に成功し、宿泊業界が個人旅行に対応した経営にシフトしていた時期であった。しかし、北海道はエージェント送客による団体客依存度を益々高めていたのである。エージェントにとっても、団体客の広域周遊はバス等運送業者、お土産店・ドライブイン等各種観光施設や宿泊施設からのマージン収入を広範な業界から得やすいことから、北海道への送客に注力したと推察される。受入側もエージェント対策さえすれば客数を確保できることから、両者の蜜月関係が続いた。宿泊者数は、当時、大型機材運航中心だった航空会社から提供される割安航空運賃と低単価の宿泊料金を組み合わせた安価な団体ツアー客の増加で、1999 年度には、ほぼ 3,000 万人に達した。

しかし、翌年度から有珠山噴火等もあり減少に転じており、インバウンドの急増はあるものの、道内客・国内道外客の減少に相殺され、2015 年度の宿泊者数は 2,500 万人台にとどまる。この理由は、大きく 4 点に分類することができ、

- ①人口減少経済低迷<sup>2</sup>（道内客）、
- ②2000 年からの航空料金の自由化に伴う料金適正化・機材の小型化が進み、安価な団体ツアーが組成できなくなったことや宿泊旅行日数が短縮基調<sup>3</sup>（道外客）、
- ③エージェント依存の成功体験が強く、個人客向けマーケティング重視への経営意識改革が遅れたこと（受入側）、
- ④1990 年代にホテルの大型化が積極的に図られ、エージェントの団体送客で部屋を埋める業界構造が一層進み、営業面・財務面でも個人客対応に容易でなかったこと（受入側）、

といった理由が考えられる。

## （2）有力観光所在市町村別宿泊者動数向

札幌市（2015 年度宿泊者数〈定山溪温泉を含む〉：615 万人）、函館市（同〈湯の川温泉を含む〉：319 万人）、および、毎年度 100 万人以上を維持している登別市（同：127 万人）の宿泊者数を合わせると 1,000 万人を超え、北海道全体（2015 年度宿泊客数：2,500 万人）の 4 割以上を占め、北海道観光を牽引している。

また、スキーリゾート地として世界に知られるようになった倶知安・ニセコ地域が 2015 年度に 100 万人を突破し、第 4 の観光地に成長している。その一方、その他地域の落ち込みが大きく、地方圏における観光地の衰退が窺われる。

## （3）圏域別延べ宿泊者数の動向

宿泊者の実績を延べ宿泊者数で見ると、2015 年度は延べ宿泊者数ピークの 1999 年度に比べ、全体では 4.3%減となっているが、回復傾向となっている。圏域別には道央圏のみが 10.3%と増加したが、他の圏域はいずれも減少し、道央圏の一極集中が進んでいる。道央圏

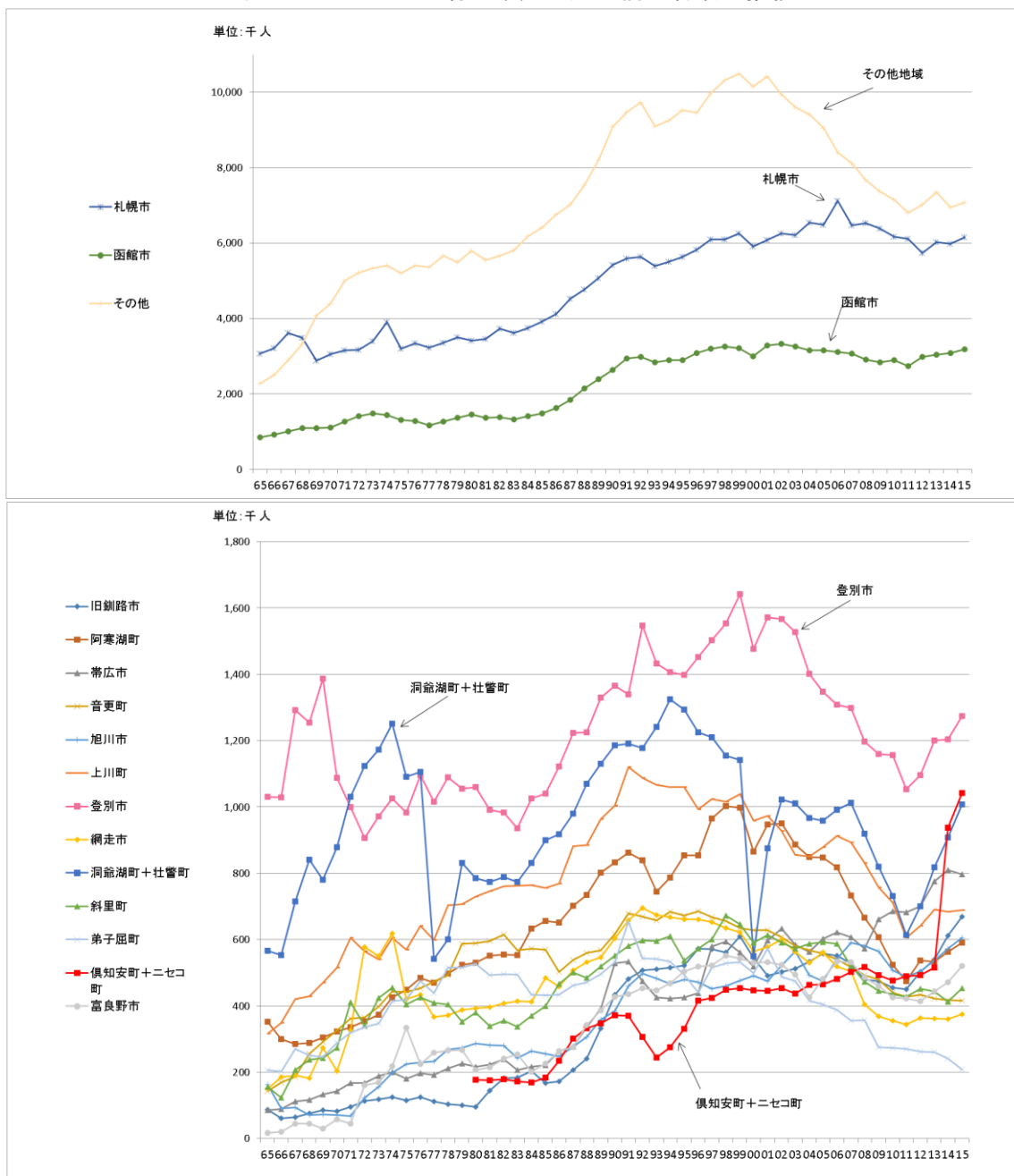
<sup>2</sup>人口：2000 年度 567 万人から 2014 年度 543 万人。

実質 GDP:2001 年度 1,962 百億円から 2012 年度 1,936 百億円。(2012 年度版 地域ハンドブック DBJ)

<sup>3</sup>国土交通省「旅行・観光消費動向調査」では、北海道を目的地とする 1 回当たり宿泊旅行日数は 2012 年 2.60 泊から 2015 年は 2.11 泊となっている。

の伸びは国内宿泊数の減少をインバウンドの伸びでカバーできたが、他圏域ではそれができなかった。特に世界自然遺産の知床を有し最も北海道らしい地域であろう釧路・根室圏域とオホーツク圏域における減少率の大きさが目立つ。

図 8 全道および有力観光地別の宿泊者数の推移



注) 北海道「北海道観光入込統計」より作成。

(万人泊)

	1999年度			2015年度				
	延べ宿泊者数			延べ宿泊者数				
		外国人	日本人	外国人	15-99年度	日本人	15-99年度	
道南	500 (14%)	2	498	85% 427 (12%)	48	46	379	▲ 119
道央	1,833 (51%)	40	1,793	110% 2,021 (58%)	447	407	1,574	▲ 219
道北	537 (15%)	7	530	83% 445 (13%)	74	67	371	▲ 159
オホーツク	249 (7%)	3	246	75% 187 (5%)	12	9	175	▲ 71
十勝	226 (6%)	6	220	87% 196 (6%)	18	12	178	▲ 42
釧路・根室	286 (8%)	5	280	68% 195 (6%)	17	12	178	▲ 102
全道	3,628 (100%)	63 (2%)	3,564 (98%)	96% 3,471 (100%)	616 (18%)	553	2,855 (82%)	▲ 709

表 2 圏域別延べ宿泊者数（1999年度と2015年度対比）

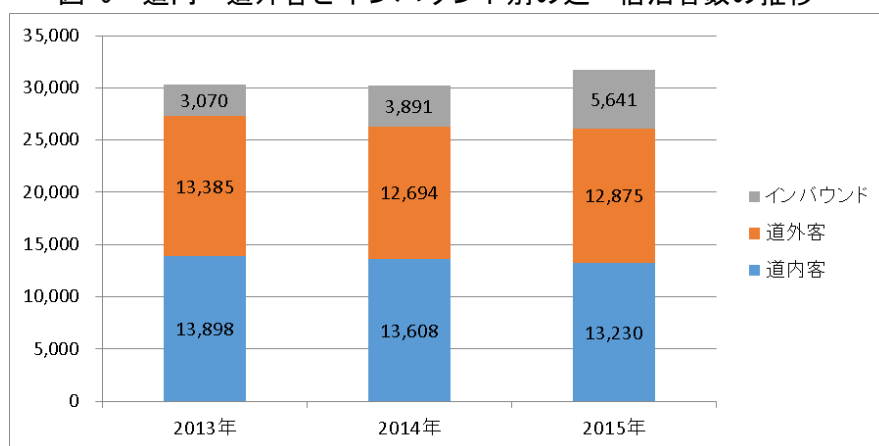
注) 北海道「北海道観光入込統計」より作成。各圏域のカッコ内は全道シェア。外国人、日本人のカッコ内は全体に対するシェア。2015年度延べ宿泊者数の左側数値は1999年度対比。四捨五入の関係で合計が合わない場合がある。

#### (4) 道内容・道外国内容・インバウンド別による延べ宿泊者数の推移

延べ宿泊者数の推移について道内・道外・インバウンド別にみたのが図9である<sup>4</sup>。2013年と2015年で比較すると道内宿泊者は67万人泊減、道外宿泊者は51万人泊減となり、一方、インバウンドは257万人泊増であり、国内宿泊者の減少の穴を埋める形でインバウンドが急増していることがわかる。

また図10に示す構成比の推移をみると、インバウンドの比重が大きくなっており（2013年：10.1%から2015年：17.0%）、道内・道外宿泊者とも比重が落ちている。

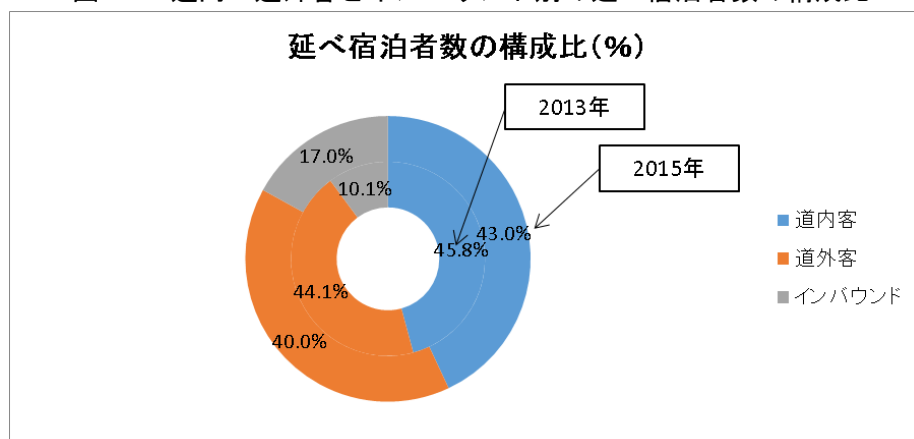
図 9 道内・道外客とインバウンド別の延べ宿泊者数の推移



注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

<sup>4</sup> 道内容、道外客別延べ宿泊者数の統計は、観光庁の宿泊統計に限定されている。インバウンドの延べ宿泊者数は「北海道観光入込統計」でもわかるが、年度、年の違い等があり、宿泊統計とは一致していない。

図 10 道内・道外客とインバウンド別の延べ宿泊者数の構成比



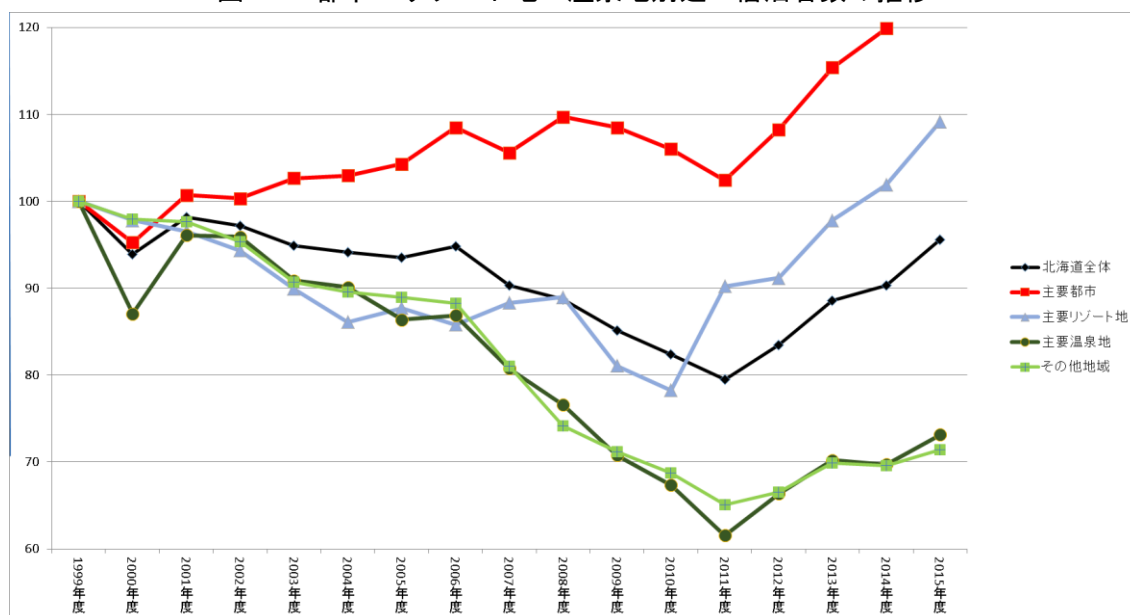
注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

(5) 観光地特性別にみる延べ宿泊者数の動向

1999年度における延べ宿泊客数の実績を100とし、主要都市(都市は図11の注を参照)、主要リゾート地所在市町村(同上)、および温泉地所在市町(同上)別に延べ宿泊者数の推移を推計した。

主要都市は2012年度を除き常に100を上回り、2015年度は120に達した。リゾート地所在市町村もほぼ2012年度から回復に転じ2015年度は110となり、都市観光やリゾート地観光が北海道観光を牽引している。一方、広域観光の主軸であった主要温泉所在市町は長期低迷を続けており、回復基調にあるとはいえ、2015年度を比較すると70を超えたに過ぎない。自然が観光の目玉に位置づけている北海道であるが、実際の宿泊行動は札幌や函館といった都市観光であり、サプライサイドとデマンドサイドの認識の差がなぜ生じているかのマーケティング分析が北海道観光発展の手がかりになると思われる。

図 11 都市・リゾート地・温泉地別延べ宿泊者数の推移



注) 北海道「北海道観光入込統計」より作成。

主要都市：札幌市（定山溪温泉を除く）、函館市（湯の川温泉を除く）、帯広市、小樽市、旭川市、旧釧路市

主要リゾート地：ニセコ地域（倶知安町、ニセコ町、蘭越町）、富良野市、留寿都村、占冠村、新得町

主要温泉地：定山溪温泉、湯の川温泉、登別市、洞爺湖地域（洞爺湖町、壮瞥町）、上川町、音更町、弟子屈町、旧阿寒町、斜里町

※その他地域：北海道延べ宿泊者数・（主要都市+主要リゾート地+主要温泉地）

※定山溪温泉は、札幌市観光文化局観光コンベンション部企画課「札幌の観光」の「6.定山溪地域の宿泊施設利用者数」の数値を延べ宿泊者数とみなした。

※湯の川温泉は、函館市「函館市市税概要」の「4.諸税・入湯税に関する調」の「入湯税」の数値を延べ宿泊者数とみなした。

※旧釧路市、旧釧路町は釧路総合振興局の資料から作成した。

### （6）最近の宿泊業界の動向

都市ホテル・ビジネスホテルは道外資本のチェーン展開が進んでいるほか、ホテル名のブランドは同じでも所有者や経営者が変わっているなど、資本の動きが活発である。リゾートホテルは、高級外資ホテルの参入が相次ぎ、トマムの所有が中国企業「復星」に変わっているなどグローバル化が進行している。

温泉地は道内資本が中心で、道内に複数の旅館を展開したり、本州にも進出する積極的な投資展開している道内資本がある一方、施設の老朽化が進んでいるが新たな投資ができない道内資本も数多くあり、道内資本間でも格差が開いている面がみられる。道外資本は函館湯の川温泉を中心に進出しており、東アジア資本も洞爺湖や定山溪でみられるようになってきている。

## 3-2 様々な観光資源からみる北海道観光

### （1）温泉地

図 11 でみたとおり、温泉地の延べ宿泊者数は 1999 年度に比べ大きく落ち込んでいる。全国的には由布院や黒川温泉等の一部温泉地を除き、温泉地は厳しい状況となっている。北海道の不振の原因は、北海道観光発展の基礎となった旅行エージェントから販売される定番メニューによる周遊型観光に起因すると考えられる。すなわち、多くの温泉地は夕方遅くに宿に入り、早朝に出発する「泊るだけのための宿泊地」として発展してきた経緯があり、これに伴い、大型館が館内にお土産や飲食店を設け宿泊者を外に出さない囲い込み営業がなされてきた。

これらが結果として、風情あるいは賑わい等のある個性豊かな温泉地への発展を妨げたと考えられる。加えて、「自然は一流、施設は二流、料理は三流」と昔から揶揄されているように、どこの温泉地でも提供される食事内容に地域性を生かした差別化が図られておらず、各温泉地ならではの食の魅力が提供できなかったことも衰退の一因といえる。また、日帰り温泉施設が全国に普及し、国内客にとっては、温泉は宿泊してまで行く特別なものでなくなったことも要因の一つとみられる。

しかし、表 3 で個別の温泉地をみると、道央圏の温泉地は落ち込んでいるとはいえ、札

幌圏を後背地に抱えているため、延べ宿泊者数は 100 万人泊以上を確保している。一方、商圏人口が少なく、インバウンドも少ない釧路・根室圏、オホーツク圏の温泉地の延べ宿泊者数は縮小している。

圏域	市町名(温泉地名)	1999年度		2015年度			宿泊延客数 99年度比
		延宿泊客数	うち外国人	延宿泊客数	うち外国人	外国人比率	
道央	登別市(登別)	166	5	128	47	37%	77%
	洞爺湖地域(洞爺湖)	118	7	105	32	30%	89%
道北	上川町(層雲峡)	105	5	72	25	35%	69%
十勝	音更町(十勝川)	65	1	43	7	16%	66%
釧路・根室	旧阿寒町(阿寒湖)	102	4	60	12	20%	59%
	弟子屈町(川湯)	54	0	22	2	9%	41%
オホーツク	斜里町(ウトロ)	66	1	46	5	11%	70%
計		676	23	476	130	27%	70%
道央	定山溪温泉*1	193		126			65%
道南	湯の川温泉*2	151		144			95%
推計合計		1,020		746			73%
《参考》	旧釧路市	71		77			108%
	帯広市	84		98			117%

表 3 主要温泉地別延べ宿泊者数比較(単位:万人泊)

注) 北海道「観光入込統計」より作成。

※定山溪温泉は、札幌市観光文化局観光コンベンション部企画課「札幌の観光」の「6.定山溪地域の宿泊状況」の「定山溪地域の宿泊施設利用者数」の数値を延べ宿泊客数とみなした。

※湯の川温泉は、函館市「函館市市税概要」の「4.諸税・入湯税に関する調」の「入湯客」の数値を延べ宿泊客数とみなした、

また、この図表からは、地域によって温泉人気もありインバウンドが急増していることがわかるが、旅館・ホテル等によっては、インバウンドが増加すればするほど、減少傾向にある国内宿泊者が益々敬遠し減少するという悪循環が大きくなっており、インバウンドと国内宿泊者の調整が必要だという声が出てきている。

さらに、新たな傾向として、国内団体宿泊客減少の穴埋めの存在でもあったインバウンドが急速に FIT 化しており、改めて国内・インバウンドに関係なしに、宿泊者にとって、魅力的な温泉地や施設とは何かという観光地域づくりに関する視点が問われている。

各温泉地の旅館・ホテル等の経営者や観光協会へのヒアリング等の結果をみると、各温泉地は各地域の特性に合わせた経営を指向しており、昔からの「宿泊、温泉と館内での食事」だけの単一サービス提供温泉地から体験メニュー提供等複数のサービスを提供したり、地域全体でゆったりとした雰囲気のある「温泉リゾート地」等への質的転換が進んでいることが窺える。なお、富裕層のインバウンドの意見を集めると、高級温泉旅館の 1泊2食の料金は、海外の高級ホテルの 1泊朝食料金に比べると、コストパフォーマンスに優れていると評価しており、道内高級温泉旅館の人気が高いものとみられる。

## (2) 自然と食、自然のワイズユース

図 12 のとおり、北海道観光での圧倒的人気は、食と景観・自然といえる。食については

広域周遊観光の各宿泊地で、どこの温泉地の夕食もカニと刺身で地域の特色を生かした料理の提供ができておらず、評価を下げた過去がある。また、景観・自然については、それをみせるだけでは経済効果を生み出すことは難しく、食と景観・自然を組み合わせたり、自然をワイズユースして経済価値を生み出す努力が必要である。

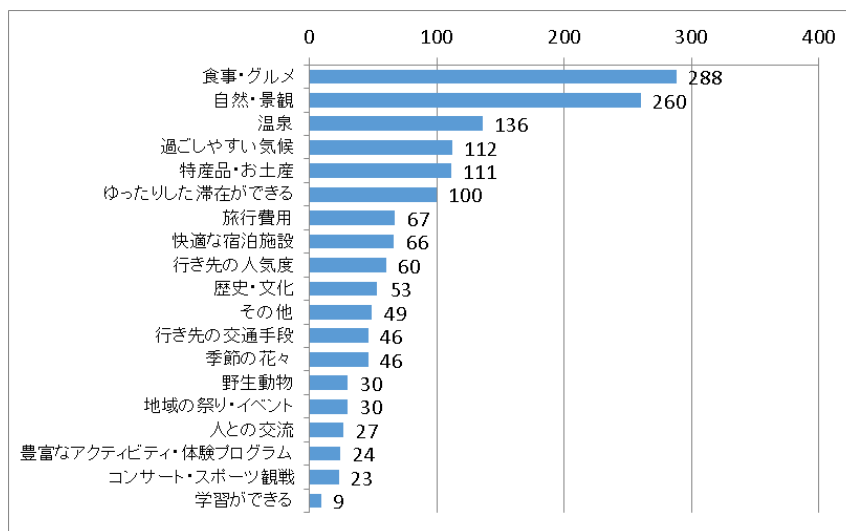
近年は、図 13 の C 群のとおり、素晴らしい景色をみながら、その土地の食材を用いた食を楽しめるレストランやホテルが人気を博している。

また、自然をワイズユースした事例としては、根室や羅臼にまで大勢の欧米客が訪れ長期滞在するバードウォッチングのほか、サイクリングやカヌーの体験観光があげられ、その地で、余裕をもった時間の中で多種多様な体験をする観光が着実に増えている。その実現のためには、その地域の背景や物語を適切に伝え、地域の価値を高めることが必須であることから、観光ガイドの育成が必要と考えられる。

さらには、温泉地の大型ホテルが農業参入し、宿泊客に農業体験をしてもらうなど、食＋農業体験＋温泉等の多様な経験ができるプランも提供し、食と自然や農業の体験を温泉地活性化策として取り入れている温泉地もある。

一方で、自然のワイズユースや観光開発ばかりでなく、自然を守り続けることによる地域の多様性を生み出すことや自然という価値を高める活動も重要である。世界自然遺産に登録されている知床は、1914 年から開拓が始まり、農業に適した土地ではないこともあり開拓地は離農跡地となってしまう。その土地を道内外の不動産業者が買い取ろうとするが、知床の自然を守ろうとする動きが起こり、イギリスのナショナルトラストを知床流にアレンジして「しれとこ 100 平方メートル運動」が行われた。これが自然保護の活動につながり、現在の世界自然遺産登録へと結びついてくる。また、国立公園となっている阿寒では、ホテルに土地や源泉を貸し、その収入で阿寒湖一帯の自然を守っている「一般財団法人前田一歩園」の活動や、霧多布湿原の周辺の民有地を買い上げ湿原の保全を図る「認定 NPO 法人霧多布湿原ナショナルトラスト」など、北海道では以前から民間団体による自然保全活動が展開されている。

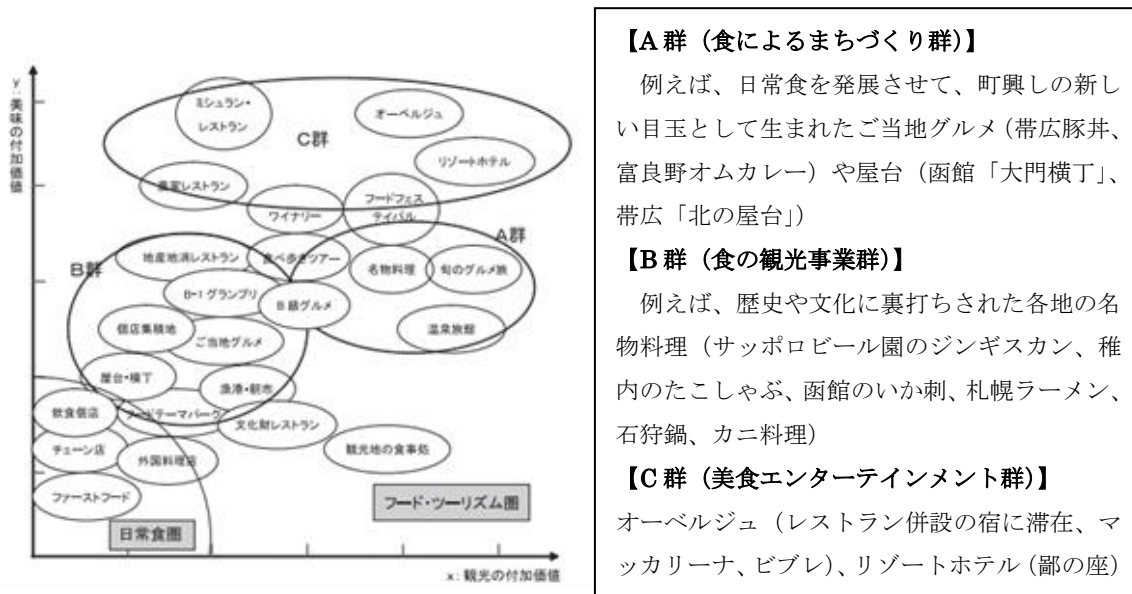
図 12 北海道を旅行先にした理由（インターネットアンケート）



注) 公益社団法人北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」(2016)より引用。



図 13 食と観光の関係



**【A群（食によるまちづくり群）】**

例えば、日常食を発展させて、町興しの新しい目玉として生まれたご当地グルメ（帯広豚丼、富良野オムカレー）や屋台（函館「大門横丁」、帯広「北の屋台」）

**【B群（食の観光事業群）】**

例えば、歴史や文化に裏打ちされた各地の名物料理（サッポロビール園のジンギスカン、稚内のたこしゃぶ、函館のいか刺、札幌ラーメン、石狩鍋、カニ料理）

**【C群（美食エンターテインメント群）】**

オーベルジュ（レストラン併設の宿に滞在、マッカリーナ、ビブレ）、リゾートホテル（鄙の座）

注）尾家建生「フード・ツーリズムについての考察」『観光&ツーリズム第15号』（2010）より引用。

(3) イベント

イベントは、観光客を誘客するためにも効果的手段の1つであり、地域のブランドイメージのアップにもつながっており、その代表事例としては、「さっぽろ雪まつり」があげられる。

「さっぽろ雪まつり」は、表1で示したように1950年に第1回が行われ、半世紀以上にわたって開催されている。「札幌＝雪」、「札幌＝白」といった札幌ブランドは「さっぽろ雪まつり」で構築されたといえよう。このイメージがあったからこそ、札幌は東アジアにはない四季折々で清潔な街としてインバウンドから高評価を受けている。

札幌は、「さっぽろ雪まつり」のメイン会場である大通公園を最大限に活用し、年間を通して常に何かのイベントを行い、賑わいのある街として進化している。「さっぽろ雪まつり」が終了し春が訪れた5月下旬からは、「さっぽろライラックまつり」、6月上旬の「YOSAKOIソーラン祭」、6月下旬からの「花フェスタ」、7月下旬からの「さっぽろ夏まつり（ビアガーデン）」、8月下旬には「北海道マラソン」、9月中旬からは「さっぽろオータムフェスト」、11月下旬からは「さっぽろホワイトイルミネーション」と年間を通じてイベントを行っている。

道内各地においても、収穫祭等地域の食に関するイベントが地元客で賑わい、そこから「池田町秋のワイン祭り」等は全国に知れ渡るイベントとなった。「函館西部地区バル街」は全国の自治体が視察に訪れ、まちづくりの活性化に向けて多くがその手法を導入している。国立公園第1種エリア内の凍った湖上に、氷だけでつくられたホテル・バー・源泉かけながしの温泉施設（湯船は木製）が集落している「しかりべつ湖コタン（＝村の意味）」は毎年1～3月に開催され既に30年以上続いている。他では真似のできない「ここだけ」「今だけ」のイベントがあり、条件不利な場所にありながらも、国内観光客だけでなく、アジア客も参加している魅力的なイベントが各地方に存在している。

イベント名	市町村	開催期間	入込数
小樽ゆき物語	小樽市	2016年11月12日～2017年02月12日	-
第29回 昭和新山国際雪合戦	壮瞥町	2017年02月25日～2017年02月26日	2万6,000人（2017）
ゆうばり国際ファンタスティック映画祭2017	夕張市	2017年03月02日～2017年03月06日	1万2,516人（2017）
第58回 さっぽろライラックまつり	札幌市	2016年05月18日～2016年05月29日	70万4,000人（2016）
第25回 YOSAKOIソーラン祭り	札幌市	2016年06月08日～2016年06月12日	205万4,000人（2016）
2016 かみゆうべつチューリップフェア	湧別町	2016年05月01日～2016年06月5日	6万6,291人（2016）
第33回 東藻琴芝桜まつり	大空町	2016年05月03日～2017年06月05日	8万7,130人（2016）
2016童話村たきのうえ芝ざくらまつり	滝上町	2016年05月07日～2016年06月05日	3万6,820人（2016）
花フェスタ2016札幌	札幌市	2016年06月25日～2016年07月03日	24万6,358人（2016）
第63回 さっぽろ夏まつり	札幌市	2016年07月20日～2016年08月17日	200万1,000人（2016）
第50回おたる潮まつり	小樽市	2016年07月29日～2016年07月31日	128万人（2016）
第48回北海へそ祭り	富良野市	2016年07月28日～2016年07月29日	5万9,000人（2016）
RISING SUN ROCK FESTIVAL 2016 in EZO	石狩市	2016年08月12日～2016年08月13日	6万7,000人（2016）
第66回 勝毎花火大会	帯広市	2016年08月13日	-
さっぽろオータムフェスタ2016	札幌市	2016年09月09日～2016年10月01日	237万2,000人（2016）
とかちマルシェ	帯広市	2016年09月02日～2016年09月04日	7万4,000人（2016）
はこだてクリスマスファンタジー	函館市	2016年12月01日～2016年12月25日	-

表 4 北海道内イベント抜粋

注) 北海道内のイベントは数多くあり、主要なイベントを中心に取り上げた。なお、入込数については直近のイベントについて電話ヒアリングで行った。

#### (4) リゾート・テーマパーク

「炭鉱から観光へ」をキャッチフレーズにして観光開発を行ってきた夕張市の「石炭の歴史村」（1980～2006年10月閉園、自己破産）および芦別市のカナダ・赤毛のアンをテーマにした「カナディアンワールド」（1990～1997年10月閉園）等のテーマパークは、第3セクター方式による運営やマーケティング力の乏しさ等で破たんしたが、このような失敗事例は道内に多々ある。一方、トマムリゾートは事業破たんしたが、加森観光や星野リゾート等が事業継承し、業績回復を遂げてきた事例も存在している。現在は、星野リゾートが運営し、中国企業のフォースン（復星集団）が所有者となり、トマムにクラブメッド（本社：フランス、フォースンが筆頭株主）を誘致し、2017年12月に開業する予定になっている。

テーマパークをみても、登別伊達時代村が親会社の経営不振や国内観光客のリピーター確保が実現せず経営危機に立たされたが、インバウンド人気の追い風を受け、入込み増の急回復をとげているなど、インバウンド増加に伴い、リゾート・テーマパークの事業環境は国際化が進んでいる。大規模なリゾート・テーマパークの成功・失敗の分岐点はグローバル化に資する立地条件や事業内容であるかどうか、そして、グローバル化のなかでのマーケティング力が備わっているか否かであろう。

最近の成功事例としては、ニセコエリアがあげられる。ニセコエリアの成功は隣接するルスツリゾートにも波及し、ルスツでも世界的高級ホテルが進出するなど新たな投資が活発化している。公益社団法人北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」（2016）における道内先進地事例調査のニセコエリアの項を要約すると、元々、ニセコエリアのスキー場は国内でもパウダースノーが有名で、かつては航空会社主催のスキーツアー客が殺到した時代もあった。しかし、1990年代の国内スキーブーム終焉後、スキー場周

辺のペンション街の一部が廃墟化するなど衰退が目立った。それを救ったのがニセコに移住したオーストラリア人達で、地元はバックアップに回って再生がなされてきた。

今のニセコエリアは、世界中から人が集まるだけでなく、世界中から投資も呼び込んでいる。富裕層の入込みが多く、彼らをターゲットにした高級な旅館・ホテル等、飲食店等多様な投資が行われている。それが、世界のスキー場関係のマスメディアに取り上げられ、話題が話題を呼ぶ好循環となり、世界的トップリゾートの一員として評価されている。このニセコエリアの成功要因は、①グローバルな目線で当地の観光資源をみいだしたこと、②民間のアイデア、行政に依存しない民間の実行力・投資力に委ねたこと、③移住者が活躍したこと、④現地にオーストラリア旅行エージェントが進出したこと、⑤現地仕様の建物等外国人ニーズに対応できたことと分析できる。

### 3-3 経営面等からみた北海道観光の課題

ここまで、政府の施策と全国の観光形態の推移、北海道観光を概観したうえで、様々な観光形態から北海道観光を整理してきた。さらに、次章では北海道内各観光地で実施したヒアリング内容をまとめる。

本項では、これまでの検討内容や後述のヒアリング内容を踏まえて、経営面を中心とした視点から北海道観光全体における今後の取り組むべき主要課題として、①季節繁閑格差、②インバウンド対策、③道内外観光客の減少、④観光人材の確保、⑤観光産業の低収益性、⑥観光地域づくり推進の組織づくり、⑦ユニバーサルツーリズムへの対応、⑧インターネットの普及に伴う新たなビジネスモデルへの対応の8点に集約し、個別に検討する。

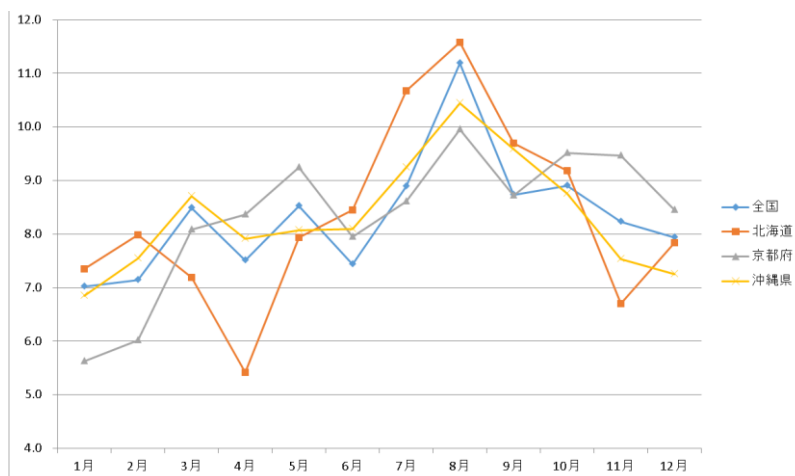
#### (1) 季節繁閑格差

北海道は、冬のインバウンドの急増で若干緩和されたとはいえ、全国平均や有力観光府県と比べても季節繁閑格差が大きく、特に4月と11月の落ち込みが大きい。1978年北海道東北開発公庫調査部（現日本政策投資銀行）調査 No.37「北海道観光の最近の動向」をみても、この当時から季節繁閑格差問題を指摘しており、今も昔も同じ問題を抱えている。この問題は観光業界（宿泊・ガイド・運輸業）の安定収益の確保、従業員の安定雇用を難しくさせており、サービス低下等の一要因にもなっており、今後とも継続的に、この格差縮小の努力が求められる。

ちなみに、京都では12～3月に京の冬の旅キャンペーン（社寺等において、期間限定の特別拝観や英語ガイド等を実施）を50年以上継続しており、徐々に効果が出ている<sup>5</sup>。北海道内でも、冬の誘客のために層雲峡の氷瀑まつりに始まり、各地で多くのイベントが行われており、繁閑差は改善されてきているが、まだまだ改善の余地は大きい。一方で、富良野やニセコのように冬のリゾート地として多くの人を訪れている地域や、羅臼のように冬のバードウォッチャーが集まる地域など、それぞれの地域資源を生かしながら繁閑格差を埋めている地域も存在している。

<sup>5</sup>公益社団法人北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」（2016）PP123-126を参照。

図 14 2015 年地域別月別延べ宿泊者数の割合



注) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。

## (2) インバウンド対策

これまで示したように、道内・国内道外宿泊者の落ち込みをインバウンドの急増が、北海道観光を支えてきたといえる。しかし、そのインバウンドは表 5 のとおり、台湾・中国で 5 割を超え、9 割弱が東アジア圏に遍在している。

日本政策金融公庫「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査」(2013)によると、東アジアにおける外交問題が発生した場合、旅館・ホテル等の経営悪化の影響があると回答したのは、北海道が 1 位で 28.8%、次いで関東と近畿で 20.6%となっており、このことから現状の特定国に集中している状況ではリスクは高い。

今後の課題としては、長期滞在で観光消費拡大が期待される欧米や豪州からのインバウンド増に努める必要がある。ただ、誘客に際しては、表 6 でみるとおり、欧米圏とアジア圏の観光客では期待するものが違うことに注意が必要である。自然・景観をとっても、アジア圏の観光客は、夜景・運河やガーデニング観光のように人間が手を加えたり、人工的に作り出した景観に人気が集まる傾向があるが、欧米の観光客にとっては、原生のままの自然や動植物の生態系に人気があるなど、それぞれの志向の違いがあるので、きめの細かいマーケティングが不可欠である。

また、インバウンドの FIT 化が急速に進んでいる(表 6 参照)。これは、翻訳アプリケーションやナビゲーションアプリケーションを使い、さらに、観光情報が SNS で簡易に入手できるようになったなど、モバイルデバイスの機能向上や普及の影響が大きいとみられている。この、FIT 化に伴い、インバウンドの行動も変化すると予想されている。事実、図 15 でみるとおり、日本での滞在の目的を前年と比較すると「ショッピング」の割合が減少し、「四季の体感」や「日本の歴史・伝統文化体験」といった「モノ」から「コト」への志向変化がおきていることもうかがえることができ、過去の国内旅行者の動向と同様になると考えられるため、インバウンド対応としても団体周遊型からの脱却が求められる。

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	構成比	平均泊数
台湾	570,665	876,863	1,307,758	1,518,409	1,675,936	27.2	3.1
中国	196,899	263,699	411,732	897,051	1,515,846	24.6	2.7
香港	287,326	363,184	515,772	560,944	692,210	11.2	4.2
韓国	184,044	265,670	300,604	430,472	642,062	10.4	2.1
タイ	23,137	82,152	245,828	301,709	366,537	5.9	2.4
シンガポール	121,576	167,011	244,880	250,059	301,030	4.9	6.0
豪州	102,384	191,419	232,125	223,390	263,923	4.3	5.7
マレーシア	28,005	52,285	96,013	120,622	186,316	3.0	2.4
その他	138,708	238,822	333,746	398,367	517,501	8.4	2.8
合計	1,652,744	2,501,105	3,688,458	4,701,023	6,161,361	100	3.0

表 5 インバウンド別延べ宿泊者数の推移 (単位:人泊)

注) 北海道経済部「北海道観光入込統計」より作成。平均宿泊は延べ宿泊者数/入込実人数

(2015年調査)			(2016年調査)		
前回調査	北海道 経験者	訪日 経験者	今回調査	北海道 経験者	訪日 経験者
回答数→	559	1981	回答数→	586	2095
団体旅行			団体旅行		
ガイド付きパック旅行 (自由行動日なし)	56.0%	52.3%	ガイド付きパック旅行 (自由行動日なし)	46.4%	45.5%
37.6%			31.7%		
ガイド付きパック旅行 (自由行動日あり)	18.4%		ガイド付きパック旅行 (自由行動日あり)	14.7%	
個人旅行			個人旅行		
航空券と宿泊施設のみがセット になったパック旅行	44.0%	47.7%	航空券と宿泊施設のみがセット になったパック旅行	53.6%	54.5%
15.2%			17.9%		
航空券と宿泊施設を個別に手配			33.6%		
26.3%			2.1%		
航空券のみを出発前に手配(宿 泊先は現地で手配)	2.5%		航空券のみを出発前に手配(宿 泊先は現地で手配)		

※アジア全体のみ。ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く。

表 6 インバウンドのFIT化

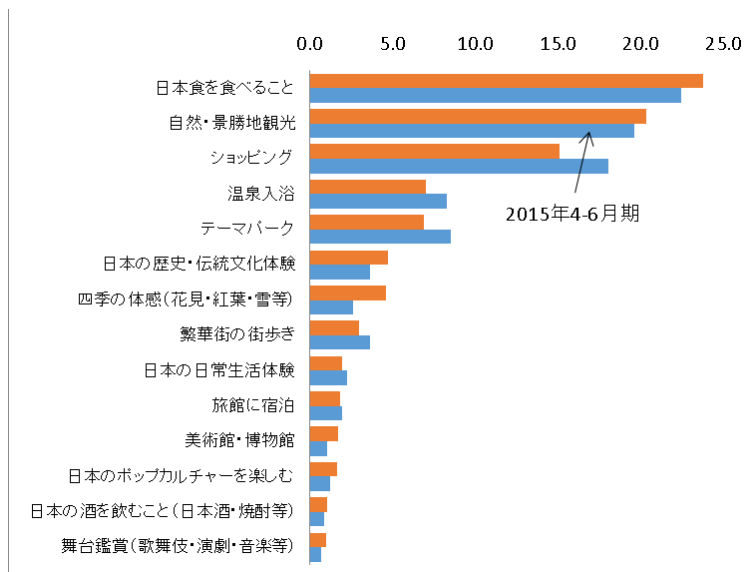
注) DBJ 北海道支店「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する訪日外国人旅行者の意向調査(平成 28 年度版)」(2016) 経済ミニレポート No.23 より引用。

n=30以上の場合 [比率]※縦方向に 1位 2位 3位 4位 5位	全体 (n=1,442)	【エリア別】			【国別】					
		欧米圏 (n=618)	アジア圏 (n=824)	イギリス (n=206)	オーストラリア (n=206)	アメリカ (n=206)	マレーシア (n=206)	中国 (n=206)	台湾 (n=206)	タイ (n=206)
		9種類の泉質を楽しむことができる様々な温泉	35.4	24.4	43.7	22.8	25.2	25.2	34.5	50.5
世界三大夜景に選定された美しい夜景	29.9	22.7	35.3	20.4	21.4	26.2	30.6	33.0	41.7	35.9
世界自然遺産に登録された国立公園	28.5	30.4	27.1	29.1	30.1	32.0	27.7	27.2	28.2	25.2
日本最北に位置する離島の雄大な景色や原生花園	26.6	26.9	26.3	26.7	26.7	27.2	30.6	21.8	18.4	34.5
歴史や文化を体感できる地域	26.3	32.8	21.4	31.1	31.6	35.9	25.7	17.5	19.4	22.8
一面に咲き誇るラベンダー畑	24.8	15.0	32.2	14.1	12.1	18.9	32.0	31.1	34.5	31.1
野生動物を海上から鑑賞できる遊覧船	20.0	22.3	18.3	21.8	21.4	23.8	22.3	19.4	15.5	16.0
日本古来の先住民族であるアイヌ文化	19.0	22.7	16.3	16.0	25.2	26.7	14.1	18.0	7.8	25.2
世界三大野鳥が生息している大自然	18.9	18.3	19.4	16.0	17.5	21.4	19.4	20.9	17.5	19.9
世界トップレベルの雪質を誇るスキーリゾート	17.9	12.5	22.0	9.2	16.0	12.1	26.7	21.4	24.8	15.0
流氷をかき分けて進む砕氷船クルーズ	15.5	15.7	15.3	17.0	13.6	16.5	16.0	7.8	23.3	14.1
上記に興味をそそられるものはない	4.9	10.7	0.6	18.0	10.7	3.4	0.5	-	1.5	0.5

表 7 欧米系・アジア系別の北海道に期待する観光資源

注) 公益社団法人北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」(2016) より引用。

図 15 インバウンドの滞在目的



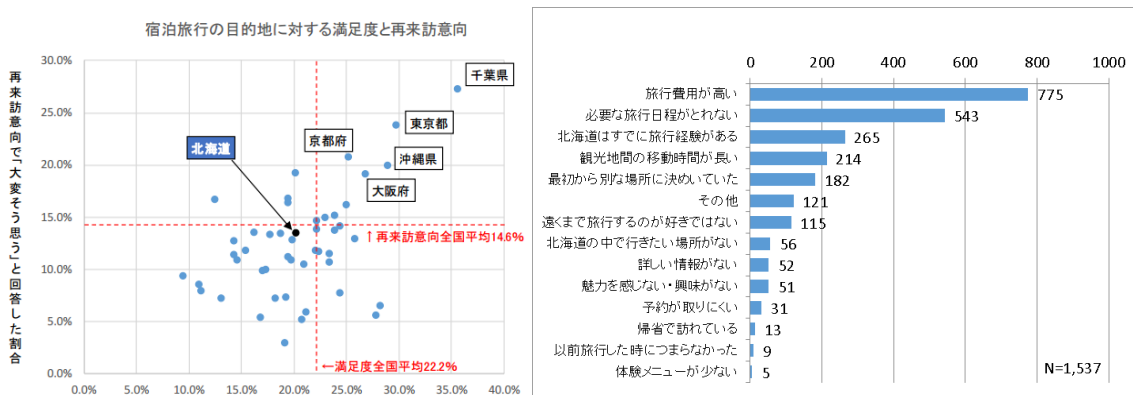
注) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」より作成。

### (3) 道内外観光客の減少

2015年の北海道における国内での道外からの延べ宿泊者数は1,287.5万人泊であるが、北海道と同じく本州から離れ、競争に位置づけられる沖縄県(1,328.8万人泊)より下回っている。

2011年との比較では、北海道が51万人泊の減少(▲4%)であるが、沖縄県は200万人泊増(18%)とその差は開いている。その要因は、図表21のとおり、北海道は来道者に対し再来訪をしたくなるほどの満足度を沖縄県よりも十分に与えられていないことにあると考えられる。来道者を増やすための具体策としては、図表22の課題の解消に向け料金の高い繁忙期以外の時期の商品開発や1泊、2泊でも魅力ある滞在型観光地づくり等の努力が必要である。

図 16 旅行先満足度(左)と北海道を旅行先を選ばなかった理由(右)



注) 公益社団法人北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」(2016)より引用。

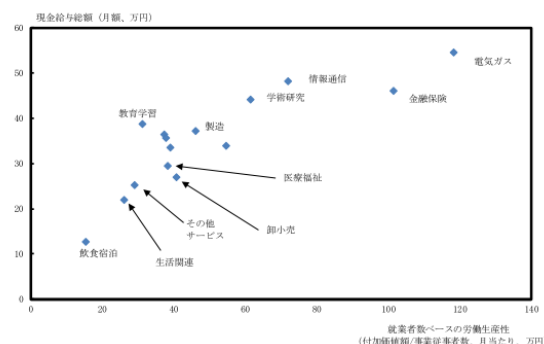
また、各観光地でのヒアリングをまとめると、道内客の減少も課題として挙げている。以前までは、社員旅行や自治会などで地域の人々の近隣の旅館・ホテル等を利用することも多かったが、ライフスタイルの変化に伴い、道内客の利用が減っていることも課題となっている。

#### (4) 観光人材の確保

北海道では、1985年に「北海道観光ホスピタリティ運動の推進要綱」を策定し、道民運動として観光ホスピタリティの向上につとめてきたが、今後もサービスの質の向上が必要となっている。図17でみるとおり、宿泊業は労働生産性が低く賃金も安い業界であり、上記課題を改善するには優秀な人材が必要だが、現状のままでは、質的にも量的にも人材確保は難しくなるとみられる。

労働生産性を上げるには売上・利益を伸ばし、従業員の給料を上げるとともに、適切な休日・有給休暇日数の確保とその消化を担保するといった当たり前の仕組みが必要だが、この業界は、表8をみるとおり求人需給バランスが取れておらず年間休日をみても他の産業より低い傾向となっている。しかし、以前よりもレベルアップを実践しているホテル・旅館等は存在しており、その中には、みずから、ホテル専門学校を設立し、在学期間にも生徒に給料を支払い、理論から実践まで幅広い分野で教育し、本格的に人材育成まで手がける予定（2018年度開校予定）の事業者も存在している。

図17 業種別就業者ベースの労働生産性と賃金



注) 内閣府「地域の経済」(2015)より引用。

	月間有効 求人倍率 (倍)	月間有効 求人数 (人)	月間有効 求職者数 (人)		労働者1人平均年間 休日総数(日)
事務的職業	0.38	7,760	20,266	建設業	111.5
サービスの職業	2.27	23,109	10,172	製造業	117.1
調理人、料理見習	2.59	5,956	2,299	宿泊業、飲食サービス業	100.4
給仕、接客サービス	2.29	4,581	1,997	医療、福祉	111.9
農林漁業の職業	1.98	1,353	683		
生産工程の職業	1.55	6,674	4,302		
建設・採掘の職業	2.31	3,900	1,685		
運搬・清掃・包装の職業	0.35	6,474	18,344		

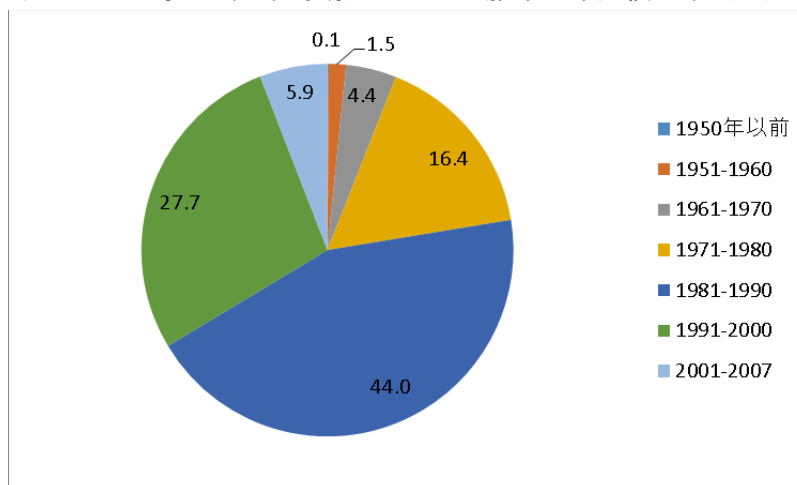
表8 職種別求人状況(北海道2017年1月)と年間休日日数(全国)

注) 厚生労働省北海道労働局「職種別、求人・求職・賃金状況」(左)、厚生労働省「平成27年就労条件総合調査結果・労働時間制度」(右)より作成。

### (5) 観光産業の低収益性

北海道観光発展のベースは、低単価宿泊料金の団体ツアーを中心に受け入れ、施設の大型化を行いながら収益の向上を図ってきた。施設の大型化は1980年代～90年代前半に集中しているが、これら施設は更新期を迎えており、さらには耐震化対策を迫られている施設も多い。

図 18 北海道の建築時期別ホテル・旅館延床面積比率 (%)



注) 日本政策投資銀行北海道支店作成資料より引用。

しかし、図 19 の一般社団法人日本旅行協会「平成 27 年度版（平成 26 年度財務諸表等より）営業状況等統計調査」で見るとおり、現状の北海道の旅館の経営状況（平均）は、依然団体客依存型経営からの転換が進まないため、宿泊・総消費単価はそれぞれ全国の平均を下回っている。一方、規模のメリットで 10 億円以上の売上げを確保しているが、償却前経常利益率は北海道が 7.6%で、全国平均の 8.9%を下回っている。このため、長期短期借入金残高を償却前経常利益で割ると北海道は 17.9 年に対し全国平均は 13.3 年と、古い施設にもかかわらず、いまだ重い負債を背負ったままの旅館が多いことがうかがわれる。

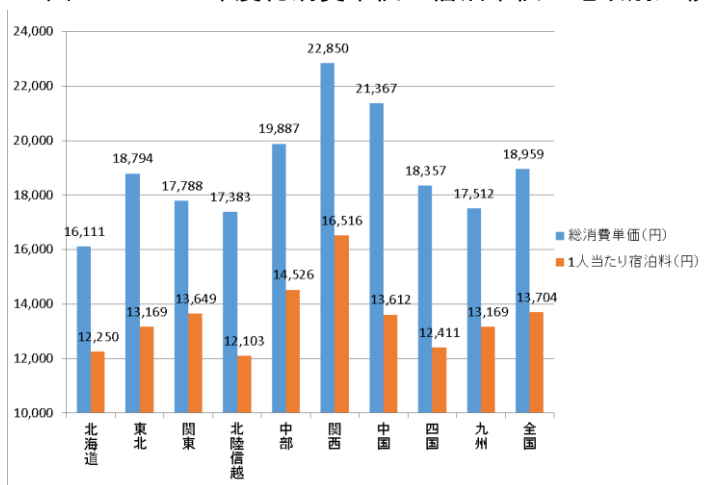
以上のことから、耐震工事が必要な施設が明らかにされた時点で、廃業する旅館も出るであろう。また、今後、高齢化社会が一層進むとみられ、施設のユニバーサル対応が不可欠であるが、重い負債と耐震問題が足かせとなり、この面でも対応が遅れることが懸念される。

耐震工事は、2013 年の耐震改修促進法改正によって、ホテル・旅館等に耐震診断の実施と結果の報告が義務付けられた。対象となるのは、1981 年 5 月 31 日以前に建てられたホテル・旅館等のうち、「階数 3 以上かつ床面積 5,000m<sup>2</sup>以上」、「防災拠点建築物として指定されている」、「避難路沿道建築物として指定されている」のいずれかに当てはまる建物である。

北海道内の対象となるホテル・旅館については、2015 年 12 月末日もしくは、地方公共団体の計画に記載された期限までに耐震診断を実施し、診断結果を報告する必要がある（2013 年国土交通省による法人土地・建物基本調査では宿泊・飲食サービス業では 60 件が新耐震基準を満たしておらず、200 件が未確認である）。

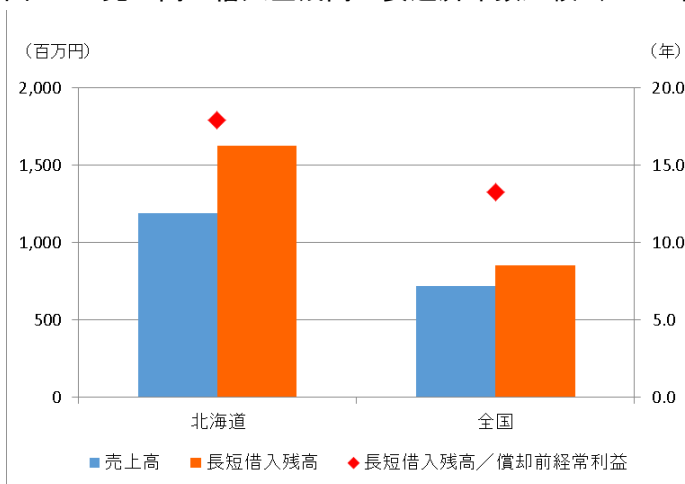


図 19 2014 年度総消費単価・宿泊単価の地域別比較



注) 一般社団法人日本旅館協会「平成 27 年度版(平成 26 年度財務諸表より) 営業状況等統計調査」より作成。

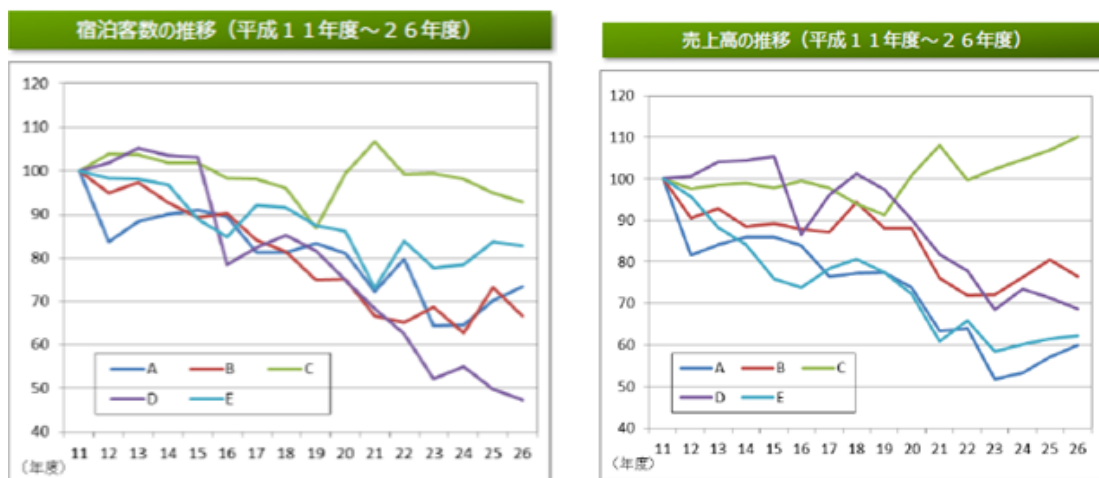
図 20 売上高・借入金残高・要返済年数比較(2014 年度)



注) 一般社団法人日本旅館協会「平成 27 年度版(平成 26 年度財務諸表より) 営業状況等統計調査」より作成。

なお、従業員確保が難しくなっていることを踏まえると、建て替えるとしても客室数を減らす減築と、単価アップで収支向上を目指す旅館が増え、「数よりも質重視」の経営に転換が進むとみられる。ちなみに、図 21 でみるとおり、いち早く、個人旅行化に対応し客室改装と食事のクオリティを上げた C 館は宿泊者数維持と単価アップを両立させている。

図 21 道内温泉地に立地する旅館の宿泊客数と売上高の推移



注) 日本政策投資銀行北海道支店作成資料より引用。1999年度=100とした推移。

#### (6) 観光地域づくり推進の組織づくり

現在、政府は「日本版 DMO」の登録を進めており、2017年1月20日現在の北海道の候補法人登録は、広域 DMO が 1 件（全国で 4 件）、地域連携 DMO が 4 件（全国で 56 件）、および、地域 DMO が 4 件（全国で 63 件）となっている。しかし、地域での観光戦略が定まらないまま、組織づくりだけが先行している事例を多くみかけるとともに、DMO 設立のベースとなる観光協会をみると、単なるイベントのための実行部隊として位置づけられており、地域経営やマーケティングといった、考える組織であることが必要である。

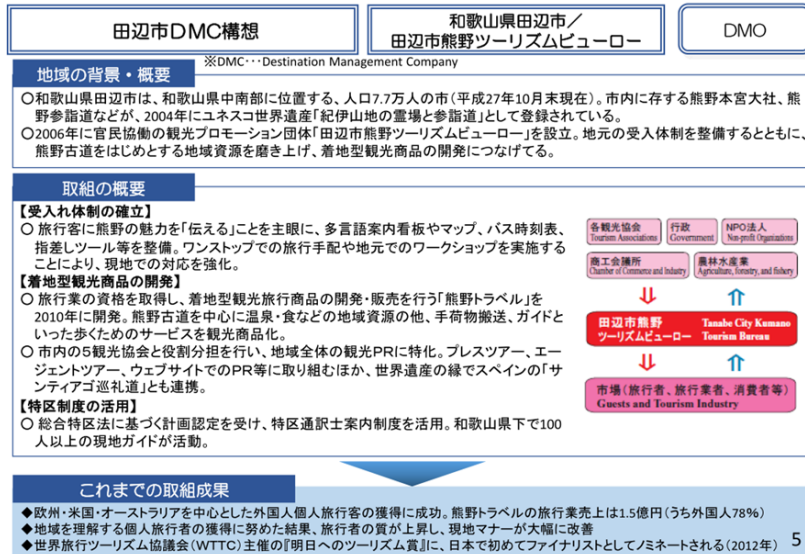
先進事例をみると、和歌山県田辺市において、一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューローが地域の DMO として、着地型観光の造成や販売など、積極的に個人旅行への対応を行っている。その背景としては、団体旅行はエージェントが手配するが、現在主流となりつつある個人旅行では、旅行訪問先までの行程や宿（民宿等小規模施設が多い）の細かい案内や手配が必要であるが、大手エージェントではこのようなきめ細かいサービスが行き届きにくく、地域の DMO の存在が必要となる。

また、北海道の事例をみると、一般社団法人知床羅臼町観光協会では、インバウンド対応のために、羅臼ならではの英語版指差し会話帳を作成し、地域内の観光事業者と共有することで、地域全体としてのインバウンド対応力を高める取り組みや、現在は、第三種旅行業を取得し、バードウォッチャーに対して観光案内だけでなく具体的な観光船の手配等を行うなど、羅臼ならではの DMO として取り組んでいる。

このように、地域をマーケティングし全体像を俯瞰しながら観光客にサービスを提供できる DMO が増えることで、宿泊者数が減少している地方圏の観光地の活性に繋がるものと期待される。

そのためにも、地域の持続的発展を行うための観光戦略を自治体が責任を持って策定し、その実行部隊としての DMO という明確な役割分担が必要となっている。

図 22 田辺市 DMC 構想の概要

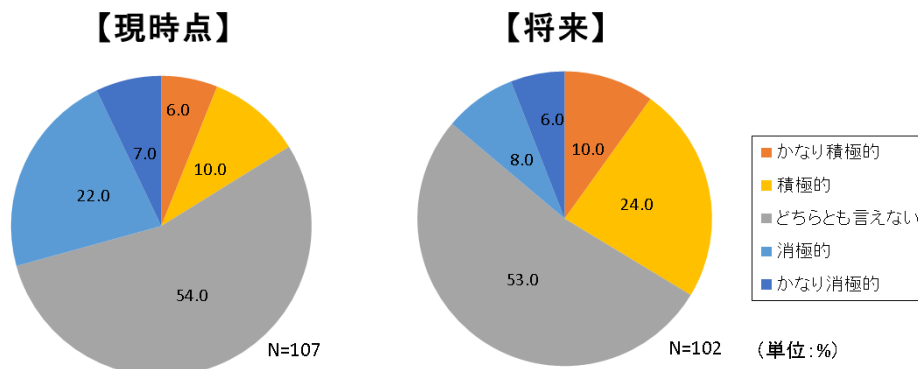


注) まち・ひと・しごと創生本部事務局「地域の取組事例集」より引用。

(7) ユニバーサルツーリズムへの対応

人口減少や経済低迷による旅行需要の減少が予想されることから、潜在的需要が大きいと予想される高齢者や障がい者を受け入れる体制づくり、いわゆるユニバーサルツーリズムへの対応が必要となっており、バリアフリー旅行相談窓口への問い合わせも、2011年には9,574件であったのに対し、2014年は15,829人と増加傾向となっている。しかし、全国的に見てもユニバーサルツーリズムへの対応は、図23にあるように、現状では関心が薄い状況で、将来的には投資が必要との認識が高まるとみる企業が増えているが、まだ具体的な投資戦略を描けていないように見受けられる。

図 23 ユニバーサルツーリズム取り組み状況



注) 観光庁「ユニバーサルツーリズムにおけるサービス提供に関する調査【概要】」より引用。

現在、北海道のユニバーサルツーリズムの動向をみると、温泉への需要が高いことから、入浴ヘルパーとの契約を含めた旅行プランを企画・販売している会社も出てきている。ま

た、2011年には、全ての人が安全・快適に観光ができるユニバーサルデザイン観光の普及と促進を目的として一般社団法人日本UD観光協会が設立され、2015年には、北海道ユニバーサルツーリズム推進協議会を設置されるなど、新たな動きが出てきている。現在は、札幌駅に隣接する「北海道さっぽろ「食と観光」情報館」内に「北海道ユニバーサル観光センター 札幌」もオープンしており、車いすやベビーカーの貸出サービスが行われている。また、2016年には檜山振興局の「福祉と観光への取り組み」という方針とともに、ユニバーサルツーリズムの取り組みの実施が行われており、日本海側の江差から乙部へかけてホテルのバリアフリー化など調査を実施するとともに、奥尻島をバリアフリー対応の方向に進めるという動きも出てきている。さらに、弟子屈町内の「風曜日」のようにバリアフリーの宿や視覚障がい者のカヌー体験などを行う事業者も増えてきている。しかし、全道的にみるとユニバーサルツーリズムに向けた取り組みは、今後の課題と挙げざるを得ない状況となっている。

#### (8) インターネットの普及に伴う新たなビジネスモデルへの対応

特に近年、国内客やインバウンドの観光動向をみるとスマートフォンの機能を活用し個人旅行を楽しむようになってきており、特に、インバウンドの受入れに向けたインターネットでの観光情報発信がますます重要になってきている。『日本のオンライン旅行市場調査第3版』によると、2015年度の国内オンライン旅行の市場規模は9兆7033億円で2013年度比15.6%増(年平均増率7.5%)となっており、オンライン販売比率は39.4%となり過去2年間で約6ポイント上昇している。一方、世界的な動向をみると、APACは2014年でも約28%で、欧州・北米の44%を下回っており、「オンライン比率では欧米の2~3年遅れの推移」と考えられる。しかし、中国をはじめモバイルデバイスによる予約が急速に伸びており、2018年から2020年ごろに追いつくと予測されている。特に中国では、2017年度には7割がモバイルからの予約といわれている。

これまでの観光地は、既述のように、大手旅行エージェントの手配により集客が確保できていたが、これからの時代はインターネットによる予約や情報発信を積極的に行わなければ集客ができない状況となっている。インターネットを活用することで、顧客に対して、商品を直接販売することや情報提供ができることができるなど、旧来のビジネスモデルが通じなくなっており、ネットFITという言葉もあるように、旅程から旅行地の情報まですべてをインターネットで完結できる。つまり、インターネットの普及により、地域や企業の顧客は、旅行エージェントではなく、訪れる観光客に大きく変わったのである。

インターネットの活用は、地域の魅力や企業情報を顧客に対して直接伝えることができるメリットが存在する一方で、ネガティブな情報は、一瞬にして拡散されてしまうというデメリットもあるため、Webマーケティング力を高めるとともに、最新の動向について情報収集を行うことが必要である。

旅行の予約動向をみると、OTA(Online Travel Agent)の活用がますます増えており、国内の2大OTAである「じゃらん」や「楽天トラベル」だけでなく従来型旅行会社

(Traditional Travel Agent: TTA)もオンライン販売を強化してきている。さらに、世界3大OTAと呼ばれている、ブッキングドットコム、アゴダ、エキスペディアもますます伸びており、その活用が必要であるが、道内の旅館・ホテルでの活用はまだまだ少なく、FIT

化しているインバウンドの機会損失を発生させている可能性が高い。ブッキングドットコムと契約している大手旅館経営者へのヒアリングによると、このサイトからのインバウンドの予約は、単価が高い部屋から埋まるとのコメントも聞かれ、これらへの対応が必要となっている。また、自社の Web サイトからの直接予約による利益率のさらなる向上も視野にいれることが必要である。

この様な状況の中、北海道内の観光地では、観光協会等の Web サイトに日本語情報のみをアップし、さらに、旅館・ホテル等の予約ができずにリストのみを掲載することが多いのが実情である。例えば、月間ユニークユーザー数が 3 億 9,000 万人の世界最大の旅行サイトであるトリップアドバイザーを有効活用し、すでに作成されている観光地情報を投稿するなど、このようなプラットフォームの活用の余地は大きい。また、地方部へ行けば行くほど、クレジットカードが利用できない、Wi-Fi が利用できないなど、IT ハードインフラの未整備が目立ち、旅行者のニーズに応えきれない状況となっている。これらに対する投資を行いながら、サービスも向上し、併せて単価も向上させるという利益を生み出す好循環が必要となっている。

インターネットの普及による情報流通の革新は、どのような地域にも新しい機会をもたらしていると考えられ、たとえ交通網が未発達となっている条件不利地域であろうが、「わざわざ行きたくなる旅行地」であるならば、そこには人が訪れる可能性を生み出している。羅臼町に多くのバードウォッチャーが集まってきているのも、インターネットを経由した体験者の投稿が、さらなる人を呼び込んでいる好循環を生み出しているからである。つまり、インターネットの普及に伴い、ありきたりなプロモーション活動による「来てください」ではなく、「わざわざ行きたくなる観光地域づくり」への転換が必要である。

#### 4. 北海道観光地における事例調査

これまで、北海道観光における事例の調査としては、各地域の特色や成功事例を対象として個別に調査研究されている先例はあるが、多くの観光地を同時に分析していく調査は少ない。本調査においては、延べ宿泊者数が多い温泉地、ならびに特徴的な取り組みを行っている温泉地や、北海道が強みを有している景観・自然、そして集客や観光のブランド化に資する活動である各地域のイベントについて抽出し、各地域のキーパーソンや観光協会等へヒアリング調査を行いながら、地域ごとにその歴史や背景、今後の取り組みや方向性等について取りまとめた。

また、ヒアリング調査については、既述にあるようなユニバーサルツーリズムへの取り組みや人材の確保や育成に関することについても行っており、北海道観光概観にそれらの意見を踏まえ取りまとめている。調査地点については、次頁にて一覧で示す。

【温泉】

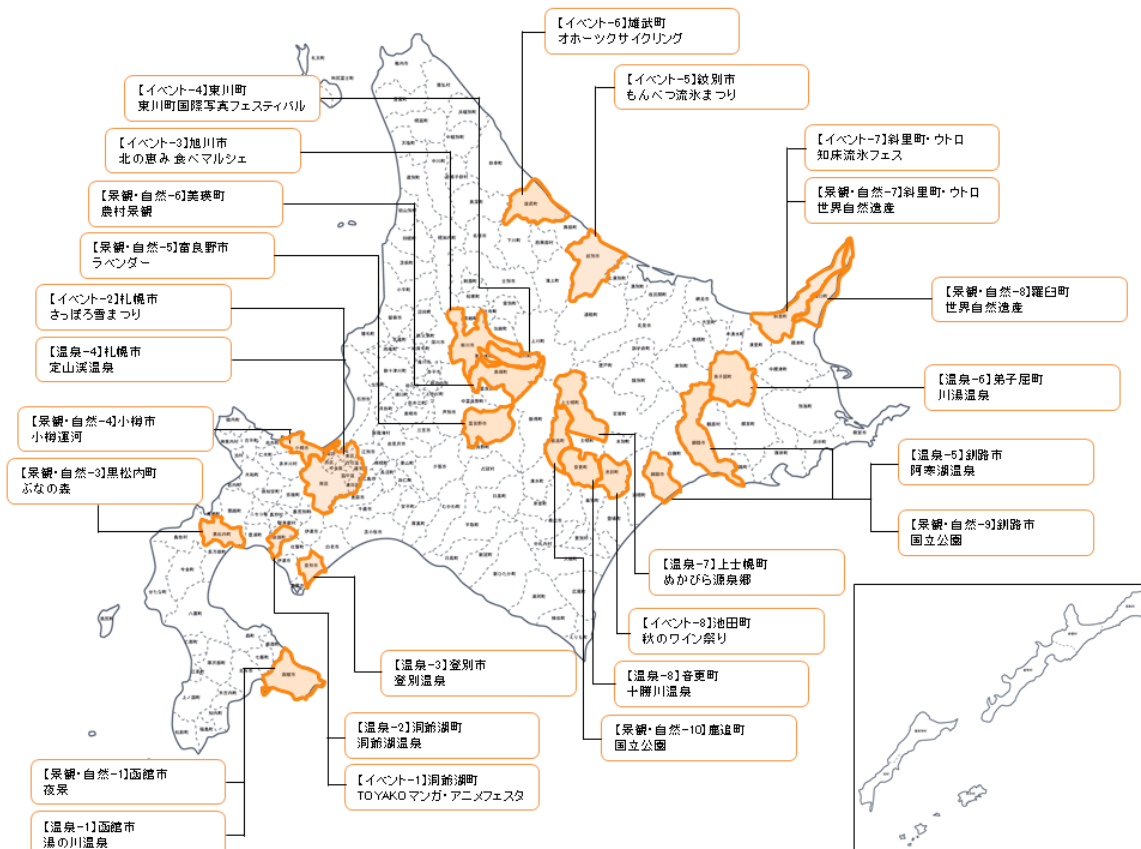
温泉-1	函館市	湯の川温泉	温泉-2	洞爺湖町	洞爺湖温泉
温泉-3	登別市	登別温泉	温泉-4	札幌市	定山溪温泉
温泉-5	釧路市	阿寒湖温泉	温泉-6	弟子屈町	川湯温泉
温泉-7	上士幌町	ぬかびら源泉郷	温泉-8	音更町	十勝川温泉

【景観・自然】

景観・自然-1	函館市	夜景	景観・自然-2	倶知安町	国定公園
景観・自然-3	黒松内町	ぶなの森	景観・自然-4	小樽市	小樽運河
景観・自然-5	富良野市	ラベンダー	景観・自然-6	美瑛町	農村景観
景観・自然-7	斜里町・ウトロ	世界自然遺産	景観・自然-8	羅臼町	世界自然遺産
景観・自然-9	釧路市	国立公園	景観・自然-10	鹿追町	国立公園

【イベント】

イベント-1	洞爺湖町	TOYAKOマンガ・アニメフェスタ	イベント-2	札幌市	さっぽろ雪まつり
イベント-3	旭川市	北の恵み 食ベマルシェ	イベント-4	東川町	東川町国際写真フェスティバル
イベント-5	紋別市	もんべつ流氷まつり	イベント-6	雄武町	オホーツクサイクリング
イベント-7	斜里町・ウトロ	知床流氷フェス	イベント-8	池田町	秋のワイン祭り



## 新幹線で活性化する函館近郊の温泉地

### 地域の概況

函館市は、北海道南端の渡島半島南東部に位置し、北海道と本州を結ぶ交通の要所、道南地域の中心都市として発展してきた。毎年 500 万人近い観光客が訪れており、ブランド総合研究所による地域ブランド調査において 1 位を獲得するなど日本の中でも非常に魅力的な地域となっている。面積は 677.87km<sup>2</sup>、人口は 265,159 人（2017 年 1 月末）となっている。函館市における人口のピークは 1980 年の 345,165 人であり減少傾向が続いている地域である。

湯の川温泉の始まりは、1653 年まで遡り、松前藩主である松前高広の難病治療のために母親が湯治させたことといわれている。また、1868 年からの箱館戦争時には、旧幕府軍の榎本武揚が傷病兵を療養させるとともに、榎本自身も入湯していたと伝わっており、「湯の川 野戦療養所跡」のある、湯の川の隣町「榎本町」は彼の名にちなんで名付けられたといわれている。函館には、人名にちなんだ地名が他にもあり、例えば「中島町」というのは、箱館戦争で討ち死にした中島三郎助から名付けられている。

当初の湯の川温泉は湯量も少なく、温度も低かったので広くは知られていなかったが、1885 年には 100 度以上毎分 140 リットルの温泉を掘り当てることに成功し、翌 1886 年に湯治場を開業以降、入浴客が増え、それに伴い飲食店や旅館、商店などが集積し、湯の川温泉街を形成し始めることとなる。1887 年には現在の電車通も開通し、歓楽地として栄え、函館の奥座敷として位置づけられるようになった。

函館の観光をみると、大きく 3 つのエリアに分類され、それは、①駅前・西部地区、②五稜郭地区、③湯の川地区となっており、湯の川地区には、湯の川温泉街だけでなく、函館競馬場や函館市熱帯植物園、トラピスチヌ修道院、史跡志苔館跡など、多くの観光資源を有している。また、8 月には湯の川温泉花火大会があり夏の風物詩となっている。

### 観光統計データ

○函館市の宿泊施設の営業実態調査結果（平成 27 年 10 月）

区分	施設数	客室数	収容人数
ホテル・旅館・ペンション（旧市内）	112	7,387	17,990
ホテル・旅館・ペンション（旧 4 町村）	7	90	354
その他（ライダーハウス等）	28	450	1,045
合計	147	7,927	19,389

\* 市立函館保険許可施設について、営業実態を調査し、営業している施設を計上

注) 函館商工会議所の資料より引用。

\* 函館市の延べ宿泊者数の統計データ等は、夜景景観のページで取り上げる。



## 観光振興への取組経緯と内容

函館は夜景・異国情緒の洋風建築、そして豊かな食といった自然以外を観光の売り物として、道内では早くから観光の素材が異なる別格な観光地として発展してきた。そして、1988年の青函トンネル開業を機に、ベイエリアの整備等観光施設の拡充等がなされたことから、同年度には延べ宿泊者数が300万人泊を突破し、札幌市に次ぐ観光都市の地歩を固めた。さらに2016年の北海道新幹線開業効果で、宿泊客延数の伸びは著しく、北海道観光を牽引する競争力のある観光地として発展している。

函館市全体の宿泊能力は147施設、7,927室、19千人収容（平成27年10月函館商工会議所調査）であるが、この内、湯の川温泉旅館組合の公称数値が20施設、1,700室、5,500人となっている。湯の川温泉は函館の都市部に近く、小規模から大規模まで施設が揃い、富裕層の個人客から団体客さらにインバウンドまで多様な客層を受入れ、函館のインバウンド客の増加に貢献している。

新幹線の開業効果等で伸びが期待できる観光地であるだけに、地元外資本の参入による競争が激しい。特に都心のホテル・ビジネスホテルの新增設が進み、湯の川温泉はこの影響を受けて、ピーク時の1975年の旅館組合加盟軒数が60軒近くあったのが、今では既述のとおり20軒にまで減少している。函館駅前や五稜郭のホテルと湯の川温泉の宿泊比率は6:4程度で都市側のホテルが優勢といわれている。

しかし、湯の川温泉の宿泊施設の絶対数は減ったものの、道内外の資本の参入が相次いでおり、地方の温泉地のように廃墟化することなく買い手があらわれている。道内大手温泉地チェーンホテル2社は道南から道央の周遊観光の宿泊拠点として着目し、1988年に相次いで進出し、業容拡大を図ってきており、さらに、新幹線開業に合わせそれが加速した。道外資本も1970年代から経営不振のホテルを引き受ける等で参入してきた経緯にあり、近年は、新幹線開業を迎え参入がさらに進んだ。

このように、湯の川温泉は縮小から外部資本参入等による新たな拡大期があるなど、事業環境が激変しているが、残った地元資本の宿泊施設も確固たる事業基盤があるからこそ競争に打ち勝ってきており、新幹線開業効果を十分に享受しているとみられ、宿泊地としての評価が非常に高い。

## 今後の方向性

湯の川温泉は、函館という都市部に近いメリットを得る一方で、都市ホテル・ビジネスホテルとの競合や温泉街というイメージというよりは住宅街に近い印象を持つ人が多い。また、榎本武揚が湯治に来ているという記録も残されており、歴史・文化の発掘や周辺施設との連携による、温泉街としての魅力を高めていく観光地域づくりの継続が必要となっている。

また、湯の川温泉周辺には熱帯植物園があるが、ここでは欧米インバウンドに人気である長野県の地獄谷野猿公苑のように猿が温泉に入る姿を見ることができると、新たな観光施設として見直されてきている。加えて、大規模なスポーツ大会だけでなく、各種コンベンションの開催も可能な施設としてアリーナも2015年にオープンしており、これら施設との連携強化により、更なる発展が期待される。

## 自然災害を乗り越え地勢的環境を生かした温泉地づくり

### 地域の概況

洞爺湖温泉が位置する洞爺湖町は、北海道南部に位置し、2006年に虻田町と洞爺村が合併して「洞爺湖町」が誕生した。伊達市、壮瞥町、豊浦町に接し、洞爺湖と有珠山と噴火湾に囲まれた自然環境豊かな地域である。洞爺湖町が位置する地域は、北海道内においても比較的温暖な気候であり、函館と札幌を結ぶルート上にあることから交通の便もよいこともあり、北海道有数の観光地となっている。

町の面積は180.8km<sup>2</sup>、人口が9,177人（2017年1月末）となっている。人口推移をみると、1960年の14,920人をピークに微減傾向となるが、1977年、2000年の有珠山の噴火の影響を受け、ところどころ大きく人口が減少している。

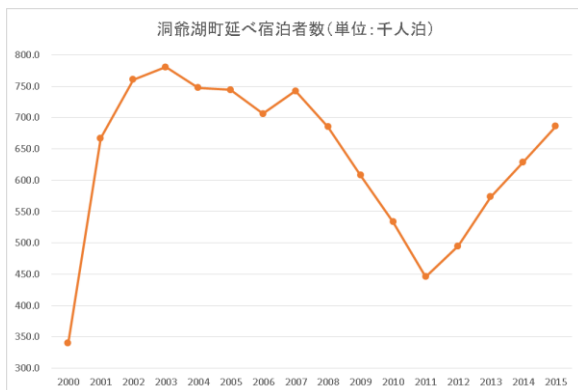
洞爺湖町では、2008年に「第34回主要国首脳会議（北海道洞爺湖サミット）」がザ・ウインザーホテル洞爺リゾート&スパにて開催され、G8会合では、世界経済、環境・気候変動、開発・アフリカ及び政治問題を主要議題として議論がなされた。

翌2009年には、町域すべてとなる洞爺湖有珠山ジオパークが日本国内初の「世界ジオパーク」に認定された。洞爺湖を創った有珠山は、周期的に災害を引き起こす火山である一方、温泉や美しい景観など、多くの資源を生み出しており、縄文文化の遺跡群が出土することから、古くから人と火山の共生があったことがジオパークに登録された大きな要因となっている。

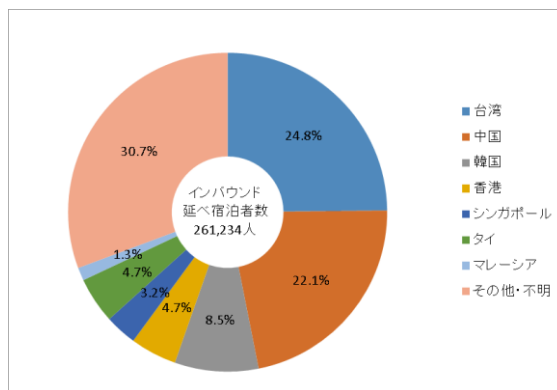
2011年には、国より北海道登別・洞爺広域観光圏の認定を受けたことを契機に、国際競争力を高めながら地域への来訪や滞在の促進を目的に、7市町や各観光協会、観光関連団体が連携し、豊かな温泉、火山、美しい湖・海や森林などの自然資源や地産地消を基本とした食文化やアイヌ文化、体験・交流・学習を中心とする参加型の観光地域づくりを行っている。

### 観光統計データ

○洞爺湖町延べ宿泊者数の推移



○洞爺湖インバウンド比率（2016年）



## 観光振興への取組経緯と内容

洞爺湖温泉の歴史は、有珠山の噴火史と非常に密接に関係している。内浦湾が噴火湾と称されているのは、1796年にイギリス船長のブロートンが恵山・駒ヶ岳・有珠山・樽前山と一連の活発な火山をみて「ボルカノ・ベイ」と語ったことが由来となっている。有史以降、有珠山の噴火は8回を数え、温泉街が形成されてからは2度の噴火を体験している。

洞爺湖温泉の成り立ちの経緯をみると、1925年には2軒の温泉旅館ができており、以降は鉄道の開通等の影響を受け、観光客が増加し温泉街が活気づいてきた。なお、第1回目の修学旅行を受け入れたのは札幌の「北星女学校」で1929年となっている。

戦後の1949年に支笏洞爺国立公園が指定を受け、これを契機に遊覧船の登場で湖上遊覧と昭和新山を組み合わせたコンテンツが観光の目玉となった。さらに温泉街の上下水道整備等のインフラ整備も進められ、加えて、札幌に近いという地理的な優位性もあり、飛躍的に成長し、1976年には100万人泊を突破した。

しかし、1977年の噴火に伴い宿泊者が半減し、その後の復興活動により延べ宿泊者数は1993年度には再び90万人泊と回復したが、2000年の噴火により、30万人泊まで減少するなど、回復しては噴火により減少ということを繰り返している。温泉の源である火山が自然災害となり、それを乗り越えているタフな観光地といえよう。

そして、リーマンショックや東日本大震災の影響を受けながらも、2015年度で70万人泊近くまで回復している。さらに2016年度は北海道新幹線の開業効果や新千歳空港にLCCが増えている恩恵を受け、延べ宿泊者数が増加傾向にある。この回復に合わせて、観光協会は、温泉街の無料Wi-Fi整備を行う等、さらなる受入基盤の強化を図ってきている。

一方、人材確保の課題から従業員確保が困難になりつつあることや、団体旅行から個人旅行にシフトしていることなどから、大きな旅館は改修の際、減室を行い、そのかわりに客室をグレードアップし高級化（宿泊料金の向上）を目指す動きが出てきている。

洞爺湖温泉が抱える恒常的な課題としては、一定のサイクルで噴火という自然災害が発生するため、大規模投資には慎重にならざるを得ない面がある。しかし、火山との共生し続けていることが、洞爺湖温泉の魅力でもあり、合理的な投資ノウハウが蓄積されているとみられる。

## 今後の方向性

現在、インバウンドで大きく賑わう洞爺湖温泉街であるが、インバウンドが増えすぎると国内客が足を運ばなくなったりすることもあり、その適正規模を維持することを目的としたデスティネーション・マネジメントが今後の課題となっている。観光振興による誘客だけではなく、観光者が最も洞爺湖温泉を楽しむことができるための顧客目線が必要であろう。

今後の戦略としては、洞爺湖でも食と観光の結びつきについて検討が始まっているが、洞爺湖の食については、多品種で多くのものが集まるため、「豊浦町といえばホタテ」といったキラークンテンツの創出に苦労している。しかし、洞爺湖温泉街は、飲食事業者が他の地域よりも多く、地元の食を提供しやすい環境ができているため、泊食分離をして連泊を楽しんでもらうような仕掛け作りの検討が始まっている。

## 民間主導でインバウンド増の北海道観光を代表する温泉地

### 地域の概況

登別温泉が位置する登別市は、北海道の南西部に位置し、形状はほぼひし形の地域となっており、南側は太平洋に面し、東は登別漁港を有し、クッタラ湖付近で白老町、北は壮瞥町に接している。面積は 212.21km<sup>2</sup> であり人口は 49,369 人（2017 年 1 月末）となっており、1985 年には 58,370 人であったことから人口減少地域となっている。

登別の歴史は、1869 年に仙台藩白石城主の片倉小十郎邦憲が幌別郡の支配を命ぜられ、その翌年に、片倉旧臣が移民してきたのが始まりとなる。1906 年には、幌別鉱山の開発が本格的に進み、金、銀、銅、硫黄の採掘が行なわれ、硫黄は 1916 年から 1919 年にかけて日本一の産出量であった。また、支笏洞爺国立公園の中核に位置し、登別温泉を抱える北海道有数の観光都市であるとともに、重工業地帯である室蘭工業圏の一翼として発展してきた地域である。また、登別温泉クマ牧場、登別マリパークニクスや登別伊達時代村など、インバウンドからも高く評価されているテーマパークがある。

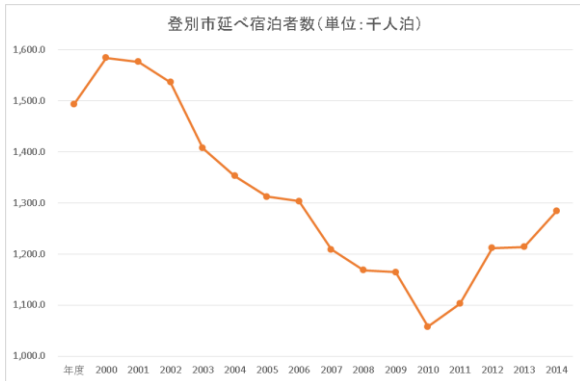
登別温泉は、登別駅から約 6km の距離に位置しており、古くは江戸時代から知られており、1845 年には松浦武四郎が登別温泉を訪れた記載がある。その後の 1857 年には、地獄谷から硫黄の採掘を行っていた岡田半兵衛が共同浴場を作ったことから温泉の歴史が始まり、その後、滝本金蔵が温泉旅館をはじめ、湯治客が利用するようになった。日露戦争の傷病兵保養地として指定されたことで、知名度が全国的に広まり、旅館やお土産物屋がならぶ現在の温泉街が成り立ち始めたことが、発展の礎となった。

日本百景や新日本旅行地 100 選の選定といった外部からの評価とともに、1964 年から始まった「登別地獄まつり」、2017 年で 46 回目となった「湯まつり」など地域の努力との相乗効果で、北海道を代表する観光地としてその地位を築いてきた。

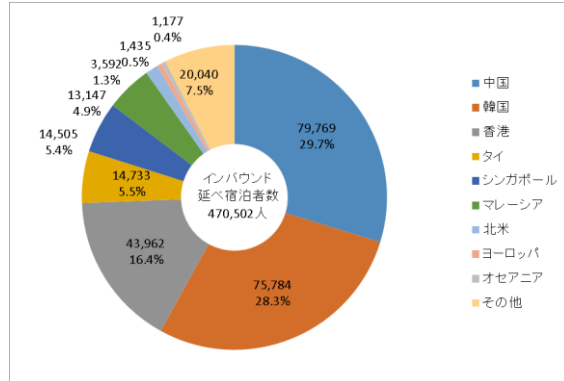
現在は、経済産業省の「ふるさと名物応援宣言」を行っており、登別温泉や鬼をテーマとした新たな観光サービスや商品群のブランド化を目指して活動している。

### 観光統計データ

○登別市延べ宿泊者数の推移



○インバウンド別延べ宿泊者数(2015年度)



## 観光振興への取組経緯と内容

登別温泉は、札幌から約 1.5 時間、新千歳空港からも 1 時間であり、函館～札幌の間に位置している地理的にも恵まれた温泉地である。登別温泉を大きく分類すると、登別温泉地区、上登別温泉地区、カルルス温泉地区に分類されるが、宿泊施設の多くは登別温泉地区に集中している。

登別温泉の特徴は以下のとおりである。

- ①9 種類の泉質があり、湯量 1 万トン/日の登別温泉は日本の温泉 100 選の上位処（観光経済新聞社、2016 年第 6 位）の常連で、わが国有数の名湯として抜群の知名度を有している
- ②既述のとおり、札幌圏の需要を取り込みやすく、新千歳空港の遅い便で到着する観光客の当日宿泊地として、あるいは、早朝便の前泊地として宿泊利便性が高い恵まれた立地条件にある
- ③客室が 300 を超える大型旅館から少人数対応の高級旅館まで揃い、価格帯も含めて幅広い層への対応ができる
- ④道内の他の温泉地にチェーンホテルを展開する等の有力ホテル群が登別温泉に本社を構え、それぞれ、海外の旅行会社にも強力な販売ネットワークを有し、個別ホテルで独自のインバウンド誘客力を持っている
- ⑤加えて、観光協会のコーディネートのもと、地域全体でも 2003 年頃から韓国や台湾、香港へプロモーションを継続・実施する仕組みができています

これらの特徴を生かし、登別温泉は他の温泉地と同様に国内客が減少しているものの、インバウンド集客に強みを発揮し、1965 年度に延べ宿泊者数 100 万人泊を超え、堅調に数値を伸ばしている。2015 年度は 128 万人泊のうち、インバウンドは 47 万人で、インバウンド比率は 36.7%にまで増加している。このため、大型ホテルではインバウンドが増えれば増えるほど、国内客敬遠する現象がおきており、館内の国内客とインバウンド比率を模索しているところもみられる。

## 今後の方向性

登別温泉においても、レンタカーを利用して来るインバウンドが急増しており、インバウンドの FIT 化、それに伴う連泊需要が増えている。国内客だけでなくインバウンドの急速な FIT 化に対応するためには、登別温泉が一体となって食や湯巡りといった登別ならではの魅力・楽しさを伝える仕組みを構築したり、テーマパークとの一層の連携強化を図ることなどで、宿泊するだけの観光地ではない新たなステージへの挑戦が求められている。

なお、登別温泉では客室に余裕があっても、従業員不足で予約を断らざるを得ない状況など、宿の従業員確保が大きな課題となりつつある。温泉地が市街地から離れることも要因の 1 つで、特に若い従業員の定着率が上がっていない。そのため、子育てで辞めた元従業員を対象に就業時間をフレキシブルにして再雇用をする雇用形態へ見直したり、当地に本社を置く会社が苫小牧市にホテル人材育成の専門学校を設立するなど、新たな従業員確保策が進められている。

## 歴史ある“札幌市の奥座敷”に新たな変化の兆し

### 地域の概況

定山溪温泉は、札幌市の中心市街地から南に26km、車で1時間弱の距離に位置する都市型温泉で、支笏洞爺国立公園内にある。

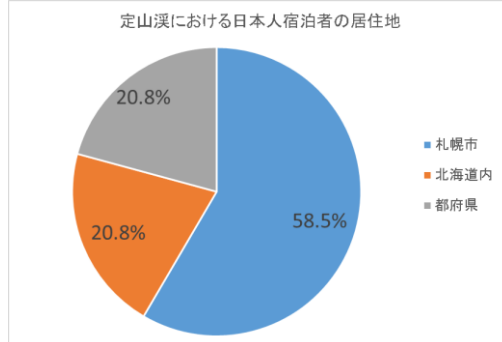
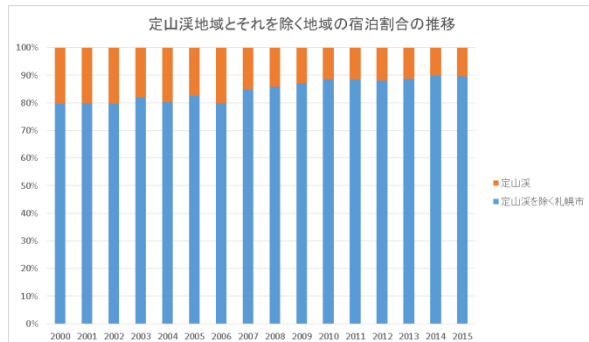
1866年、修験者の美泉定山（以下、定山）がアイヌ人に先導され、泉源と出会ったことから定山溪温泉の歴史が始まり、札幌市の奥座敷として発展し、2016年に開湯150周年を迎えた。未開の地であった小樽～定山溪間の山道を地元住民の力を借りて切り開き泉源のそばに温泉場を建設、幾多の困難を乗り越え温泉の礎を築いた定山の功績から、この地が「定山溪」と命名された。

定山溪温泉の泉源は56か所あり、そのほとんどが温泉街中央を流れる豊平川の月見橋付近と高山橋付近に集中しており、川岸や川底の岩盤の割れ目から温泉が自然湧出している。豊富な泉源を生かし、2005年に定山溪観光協会が建設した「定山源泉公園」は、一度に20人程度が入れる足湯や約70℃の源泉で“温泉たまご”が作れる「おんたまの湯」などがあり、観光客に人気のスポットとなっている。また、近郊には新緑と紅葉が映える豊平峡ダムや札幌国際スキー場もあり、四季折々の自然やアクティビティを楽しむことができる。

2015年度末の札幌市内の宿泊施設（ホテル+旅館+簡易宿泊所）は191軒、26,927室、定員52,064人の規模にある。この内、定山溪温泉には22軒、2,066室、定員8,429人が集積し、シェアは軒数・客室ベースで12%・8%、定員ベースでは和室が多いことから16%を占めている。2015年度の定山溪温泉の延べ宿泊者数は120万人泊と札幌市全体12百万人泊の1割程度のシェアとなっている。最近はこの120万人泊をベースに底堅く推移している。東アジアからのインバウンドは台湾・中国等東アジア客中心に増加基調にあり、2015年度で宿泊者数は約21万人に達している。しかし、下の右図のアンケート調査でみるとおり、札幌市民の利用が定山溪温泉の今に至るまでを下支えしており、将来的にも札幌市民と共に歩む札幌市の奥座敷としての基本的な性格は変わらないものとみられる。

### 観光統計データ

○定山溪とそれ以外の札幌市内の宿泊の推移 ○定山溪における日本人宿泊者の居住地



※2007年以降は、札幌市観光統計データの定山溪地域の宿泊施設利用者数のデータを利用。

## 観光振興への取組経緯と内容

1918年、温泉の利用客、木材、豊羽鉱山の鉱石を輸送する目的で定山溪鉄道（白石～定山溪間29.9km）が開業する。定山溪鉄道の開通をきっかけに定山溪の温泉と景勝が話題となり、春は桜、秋は紅葉を求めて団体客が押し寄せ、湯治場として知られていた定山溪は「札幌の奥座敷」と呼ばれるようになった。当時の定山溪駅には列車が1日に3往復、春と秋には臨時列車が1往復していた。その後、1932年、朝里峠から小樽市に至る小樽内道路の完成、1949年には定山溪が支笏洞爺国立公園の指定を受けるなど、交通面の整備も伴い、各旅館の新築や増改築と企業や団体の保養所や寮の建設が次々と行われた。

1970年代からは、北海道観光の入込みが高度成長に合わせて急伸してきたことに伴い、各ホテルが競うように大型化を進め、1985年に大型ホテルを新設（当時381室、1996年増設、現在647室）、1997年にも道内大手チェーンホテルの参入も進んだ。しかし、宿泊客は1999年度（延べ宿泊客数193万人泊）をピークに一転して減少に転じた。この理由は個人旅行化の影響を背景にホテル能力増が著しかった札幌市内に道外客のみならず道内客（除く札幌市）もとられたことと、奥座敷としての宴会需要の減少等、札幌市民のニーズ変化をとらえられなくなったことにある。しかしながら、札幌市内近郊に位置する立地条件の良さ等から、2010年に道内大手ホテルチェーンが新たなホテルの経営をはじめ、リゾートの雰囲気を持ち込んで参入した。また、外国資本が中堅ホテルを買収したり、既存ホテルも隣接した場所におしゃれな喫茶店を出店するなど、各企業が個人客を取り込むべく多くの工夫をこらしており、ホテル間の切磋琢磨で定山溪温泉に個人客を取り戻す流れができつつある。

温泉街全体としても、1965年から開催されているかっぱ祭りに替えて、夏にジャズフェス「Jozankei JAZZ TOWN」を2012年から開催しているほか、春には溪流鯉のぼり、秋には紅葉かっぱバス（定山溪の絶景紅葉ポイントを案内するバスツアー）、冬には雪灯路と一年をとおして集客イベントを実施する等、活性化に努力している。

## 今後の方向性

2015年、定山溪が観光地・温泉地として目指すべき将来像及び方向性を描き、官民一体となって魅力向上を図るための指針となる「定山溪観光魅力アップ構想」を策定した。ソフト・ハード両面から、定山溪温泉全体を心安らぐ温泉＋心躍る＋αのあるリゾート空間とするものである。ソフト面では、八剣山ワイナリーのワインを楽しむことができる日帰りモニターツアーの実施がなされたり、札幌市が温泉街の空き店舗を活用して新たに店舗を開設する事業者に対して、その経費の一部を補助する制度を設けたりしている。ハード面では道の駅のような集客交流拠点施設建設をメインに、温泉街への入り口となる定山溪中央線などの環境整備や、散策路整備が検討されており、札幌市民の憩いの場となる「新・奥座敷」に向けて変化が始まっている。

定山溪は、道内外の観光客が訪れる大きな温泉地であるが、やはり地元住民である札幌市民にとって訪問したくなる観光地であり続けることが今後の方向性であろう。インバウンドに対して迎合するのではなく、札幌市民を対象としている新たな取り組みは、他の地域にとっても有用な事例と考えられる。

## 国の期待を背負いインバウンド増加を目指す温泉地

### 地域の概況

阿寒湖温泉が位置する阿寒町は、釧路市から北西約 40km に位置し北部は阿寒国立公園に属する。2005 年に釧路市と合併し、旧阿寒町役場は阿寒町行政センターとなっている。町名の由来は、「雄阿寒岳」「雌阿寒岳」に名付けられた、アイヌ語の「アカン」（不動の意）が語源といわれている。マリモで名を馳せる阿寒湖は、松浦武四郎が最も早く探勝し世に知らしめた経緯がある。過去には雄別炭鉱を中心とした炭鉱の町として栄えてきたが 1970 年に閉山となり、その後は阿寒湖を中心とする観光産業に力を入れはじめた。

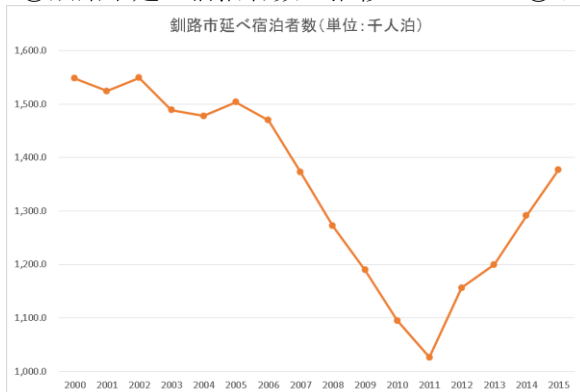
阿寒湖温泉は、阿寒湖の遊覧船乗り場を中心にホテルや旅館をはじめ飲食店やお土産屋が立ち並ぶ温泉街が広がり、この温泉街に接する形で北海道内最大級のアイヌコタンがあり、2009 年 12 月に完成したシアターの「イコロ」でアイヌの伝統芸能をみることができる。また、春から冬まで観光イベントを毎年実施しており、特に冬に実施する「阿寒湖氷上フェスティバル ICE・愛す・阿寒『冬華美』」は、今年で 39 回目のロングランイベントで、すっかり定着している。

下図の観光統計に関しては、市町村合併があったため、データは釧路市となっており、このうち、旧阿寒町だけをみると、毎年度延べ宿泊者数を増やし 1998 年度と 1999 年度の 2 か年度は 100 万人泊を超え、旧釧路（釧路市内）を大きく上回っていたが、以後、漸減基調で推移し、最近では回復基調にあるものの、2015 年度は 60 万人泊とビジネスホテルが増えた旧釧路市（77 万人泊）に逆転されている。

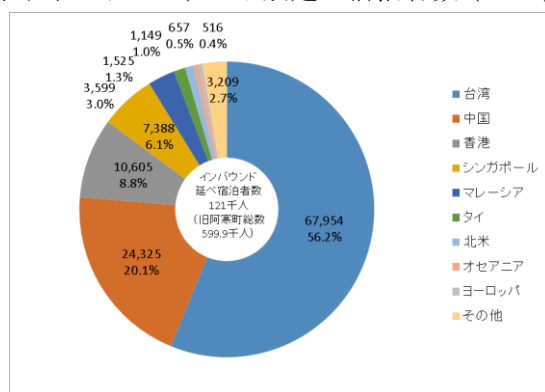
阿寒国立公園は、日本で 2 番目に指定された歴史ある国立公園で、阿寒湖、屈斜路湖、摩周湖の 3 つのカルデラ湖を擁する公園となっている。2017 年夏をめどに、名称を「阿寒・摩周国立公園」へ変更することになっており、「阿寒」と「摩周」を並べて観光地としてのブランド力を高めると共に、国等の支援を得て、旧阿寒・旧釧路エリア一丸となり、地域魅力の再創造を図り、名実共に国際レベルの観光地としてステップアップを目指している。

### 観光統計データ

○釧路市延べ宿泊者数の推移



○旧阿寒町のインバウンド別延べ宿泊者数 (2015)





## 観光振興への取組経緯と内容

阿寒湖の歴史をみると、1906年に前田正名が阿寒湖周辺の払い下げを受け、山林業を営むかたわら、自らの土地や家を「一步園」と称して、開拓に着手したことから始まる。このことから湖畔の保全と自然保護の取り組みを行い、現在でも阿寒湖周辺にある約3,900haの市街地を含む土地を所有していることから、外部の資本による開発が簡単に行われずに美しい自然が残されているところに大きな特徴がある。

当初は、わずかな登山客を相手にした山浦旅館の1軒から始まった。1924年にマリモ国道の改修工事が完了し、1930年に阿寒横断道路が完成、その後の1934年に国立公園の指定を受けたことなどにより、旅館・ホテル等が増え、観光客の受け入れ体制が進められた。1950年代後半あたりから観光地化しており、当時は5月～9月までの営業が中心であったという。

高度成長期に入り、鉄道からバスに移動手段が変わり、道央と道東を結ぶ団体周遊観光が始まると、阿寒湖温泉が交通の要地になり、目的地として、或いは知床の前（後）泊地として多くの宿泊客で賑わうようになり、1999年度からの2年間は100万人泊を上回る延べ宿泊者数を達成した。しかし、2000年の航空運賃自由化に伴う航空機材縮小等の環境変化や国民の個人旅行化志向に対応が遅れたこと、2011年の東日本大震災の影響を受けたこと、一部大型ホテルの老朽化、施設閉鎖（解体を含む）、加えて、ビジネスホテルの新設が進んだ釧路市内ホテルと競合で、2011年度は50万人泊にまで落ち込んだ。しかし、客室水準・サービス面で高い評価を受けている大手ホテルが、地域内で閉鎖されていた大型ホテルの取得・運営再開し、小館から大型館までバライティに富んだ5館を有する体制になり、様々な客層対応した営業・サービス展開を図ることができるようになったことなどから、温泉地全体の延べ宿泊者数は60万人泊まで盛り返しているところである。また、2015年度から入湯税が値上げされたが、その値上げ分（150円/人）を阿寒湖の振興に使えるようになり、温泉街の循環バス運行等に充てられ、観光客へのサービス向上に貢献している。

ただ、道内の他の有力温泉地に比べ、インバウンドの絶対数が少なく、その比率も低く、当温泉地の伸び悩みの一因となっている（表3を参照）。

## 今後の方向性

既述の大手ホテルは、宿泊単価のアップを図りつつ、従業員の負担軽減も鑑み、経営上最も効率的な最適宿泊者数を求めた営業活動を行っている。客層のニーズに合わせた施設水準・サービスや料金体系構築をし、多様な客層が安心して滞在できるシステムを構築し、阿寒湖温泉全体の宿泊増につなげる考えを持っている。また、過疎地域であるだけに従業員の確保が最大課題で、従業員の待遇改善を行うとともに企業保育園の運営を行っている。

インバウンド対策は、「観光圏整備事業：水のカムイ観光圏」、「広域観光周遊ルート形成促進事業」、「観光立国ショーケース」、「国立公園満喫プロジェクト」の国の4つの施策に阿寒湖が選ばれており、この施策を活用し、地域の魅力をブラッシュアップし、世界に発信し、インバウンドの宿泊増・連泊増を図る方針にある。

これだけの施策に選ばれるということからも、阿寒湖温泉に対する国の期待はかなり大きいものと考えられるだけに、今後の動向に期待したい。

## 静謐な「森の中の温泉街」を目指して

### 地域の概況

川湯温泉が位置する弟子屈町は、釧路市から北に約 80km に位置し、町域の 65% が阿寒国立公園区域内にあり、世界有数の透明度を誇る摩周湖、周囲の峠や山から一望できる屈斜路湖の美しい風景、噴火口が間近に望める硫黄山など美しい湖や雄大な景観に覆われている地域である。また、川湯温泉や屈斜路湖、摩周温泉と大きくわけて 3 地域の宿泊地と豊かな森林、水資源などの自然条件に支えられ、観光や農業を中心に発展してきた。

町の面積は 774.33km<sup>2</sup>、人口が 7,603 人（2017 年 1 月末）となっている。人口推移をみると、1960 年の 13,262 人をピークに減少傾向となり、一度は人口が増加に転じた事があるも、現在まで人口減少が続いている。

弟子屈町の地域資源である摩周湖は、世界で 2 番目といわれる透明度を誇る湖であり、2001 年には北海道遺産に選定されている。摩周湖は、太平洋上を北上する暖かく湿った空気が北海道沿岸で急激に冷やされることで濃い霧が発生することが多い。1966 年に、歌謡曲『霧の摩周湖』がヒットしたことで、摩周湖の知名度が一気に高まり、霧に覆われた神秘の湖としてのイメージも定着したと考えられる。それまでは、景勝地として古くから知られていたが、交通が不便なこともあり知名度は低かった。

また、近年では、中国映画の『狙った恋の落とし方。』がヒットしたことを受け、弟子屈町も撮影場所の 1 つとなっており、いわゆる聖地巡礼スポットとして中国を中心としたインバウンドの団体客が立ち寄っている。

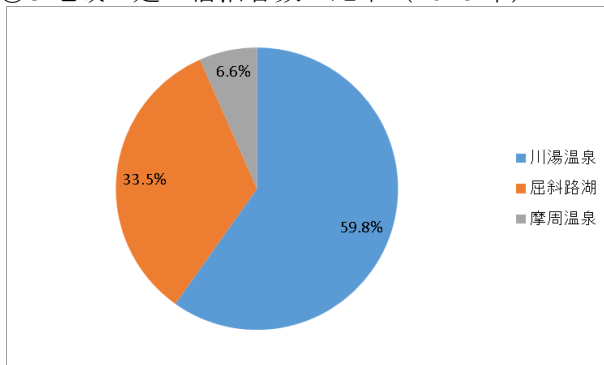
現在の弟子屈町は、阿寒湖と知床の通過地点となっており、昼食需要での立ち寄りはあるものの、宿泊には結びついていない状況となっている。地域全体でみれば、ホテルが相次ぎ閉鎖し、それに伴い延べ宿泊者数が減少するという負の連鎖に陥っている。しかしながら、道東のいくつかの温泉地に滞在した欧米客を中心に行ったヒアリングやアンケートからは、静謐な川湯温泉は、長期滞在に向いていると高く評価され、また、若い移住者が増えており、温泉街で新たな店舗を開設するなどプラス面の動きが出始めている。

### 観光統計データ

○弟子屈町延べ宿泊者数の推移



○3 地域の延べ宿泊者数の比率 (2015 年)



## 観光振興への取組経緯と内容

川湯温泉の歴史をみると、1886年に硫黄鉱山で働く人向けの料理店を兼ねた温泉宿を開いたことから始まったといわれている。その後、1904年に新たな湯治宿を開業させ、ここを基盤に川湯温泉の発展の歴史が始まることとなる。当時は、釧路方面よりも網走方面からの宿泊客が多かったようである。1929年、釧路・弟子屈間の鉄道が開通、翌1930年に川湯駅が開業、1931年に釧路・網走間が開通し、弟子屈を起点として観光客が増加することとなり、宿泊施設も8軒に増加した。この当時から屈斜路湖畔の遊覧船も始まった。

北海道観光の成長と共に、川湯温泉を含む弟子屈町は宿泊客を増やし、1991年度には76万人泊とピークに達する。しかし、北海道観光が伸び盛りの中にあつて周辺温泉地の阿寒湖や知床ウトロのホテル増強に伴う競争激化等で、宿泊客は漸減傾向に転じた。北海道観光のピークを過ぎた2001年度に65万人泊に回復したが、以降は、国内客の個人旅行へのシフトへの対応が遅れたことや、ホテルの相次ぐ閉鎖もあり、宿泊客減少は加速した。

川湯温泉は、強酸性（pHが1.6～1.9）の温泉であり、五寸釘を温泉浴槽に漬けておくと一週間程度で溶けてしまう程であり、施設の維持には競合温泉地に比べ、高コスト負担を余儀なくされている。しかし、玉川温泉（秋田県）や草津温泉（群馬県）と並ぶ名湯と称されるほど、温泉は超一流の評価を受けている。

また、個人客相手のペンションには安定した宿泊があり、冬季には根室・釧路管内の自然風景や野鳥等動物を観察・撮影する拠点として川湯温泉に宿泊する欧米系のインバウンドが目立ってきている。周遊型の団体客や地元の宴会客の志向とは異なる多様な魅力が川湯温泉にあることが再認識されつつある。

川湯温泉には、住んでみたくなるほど魅力があると高く評価され、若者層が移住・起業している事例も増えていることから、温泉街には小規模ながらも活気を維持している。また、新規事業で医療法人がベーカリーショップを営業し始めるなど、徐々に多様なニーズに応える温泉地に変貌しつつある。

## 今後の方向性

ホテルの相次ぐ閉鎖は川湯温泉内の過当競争が減ったことでもあり、この逆境を糧に地域一体となって宿泊客の目線をしっかりとらえ、宿泊客から選択される温泉地を目指すべく、地域で「株式会社ツーリズムてしかが」を設立している。当社は「てしかがえこリストバンド」を作成し、このリストバンドをつけている人には日帰り入浴割引やプレゼントなど地域内で人を循環させる仕組みを創り出す等、様々な商品の開発・販売を進めている。

また、弟子屈町では町内産ぶどうを用いたワインの製造や、和牛のブランド化も進めている。また、川湯温泉は地域一体となって連泊滞在しやすい環境づくりを進め「森の中の温泉街」を目指すなど、地域の魅力を高める活動を行いながら、将来の川湯温泉を見据えた観光地域づくりを行っている。



注) 森の中の温泉街イメージ

(一般社団法人摩周湖観光協会 中嶋会長デザイン)

## 温泉街全体で目指す「ぬかびら一宿（いちやど）」

### 地域の概況

ぬかびら源泉郷がある上士幌町は、十勝地方の北部、大雪山国立公園の東山麓に位置し、町内の約76%が森林地帯と自然豊かな地域である。面積は、700.9km<sup>2</sup>、人口は1965年には1万人を超えていたが、現在は4,932人（2017年2月末）となっている。上士幌町の基幹産業は、畑作、酪農、林業である。特に乳牛の飼育頭数は全国トップクラスであり、乳牛・肉牛を合わせると人口の約6.8倍ともいわれている。畑作ではジャガイモ、甜菜、大豆や小豆、小麦や野菜が中心となっている。また、上士幌町では、高校卒業まで医療費全額無償化、幼稚園・保育園料が無料など、健康・環境・子育て・教育といった施策に特徴がある。

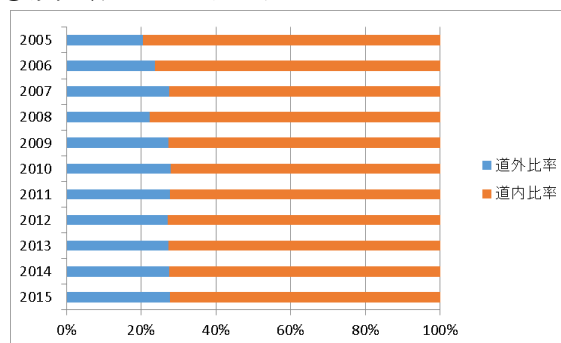
観光をみると、糠平湖やスキー場、公共牧場として日本一広いナイトハイ高原牧場、北海道遺産にも選定された旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群といった観光資源を有している。現在はこれらの資源を生かし、環境省と上士幌町が連携して整備した「ひがし大雪自然館」を拠点としながら、釣りやキャンプ、サイクリングや登山といった長期滞在・体験型観光事業を目指して魅力ある観光地域づくりを行っている。

### 観光統計データ

#### ○上士幌町延べ宿泊客数の推移



#### ○観光客の道内外比率



#### ○再生に向けての基盤づくり

(周辺環境整備実績)

1998年～現在 山もみじを植林(森と湖の温泉地を目指す)

2012年 ひがし大雪自然館オープン(全国初の町と環境庁の合築建物。入場料無料)

2016年 廃墟ホテルを解体終了(跡地は17年夏頃までに公園として整備)

(多様な商品構成を目指して)

2000～01年 湯めぐり手形、味めぐりスタート

2005年 花粉症避難観光発祥の地(知名度アップ)

2007年 源泉かけ流し宣言、09年「糠平温泉」から「ぬかびら源泉郷」に名称変更

2010～12年 山もみじ祭り開催(温泉街のキャパを超える人が集まったので中止)

## 観光振興への取組経緯と内容

1919年、湯元館初代館主により温泉が発見され、ぬかびら温泉の歴史が始まる。その後、1924年には糠平館（現 糠平館観光ホテル）が開業など、昭和初期には温泉旅館の開業が続く温泉街を形成することとなった。その後、1948年にスキー場のオープン、ぬかびらダム建設により入込みが増え温泉街が形成された。

1965～1980年代には、道央と道東を結ぶ中継宿泊地として発展し、1970年度には宿泊延べ客数がライバル十勝川温泉を凌ぐ48万人泊に達した。しかし、国内客の団体周遊観光需要の縮小の中、他温泉地との競争激化や道路交通網の改善の影響に加え、当温泉地トップの収容規模を有したホテル（130室、400名、2003年に閉鎖・廃墟化）が事業規模を大幅に縮小したことから、団体客依存のビジネスモデル（小規模旅館は団体客の添乗員・バス運転手を泊める）が崩壊してしまった。また、周辺の大規模リゾートのトマムやサホロリゾート、および、大型旅館を有している温泉地も宿泊客が伸び悩んでいる状況であった。

このような事業環境の変化の中、全部の宿が参加し九州の黒川温泉を視察し学んだことを踏まえて、地域として癒しの温泉地（安心して滞在、自然を満喫でき、静かな温泉街だけれど、退屈しない温泉街）を目指すことになった。その方策として、温泉旅館経営者の意識改革を徹底し「ぬかびら一宿体制」（個々の営業形態を尊重し、競い合いながらも、温泉街全体で一つの宿としての意識を持ち、協力できるところは協力し合い、切磋琢磨を図る）をスタートさせた。黒川温泉で得た湯めぐり手形を参考に、地域の宿泊者は他の宿のお風呂を無料で使えるような仕組みの整備や、連泊を促進するためにも、夕食を他の宿で食べることができる仕組みを創り出し、「ぬかびら一宿」を意識した活動を行っている。

加えて、2005年に他地域に先駆けた「花粉症避難地宣言」や2007年に「源泉かけ流し宣言」を北海道知事の前で実施し、2009年に住所を地域住民と行政の理解・支援を得て「ぬかびら源泉郷」に変更し、当地の魅力を上手に発信している。また、「ひがし大雪自然館」の学芸員の協力を得て、学芸員のガイド付きの昆虫採集や博物館見学会等の滞在メニューの商品化を進めている。

宿泊施設9軒（160室、400名）の小規模施設中心であるが、各宿泊施設は食事や客室に経営者の思いを込めた個性ある工夫をしており、その思いが小規模施設だからこそ、宿泊客に対して、直接伝わることになった。今では地域全体の取り組みと個性ある宿泊施設経営の相乗効果によって、延べ宿泊客数は漸増し、客層は個人客中心に変わり、各宿泊施設にはファンがつき、リピーター客が増えている。

## 今後の方向性

温泉街のイメージダウンに繋がっていた廃墟ホテルを解体し、跡地を公園化するために、上士幌町と環境省の協同事業（物件を町が取得し、環境省に公園化を条件に無償寄贈）も2017年夏頃には完了するなど、官民が一体となって環境改善を進めるための、観光地域づくりを進めている。

地域が大きくなるのではなく、お客が当地でゆったり楽しめる質感のある温泉地づくりを継続する方向にあり、このような取り組みは、北海道観光における1つのモデルとなるのではないかと考えられる。

## 雄大な自然と豊富な食が育む特徴ある温泉地と広域連携

### 地域の概況

十勝川温泉が位置する音更町は、北海道の東部、十勝平野のほぼ中央に位置し、南は十勝川をへだてて帯広市及び幕別町に、北は士幌町、西は鹿追町、芽室町、東は池田町に接しており、面積は466.02km<sup>2</sup>で人口は45,196人（2017年2月末）となっている。

東部の南北に走る「長流枝内（おさるしない）丘陵」を除いてはおおむね平坦で、音更川を中央に士幌川、然別川が北から南に貫流し、いずれも十勝川にそそいでいて地質もよく、各種農産物の育成に適した、道内でも屈指の穀倉地帯となっている。基幹産業は農業で、主要作物は小麦、ビート、馬鈴薯、豆類、などとなっており、また酪農も盛んである。

音更町の歴史は、1858年に松浦武四郎が十勝内陸を踏査した時に足を踏み入れているといわれ、明治の初頭、アメリカ人のライマンが音更川沿いに踏査したとも伝えられている。1880年には、岩手県人である大川宇八郎が定住を始め、1953年に町制が施行、2010年には開町110年を迎えている。

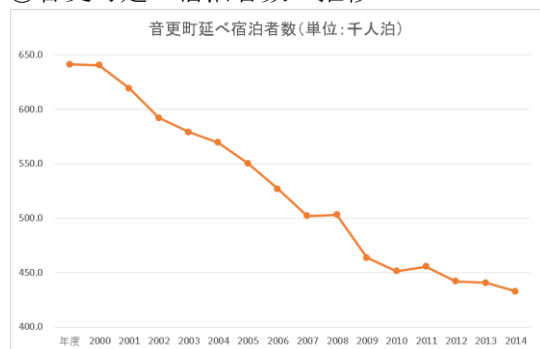
十勝川のほとりにある十勝川温泉は、太古の時代に十勝川河畔に自生していた葦などの植物が長い時間をかけて堆積し、できあがった亜炭層を通して湧き出る温泉が、植物性の有機物を多く含む、世界でも珍しい「モール（植物性）温泉」として広く知られており、北海道遺産としても登録されている。

音更町は十勝川温泉のほか、家畜改良センター十勝牧場、十勝が丘展望台、花時計「ハナック」、北海道立十勝エコロジーパークなどの観光施設を有している。6月～7月にかけて「花風景」ハナックと花ロード、7月にモール温泉夢ボタル鑑賞会、1月～2月には十勝川白鳥まつり「彩凜華（さいりんか）」などのイベントが行われており、四季を通して多くの観光客が訪れている。

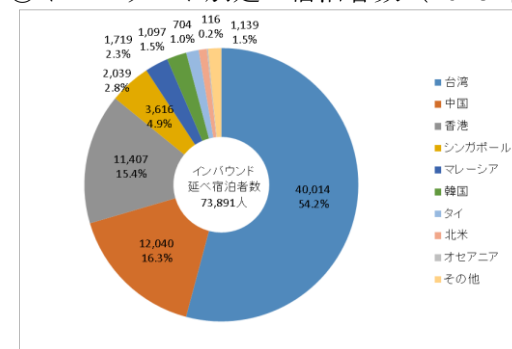
2016年11月には、十勝の食材を扱う4つのレストラン、農産物から雑貨まで扱うマルシェ、加工品づくりを体験できる工房、そして、モール温泉を楽しむ「ガーデンスパ十勝川温泉」が新たにオープンし、地域住民と観光客の両方が楽しめる施設となっている。

### 観光統計データ

○音更町延べ宿泊者数の推移



○インバウンド別延べ宿泊客数（2015年度）



## 観光振興への取組経緯と内容

音更百年史によると、十勝川温泉の記録は1874年の「北海道地誌要領」が最も古く、「音更川湯、河東郡ニアリ、泉質未詳」とある。その後、本別の前田友三郎が温泉の価値を予見し、1913年に手堀り工事で掘削すると30～36℃の温泉が吹き出したことから本格的な温泉経営に乗り出し、現在の「笹井ホテル」の前身となる2階建て70坪の豪華な旅館が建設された。

当初、十勝川温泉は「下士幌温泉」と呼ばれていたが、その後「雨宮温泉」という名称を経て、昭和初期に「十勝川温泉」となる。1934年には、温泉旅館は「笹井旅館」、「雨宮館」、「十勝川温泉ホテル」、「観月」と4つになり、小料理屋や雑貨店、土産店もできるなど、温泉街の形が整っていた。その後、十勝川温泉の発展は道央圏と道東圏を巡る周遊観光の中継宿泊地として発展してきた。2004年、十勝川温泉の代名詞と言える「モール温泉」が次の世代に残したい北海道の宝物として、北海道遺産に指定されたほか、2008年には「十勝川温泉」が地域団体商標として登録されており、知的財産権を視野に入れたブランド化を目指して取り組んでいる。

現在、十勝川温泉はホテル、民宿、飲食店、土産屋などが18軒、公共施設が4か所あり、宿泊収容人員は4,200人/日前後の規模となっているが、延べ宿泊客数は減少が続いている。ここ1～2年の減少は、インバウンドは増加しているものの、2014年に貸切バスの運賃・料金制度の改定で旅行代金が上がったことに伴う国内客の減少（2014年度10%減、2015年度13%減）が大きく影響しているとの声が聞かれる。一方、帯広市は延べ宿泊客数を伸ばしていることから、都市型宿泊需要へ移行していることが考えられる。

帯広市内は、駅前中心にホテルが多く立地しており、しかも、温泉もあることから、帯広市内のホテルとの競合の影響を受けている。国内客は個人旅行化しており、温泉地より都市を選択する傾向が強く、また、2000年度前後から、長期周遊観光の形態が減っているとみられる。高速道路が阿寒まで延伸されるなど、交通事情の改善が十勝川温泉の中継宿泊地としての機能を弱めたこと、および、インバウンド比率が約17%（7.38万人泊/43.3万人泊）等インバウンドの誘客がまだ弱いことも、近年の伸び悩みの原因と考えられる。

## 今後の方向性

十勝川温泉でも、インバウンドがレンタカーを利用して来ており、FIT化が進んでいる。国内や国外客にかかわらず、FIT化対策が極めて重要であり、十勝川温泉ならではの魅力創造が不可欠である。

既述の「ガーデンスパ十勝川温泉」は、官民連携により廃墟ホテルの解体撤去と跡地再整備を柱とする「十勝川温泉中心市街地再生事業」により事業化された。食と癒しを提供する十勝川温泉の新しいシンボルとして営業を開始しており、その誘客力に期待がかかる。

また、音更町と池田町は地方創生推進交付金を受け「おとふけ・いけだ広域連携観光推進プロジェクト」を推進し、観光資源の高付加価値化と、隣接する地理関係を生かした新たな観光ルートの創出等により、両地域一体で「選ばれる観光地」、「滞在してもらえる観光地」への飛躍を目指している。このような広域的な視点による地域間連携をしっかりと築くことが、十勝エリアを巡る拠点宿泊基地としての役割を担うことに繋がるものと期待される。

## 地域住民が創りだす世界三大夜景

### 地域の概況

函館市は、北海道南端の渡島半島南東部に位置し、北海道と本州を結ぶ交通の要所、道南地域の中心都市として発展してきた。毎年 500 万人近い観光客が訪れており、ブランド総合研究所による地域ブランド調査では 1 位を獲得するなど魅力的な地域となっている。面積は 677.87km<sup>2</sup>、人口は 265,159 人（2017 年 1 月末）となっている。函館市における人口のピークは 1980 年の 345,165 人であり減少傾向が続いている地域である。

箱館の始まりは、1454 年に河野政通がウスケシと呼ばれていた漁村に館を築き、この館が箱に似ているところから「箱館」と呼ばれることとなった。その後、江戸時代から海産物交易の港として知られており、江戸幕府の直轄領として奉行所が置かれるなど、北海道の中でも古い歴史のある地域である。また、1868 年から翌年まで行われた明治新政府軍と旧幕府軍の最後の戦い（箱館戦争）において、旧幕府軍の本拠となったのが五稜郭である。

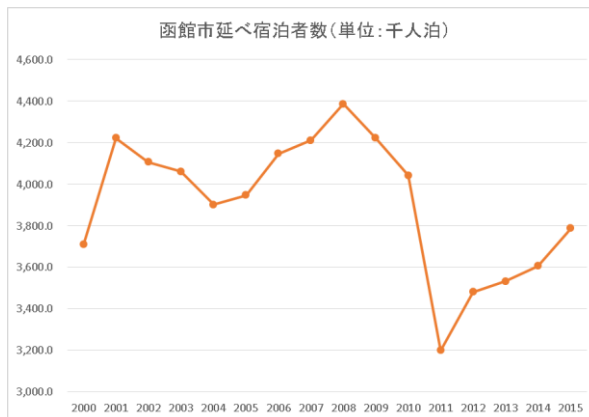
1964 年、五稜郭築城 100 年を記念し、五稜郭タワーが開業することとなる。1970 年からは「箱館五稜郭祭」が実施されるなど、歴史コンテンツを活用したイベントも行われるようになる。五稜郭タワーは 2006 年に新タワーに改築されるなど、函館を代表する観光地となっている。

また、函館山からの夜景は、世界三大夜景とも称されており、香港の「ビクトリアピーク」、ナポリの「ポジリポの丘」と肩を並べており、訪れる人々を感動させている。この夜景というコンテンツを有していることから、宿泊を前提とした観光客が多いという強みを有している地域となっている。

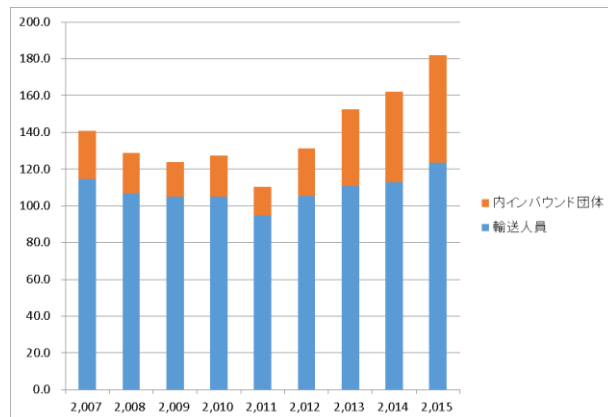
さらに、2016 年 3 月 26 日には北海道新幹線が開業するなど、観光という面でもますます注目されている地域となっている。

### 観光統計データ

○函館市延べ宿泊者数の推移



○函館山ロープウェイ輸送人員の推移



注) 函館山ロープウェイの資料より作成。



## 観光振興への取組経緯と内容

函館は、五稜郭や元町地域にある教会群、赤レンガ倉庫群といった歴史資源から湯の川の温泉街といった自然資源など多様な観光資源を有しているが、社団法人日本観光振興協会「函館市観光基本計画策定調査」（2013）のアンケート結果によると、函館を訪問先として選択した理由の回答としては、夜景が約 80%と最も高くなっていることから、函館の最大の魅力と換言することができよう。

函館の夜景は、函館の人にとっては小さな頃から当たり前のように存在する景観であるが、人口減少や産業の衰退に伴い、一番の魅力である夜景の源である電気利用が漸減するという課題が生じていた。この時、地域の人で何ができるかの議論が起こり、夜景を創り出しているのは市民の生活の営みであるという原点に帰るとともに、地域住民自らでライトアップしようという運動が起こった。これが「夜景の日」とよばれる運動である。

以上を背景にし、「夜景のヤを 8」とし、「景を K とみなしキングの 13」とし、8 月 13 日を「夜景の日」と制定し、8 時 13 分の 1 分間だけ、家の明かりを可能な限り点灯させ、さらにカーテンを開けるなど、函館の夜景は市民が創り出しているという動きが行われた。このイベント自体は 10 年間実施して終了したが、この理念は今でも市民の心に息づいていると考えられる。

この 1 日だけのイベントが端を発し、現在のクリスマスファンタジーのイルミネーションなどに変化しながら現在でも続いている。

このように夜景というコンテンツが存在していることから、函館は宿泊を前提とした観光客が多いという強みを有しており、昨年のオンシーズンは新幹線効果を伴う宿泊需要増で、宿泊平均単価も 1.2 倍程度と上がっており、各宿泊施設は軒並み売上げを伸ばしているといわれている。一方で、地域の卸売や飲食業など地元資本への波及効果をさらに高めることで、観光の経済効果をさらに高めることができよう。

現在の具体的な新たな取り組みとしては、函館商工会議所等が中心となりながら、電動アシスト自転車のレンタルを実施したり、より観光客目線での取り組みが行われている。自転車のレンタルの利用実績をみると、平均で 14km の移動を行っているなど、より函館の魅力を探しながら利用されているのが分かる。このように地域の魅力をさらに高めるとともに新たな発見を行うための取り組みが進められている。

## 今後の方向性

函館は、夜景の魅力とともに近代日本のターニングポイントとして現代史の始まりとなる地域である。函館で連泊を促すためには、夜景を見て 1 泊で終わりという旅行形態ではなく、道央圏へ集中する観光客に対して差別化を行うためにも、歴史を資源に位置づけた新たな展開を目指して民間を中心に取り組んでいる。

明治維新 150 周年をスローガンに道南地域を一体的に捉え、広域での道南古戦場をルート化した取り組みなど試験的に始まっている。道南の他の地域は、農業漁業が産業の中心で、本格的な地域の魅力の観光発信はこれからである。有名観光地の函館市と連携しながら、函館市が「夜景」を地元の住民が支える運動展開をしたように、地元住民が「地元力」を発揮していくことこそが、道南観光圏形成につながると考えられる。

## よそ者（外国人）の活躍から、世界のスキーリゾート地に変貌

### 地域の概況

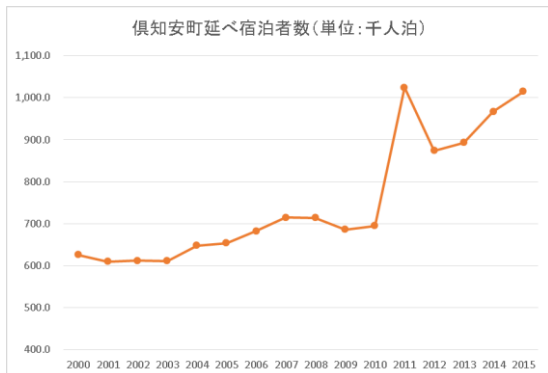
ニセコスキー場の中核をなすグランヒラフスキー場を有する倶知安町は、西にニセコ連峰、南に蝦夷富士と称される秀峰「羊蹄山」を望み、面積は 261.3km<sup>2</sup>、人口は 16,434 人（2017 年 2 月末）となっている。札幌からは中山峠経由で約 2 時間、新千歳空港からも支笏湖畔経由でも 2 時間程度の距離にある。倶知安の特徴は外国籍の住民が多いことで、定住者が 500 人前後に達し、冬の間、スキー場に働きに来る外国人が毎年増えており、2017 年 2 月末時点で、1,531 人にまで膨らんでいる。人口数に対して宿泊施設や飲食店の数が多く、スキー場周辺にとどまらず、市街地にも空き店舗を使った移住者の飲食店の開業がみられ、どの飲食店にも英語のメニューが備わっている。外国人が集中するスキーシーズンには、スキー場の宿から外国人が市街地に入り、小売店の陳列にはワインやチーズ等、オーストラリアからの輸入品が並び、居酒屋でも外国人が多い。元々は、自衛隊や公務員、農業の地域であるが、世界トップレベルのスキーリゾートといわれるようになった。

ニセコスキー場（NISEKIO UNITED）は、ニセコアンヌプリ（標高 1,308m）のすそ野に広がるグランヒラフ・花園（倶知安町）、東山・アンヌプリ（ニセコ町）の 4 つのスキー場で構成されている。リフト券は共通で、各スキー場間の移動と倶知安町市街地へはシャトルバスが運行されている。

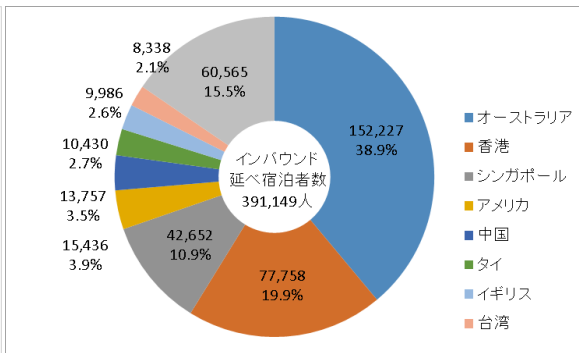
元々 4 つのスキー場は、国内事業者の手によって開発されたが、現在はグランヒラフのみが国内資本（東急系）で、他は外国資本の所有になっている。最も早く開発されたのがグランヒラフで、リフトの設置が 1961 年に既になされていた。その後、1972 年にアンヌプリ、1982 年に東山、1991 年に花園がオープンしている。この中ではグランヒラフがリフト数、コースの数、麓のホテル、コンドミニウム等の宿泊施設数が最も多く、麓には居酒屋、カフェ、バー等が軒を並べており、人が最も集うエリアとなっている。なお、倶知安町とニセコ町を合わせた 2015 年度延べ宿泊者数（うち外国人）は 1,661（568）千人泊である。

### 観光統計データ

○倶知安町延べ宿泊者数の推移



○倶知安町の外国人国別延べ宿泊者数比率



注) 倶知安町資料より作成。

## 観光振興への取組経緯と内容

ニセコひらふは、東洋のサンモリッツと称され、北海道のスキーのメッカと知られていた。ひらふスキー場は2003年のシーズンまで、高原リフトとアルペンリフトという、2社のリフトがあった。1961年に最初のリフトを架けた東京資本のニセコ高原観光(株)に対して、1965年にアルペンリフトを設置したのは、地元資本のサンモリッツリフト(株)で、この両社が競ってリフトの延長・高速化を進め、入込みを増やした。1980年代は航空会社主催のスキーツアーも盛況で長時間のリフトやゴンドラ待ちが当たり前の時代であった。しかし、1990年代の国内スキーブーム終焉後、リフト会社の統合やスキー場周辺のペンション街の一部が廃墟化する等、地域全体として衰退が目立った。

この危機を救い、さらにニセコの国際リゾートへの道を開いたのが、オーストラリア人達である。観光カリスマのロス・フィンドレー、ロス・カーターは、ニセコの粉雪・深雪スキー（バックカントリー）が世界トップレベルにあることの紹介や、それぞれ1994年、1998年に会社を設立し、日本人には馴染みのなかったラフティング等アウトドアビジネスの展開を図り、ニセコの素晴らしさを国内外、特に母国オーストラリアに示した。この2人のロスの活躍は、日本人に夏のニセコの魅力を知らしめ、これまで閑散期であった7～9月の国内客の入込みを大きく伸ばし、冬季の入込みの減少をカバーした。すぐには母国からの増加には結びつかなかったが、母国の事業家達はひらふに熱い視線を送るきっかけとなった。

2人の活躍でニセコを知ったベン・カーは、放棄されたペンションの土地建物の所有権整理を進め、その跡地に日本人の常識を打ち破る大きなキッチンや寝室等を備えたマンションタイプのコンドミニアムの建設を進めた。ピーター・マーフィーはニセコに旅行代理店を設け、母国語で至れり尽くせりのケアを実施できるサービス体制を整えた。加えて、2001年にスキー関係者による、滑走禁止区域の設定やスキー場外に出るゲートを設け、雪崩情報にもとづきゲートを開閉し、ゲート外での滑走の適否が分かる「ニセコルール」制定し、このルールを守ることにより安全にバックカントリーを挑戦する楽しさを保証した。

この様に受け入れ態勢が整う中、2011年にアメリカの9.11が発生し、これ以降オーストラリア人が急増し、また、欧米やアジアからの入込みも増えている（外国人延べ宿泊者数：1997年度900人泊から2007年度144,000人泊、2012年度228,000人泊）。

## 今後の方向性

今、ニセコひらふは、人が人を呼び、投資が投資を呼ぶ好循環期に入っている。2030年の北海道新幹線札幌延伸で倶知安が停車駅になっていることもあり、引き続き活発な投資が続くとみられる。しかし、このエリアの競合先は、北アメリカ等世界のスキーリゾート地であるため、価格競争だけでなくエリア全体の雰囲気等の高次元レベルでの競争力が求められている。

ニセコひらふは個々事業者の個々の開発により、結果として、魅力あるエリアとなったが、一層の競争力強化には開発の適容量を踏まえた共通目標を持ち、ニセコエリア一体でエリアマネジメントを行うことが必要で、この努力の継続が通年国際リゾート地への発展につながると思われる。

## 地方発の環境学習ツーリズムと人材育成の拡大

### 地域の概況

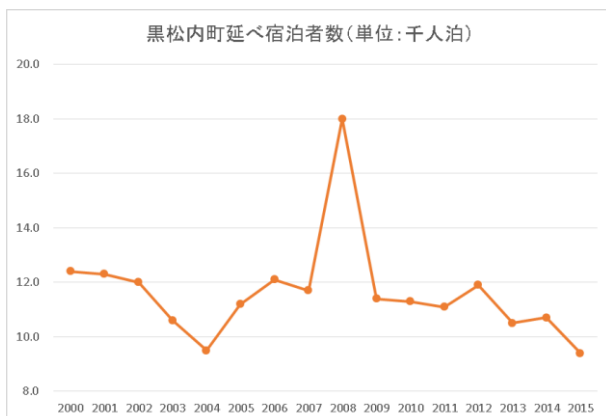
黒松内町は、渡島半島の付け根にあり札幌市と函館市のほぼ中間に位置している。内浦湾と日本海を結ぶ地勢に位置するが、ともに海に接することがなく内陸のまちである。この狭隘の地は日本海と太平洋の双方から影響を受けるため、春から夏にかけて南南東の風が噴火湾で発生して低温となり、冬は日本海からの北北西の風が吹き道南における多雪地帯といわれている。町の面積は 345.65km<sup>2</sup>、うち 86.6%が森林である。人口は 1955 年の 7,438 人をピークに近年は漸減であり、2,962 人（2017 年 2 月末）まで減少している。明治の初期から開拓が進み、交通の要所としても発展を遂げてきた。豊かな大地であり農業を中心に発展したが、戦後は酪農に力が入り後志管内随一の酪農の町となっている。また社会福祉の充実にも先駆的に取り組み「福祉の町・くろまつない」としての評価も高い。

黒松内町のまちづくりに特徴をつける契機となったのが、日本の北限となるブナ林の存在である。古くから存在は認識されていたが、環境や自然保護に対する時代背景を元に住民意識が高まり、現在はその保護のみならず自然環境教育の素材とされ、学習のフィールド等、多くの人が交流する多様な場が形成されている。現在進行中の黒松内町総合計画は「自然にやさしく・ひとにやすらぎの田舎・みんなで歩むブナ北限の里づくり」がタイトルであることからわかるとおり、行政と民間が一体となってブナの里づくりが行われている。

また、農業を中心とする産業、福祉、人づくり、交流づくり等に対しても、「ブナ北限の里づくり」を標榜し、様々な取り組みが進められている。観光については「ブナの里」での学習や体験による交流に重点を置いているため、観光入込数等に大きな変動はなく安定しているが、後志周辺の観光動向等を睨みながら、観光戦略をどのように構築するかについて、検討が始まったところである。

### 観光統計データ

○黒松内町延べ宿泊者数の推移



○黒松内町交流人口の分布

天然記念物歌オブナ林周辺 74,232 人  
 道の駅くろまつない(トワ・ヴェール) 50,545 人  
 赤井川食農教育ファーム周辺 1,388 人  
 北海道遺産添別ブナ林周辺 4,386 人  
 ぶなの森自然学校 9,981 人  
 (注) 黒松内町資料より(2011年度)。

## 観光振興への取組経緯と内容

寿都町と長万部町を結ぶ「黒松内低地帯」をブナ自生の北限となっており、ここから北は針広混交林が広がり、日本の森林生態において重要な地点であることから、黒松内町の「歌オブナ林」は1928年に国の天然記念物に指定された。ブナの森は、町民有志や学術的価値を知る者に守られながら経過したが、指定から60年を経た昭和の終わりに各地のまちづくり運動が盛んとなり、黒松内町でもブナを題材としたまちづくりである「ブナ北限の里構想」が策定されることとなった。ブナをはじめとした町内に残る自然を生かし「歌オ自然の家」や「ブナセンター」の施設整備、ブナウォッチングツアーやセミナー、黒松内自然ガイド養成講座等のフィールドワーク活動も行われるようになった。

札幌に本拠地を置いていた「NPO 法人ねおす」は、環境教育のフィールドにしていた経緯もあり、NPO とともに黒松内に移転し「ぶなの森自然学校」を1998年に開校した（黒松内町関係機関との協議会方式による立上げ）。民間の立場から、国や町と連携し多様な取り組みを実施してきた。「ぶなの森自然学校」の活動は、定例あるいは短期の子供自然体験活動、春夏秋冬休みに宿泊を伴う活動、山村留学の受入、農村体験するルーラルスローツアー、森歩きのエコツアー等と、自然や環境、農業の体験学習等の多様なメニューが用意され、現在まで大勢の修了者を出している。これらをエコツーリズム、体験学習ツーリズムとして観光に括ることが可能である。

NPO 法人ねおすを特徴づける活動は、自然体験や地域との交流プログラムを企画・実施進行するディレクターの養成である。これからの地域社会に必要なのは、交流事業を生み出すことができる人材と、地域内外の交流創出の機能であるとの視点から、ぶなの森自然学校をフィールドとして研鑽し、現在まで100人以上が卒業した。3年単位で毎年数名が研鑽を積み、現在は4名が在籍している（2016年11月）。環境省等、他組織からも指導者養成の実習先としても受け入れており、これは300人を超える。卒業生には、新規就農や個人の観光ガイドとして活躍する人のほか、起業者も多い。また、活動を広く展開するため北海道内に5つの拠点を設け、卒業生が独立して事業展開している。株式会社大沼流山牧場、NPO 法人ねおす共育ファンド、NPO 法人大雪自然学校、NPO 法人いぶり自然学校、現ぶなの森学校であり、観光の取り組みについて色合いは異なるが、次の人材を育成できるところまで成熟しており、北海道内の観光人材の輩出に大きな役割を担っている。

## 今後の方向性

グループが大きくなり全体の掌握が困難になったことと、それぞれが独立して事業を継続できるところまで成長したことから、NPO 法人ねおすは2015年に解散した。今後は緩やかなネットワークを取りながら、それぞれの活動を進めることとしている。それを象徴するできごとが東日本大震災後のグループによるボランティア活動である。それぞれが自らの判断で的確に活動するまでグループは成熟している。そこからまた次の人材を輩出することができれば、地方発の新たな着地型観光づくりの好循環となり得る。また事業によっては、行政等と連携することで民間だけでは実現しないダイナミックな活動にも期待できることから、全道各地でも同様の展開が望まれる。

## 小樽観光にプレミアム感を増す戦略的な取り組み

### 地域の概況

小樽市は北海道西海岸のほぼ中央、後志地方の東側に位置し、札幌市など4町村に接している。東西36km、南北20kmで、市街地の一方が日本海に面し、他の三方を山々に囲まれた坂の多いまちである。海岸線は69kmで、その中央には天然の良港である小樽港があり、西側の勇壮な海岸は「ニセコ積丹小樽海岸国定公園」に指定されている。大都市札幌に40kmの距離にあり、国道、高速道路、JRで結ばれている。面積は243.9km<sup>2</sup>、人口は120,442人（2017年2月末）であり、1959年には204,151人であったが社会減・自然減が重なり現在の人口数となっている。

小樽市は、北海道開拓の海の玄関口として発展し、「小樽運河」（小樽港の荷役を直接倉庫に着ける水路）は1923年に完成している。昭和初期にかけて日本銀行や大手金融機関、船舶会社、商社などが進出し、北のウォール街とまでいわれた地域であり、北海道開拓の主要な地域となっていた。

しかし、札幌市が発展することに伴い、小樽市は人口減少などによる衰退が目立つようになった。当時をしのばせる「小樽運河」はモータリゼーションによって深刻化していた小樽市内の交通渋滞緩和を図るために1966年には埋め立てられる都市計画が決定された。これを機に、小樽運河の保存運動が起こり、最終的には、運河の半分を埋め立てて散策路と、街園を整備することで決着し、1986年には運河の延長1,140mを残し完成することとなった。

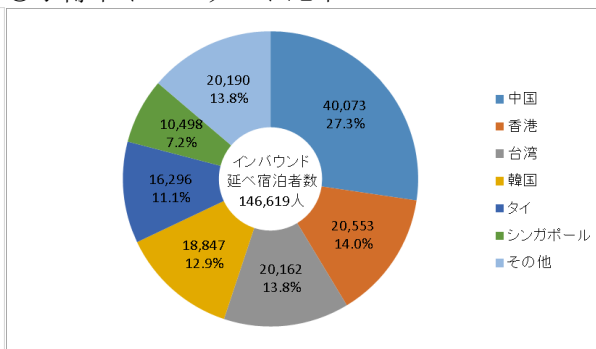
運河エリアは石造倉庫の再活用したガラス・オルゴール工房や飲食店、海産物店、菓子店、土産物店などが並び、北海道では数少ない歴史文化を感じる街並観光地として、一躍、脚光を浴びた。また、小樽市は運河、歴史的建築物、坂、海で構成される風景から、映画のロケ地に度々使われている。中でも韓国でも上映され大ヒットした「LOVE LETTER」（1995年）は抜群の効果があり、韓国観光客が増えるなど、東アジアで有名な観光地の一つに押し上げた。

### 観光統計データ

○小樽市延べ宿泊客数の推移



○小樽市インバウンド比率



## 観光振興への取組経緯と内容

小樽市内の観光客入込みをみると、運河が整備された 1986 年が 273 万人だったのが、2015 年度は 795 万人と、2.9 倍になっている。しかし、その多くは、日帰り客が全体の 91%、宿泊するのは 9%と観光客の滞在時間の少なさが小樽観光の大きな課題との認識から、小樽観光協会では、滞在時間の延長による観光消費の増加を目的に、具体的検討と取り組みを進めている。

小樽の観光は、札幌圏の道内客と旅行代理店のツアー団体客を中心に支えられて発展してきた。道内客はもともと個人での訪問が多く、また道外客も個人旅行にシフトしてきたが、それらの多くは札幌を宿泊拠点として訪れているのが実情である。また、札幌や冬のニセコに滞在しているインバウンドにとっても、JR 等交通網が整備されていることから、気軽に個人で訪問できる観光地として人気が高い。

この FIT 化は、滞在時間を自由にできることから、小樽観光にとって強みに置き換える方向で戦略を立案している。客層動向を把握し、受入サイドの事業者側に伝えるとともに、Web やマップ・情報誌の見直しを絶えず進め小樽の魅力を発信してきたことが、人気観光地としてのポジションを維持していることにつながっている。

小樽観光の課題は他の地域と同様に季節繁閑格差であり、10 月から 3 月までのオフシーズンの入込みは全体の約 3 割にとどまっている。その打開策の一つとして、1999 年から毎年実施しているのが、「小樽雪あかりの路」事業である。約 10 日間に及ぶ期間中は、歴史的な街並みに対し、無数のキャンドルによって幻想的な雰囲気演出され、冬の北海道を代表するイベントに成長し、期間中は 50 万人前後の来場者を記録している。

このイベントは、小樽雪あかりの路実行委員会が主催し、市民や地元商店街、町内会、企業、学校やボランティアなど地域が一丸となって支えており、現在では韓国からの参加もある。

さらに小樽市は 2014 年から放送されたテレビドラマの「マッサン」で人気となった隣接する余市町と連携し、「小樽ゆき物語」として様々なイベント実施しており、広域的な取り組みでインバウンドの誘客増を目指すとともに、本来の目的である滞在時間延長や、宿泊化を目指している。また、上記の小樽と余市の広域連携として「まちごはんパスポート」事業を実施しており、いかにして滞在時間を長くし、夕食を地域内でとることで宿泊需要を高めるための取り組みを始めている。

## 今後の方向性

小樽観光協会では 5 年前から中核的人材を置き「誘致促進、総合情報、交流まちづくり、おもてなし推進、冬期イベント実行」の 5 委員会を設置した。観光に従事しない市民等も含め 80 名の委員により構成されている。またインバウンド客誘致や多数のイベント協力・協賛には民間の力が強い。小樽の磨かれた観光資源、観光に携わる事業者・人材等の集積があり、小樽にある漠とした観光のイメージを、「どうして小樽なのか、歴史文化、景観等を背景に小樽だから惹きつけるストーリーの形成」により、小樽観光にプレミアム感を増す戦略的な取り組みを推進している。

## 一過性のブームに左右されない持続可能な田園都市へ

### 地域の概況

富良野市は、北海道のほぼ中央に位置し、東は十勝岳連峰の富良野岳、西は夕張山地の芦別岳、南には東京大学の演習林があるなど市域の約 7 割が山林となっており、大雪山系と夕張山系に囲まれた地形から典型的な大陸性気候となっている。

富良野市の開拓は、1896 年に富良野原野殖民地区画の設定が行われ、1897 年に福岡県から現在の扇山地区に入植したことから始まる。1919 年に町制を施行し富良野町となったのち、1966 年に道内 29 番目の都市として富良野市が誕生した。

富良野市の総面積は 600.71km<sup>2</sup>、人口は 22,562 人（2017 年 2 月末）である。人口は 1965 年の 36,627 人をピークに、その後、官公庁の統廃合、農家戸数の減少、企業の撤退などにより 1990 年には 26,665 人、2010 年には 24,226 人まで減少している。一方で、1990 年に 8,961 世帯だった世帯数は 2010 年には 10,073 世帯を数えるなど、世帯数をみると増加の傾向を見せている。基幹産業である農業などの第 1 次産業就業者数の減少が著しいものの、観光関連を中心とした第 3 次産業の就業者の割合は増加している。

富良野市は、雄大な山々と清流空知川がもたらす肥沃な大地から、農業と観光を基盤産業とした田園都市を推進している。また、ごみの減量と資源リサイクルに力を入れ、「燃やさない・埋めない」を合言葉に 14 種分別を実施するなど、資源化率 9 割を実現する、環境に優しいリサイクル都市でもある。

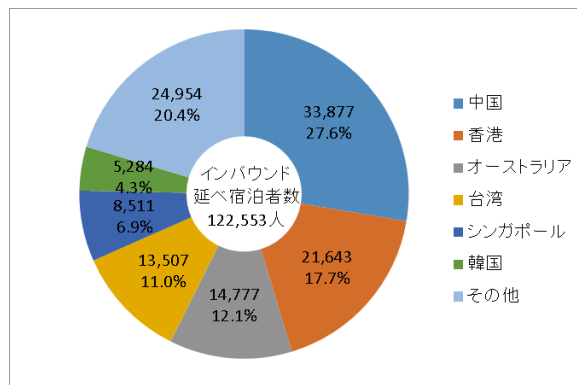
ふらのワインやふらのチーズ等に代表される多くの特産物が富良野ブランドとして高い評価を得ていることに加え、テレビドラマ「北の国から」のロケ地として全国的に知名度が高く、近年では「風のガーデン」の放映もあり、年間を通じて多くの観光客が訪れている。また、日本のみならずアジアを代表する観光地となっており、まさに「富良野」が北海道の中でも有数のブランド力を有していることから、北海道の観光において非常に重要な地域に位置づけられている。

### 観光統計データ

○富良野市延べ宿泊者数の推移



○インバウンド宿泊延数比率（2015 年度）





## 観光振興への取組経緯と内容

富良野市の観光は、1962年、北の峰スキー場（現在の富良野スキー場）に北の峰観光開発株式会社が北の峰第1リフトを建設したことに始まる。本格的なスキーリゾートとして注目を浴びるようになったのは、1974年に本州資本が富良野へ進出したことをきっかけに、スキー場、ゴルフ場、ホテルなどが整備されてからである。1977年には、FISワールドカップ富良野大会が初めて開催され、北の峰スキー場は富良野スキー場に改名された。スキーリゾートとして発展したため、当時は冬の入込みが中心であった。

西武グループの進出後、中富良野町のファーム富田のラベンダー園がディスカバー・ジャパンのキャンペーンに使用され、また北海道ブームと重なって、冬以外にも徐々に観光客が訪れるようになった。当時、富良野地方全体で230ha以上、約250戸の農家がラベンダー栽培を手がけ、富良野地方がラベンダーオイル生産の大半を占めていたが、合成香料の急激な技術進歩と貿易の自由化による安価な輸入香料の台頭により、富良野の丘を彩っていたラベンダーのほとんどが姿を消した。当時、ファーム富田の富田氏は「ラベンダーをなんとか作り続ける道はないものか」と苦労を重ね、再生の道を模索する日々が続いた。しかし、国鉄カレンダーの掲載をきっかけに観光客やカメラマンが増えたことから、当初の「香料の原料を作る」目的から、「美しい景観を提供する」ことや「ラベンダー摘み体験」等の体験に目的を変えてラベンダーを持続させたことが、現在の富良野観光に大きな力となっている。

また、1981年、テレビドラマ「北の国から」の放送開始によって、北海道と富良野のイメージが全国に発信され、観光地としての認知度が大きく高まった。スキーリゾートとして発展した富良野市の観光は、ラベンダー園や「北の国から」の放映、1988年に建設された新富良野プリンスホテルなどが大きな牽引力となり、1年を通して多くの観光客が訪れる日本を代表する観光地へと発展を遂げたのである。

2010年には、富良野市中心市街地活性化基本計画にもとづいて計画された活性化施設「フラノマルシェ」がオープン、富良野の農と食の魅力を内外に発信する「まちの情報発信基地」となり、富良野市民、商業者、観光客など、大勢の人々が自由に集い、交流の輪を広げる場となっている。

## 今後の方向性

2000年、「北の国から」の脚本家である倉本聰が主宰した富良野塾や、市民有志による市民劇団などの様々な舞台や映画などが鑑賞できる「富良野演劇工場」という300席の小劇場の建設、さらにフラノマルシェの成功体験から地元民向けを対象としたフラノマルシェ2など、地域住民の視点で新しい動きが起り、同時に、外部からの移住者も増加することで、新しい交流が生まれながら、地域づくりを進めている。

一方、富良野ブランドは、観光において大きな力を有しているため、夏のオンシーズンは観光客による自動車の渋滞が激しくなっており、地域住民の目線になると別の問題を孕んでいる可能性もある。観光産業の振興は誰のためであるかということが今後問われるであろう。北海道の中でも最先端の観光地域づくりを進めている富良野の取り組みは注目されている。また、ふらの観光協会は、地域連携DMOの候補法人として認定を受け、周辺との連携を進めており、どのような地域づくりを進めるか期待するところである。

## 自然と人の営みが織りなす農業景観「丘のまちびえい」

### 地域の概況

美瑛町は、北海道のほぼ中央、大雪山国立公園の十勝岳連峰と夕張山系との間に位置し、旭川市、芦別市、上富良野町など2市6町に隣接している。丘陵部には畑が広がり、東には大雪山系が控えているため、まるで欧州のような景観を呈している。面積は676.78 km<sup>2</sup>と東京都23区の広さに匹敵し、その70%以上を山林、約15%を畑地が占めており、これらを中心に美瑛町の美しい景観を形成している。1965年頃までは2万人以上を数えた人口も、過疎化に伴って減少し、現在の人口は10,523人（2015年4月末現在）となっている。

美瑛町の基幹産業は農業で、農作物の作付面積（2015年）は、小麦が3,239haと最も多く、次いで飼料用作物、てんさい、水稻、馬鈴薯、大豆の順となっている。美瑛町では、小麦、てんさい、馬鈴薯、豆類等主体とした輪作体系の確立を目指しており、同じ畑でも毎年作付が変わることから、「パッチワーク」と表現される丘陵地帯での毎年異なった田園風景を作り出している。

美瑛町の歴史は、江戸時代の末期に江戸幕府の役人が初めて美瑛川を調査したことに始まる。1894年に初めて辺別太に入植、1900年に神楽村から分村し美瑛村となり、その後、1940年に町制を施行し美瑛町となる。1949年には、十勝岳の麓、白金地区において温泉が湧出し、この「びえい白金温泉」は美瑛町の観光をけん引してきた。

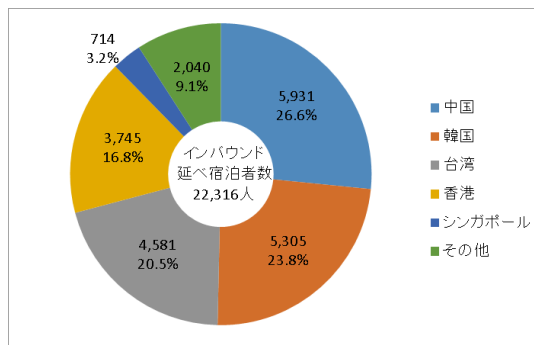
日産スカイラインのCM撮影場所である「ケンとメリーの木」、たばこセブンスターのパッケージになった「セブンスターの木」など、欧州的な田園風景が使われたことにより美瑛町の知名度が一気に高まった。1987年には、風景写真家の前田真三フォトギャラリー「拓真館」がオープンし、年間40万人もの観光客が訪れる人気スポットとなった。近年は、2012年Apple社MacBookProの壁紙に採用された「青い池」がきっかけとなり、世界的に注目されることとなった。元々は農業が基幹産業であり、農業が創り出す景観が多くの観光客を集めるという状況となり、「丘のまちびえい」としてブランドを持ち始めており、富良野都の連携など今後の取り組みが期待される北海道の中でも有数の観光地である。

### 観光統計データ

○美瑛町延べ宿泊者数の推移



○インバウンド宿泊延数比率（2015年度）



## 観光振興への取組経緯と内容

美瑛町の観光は、雄大な十勝岳連峰の裾野に湧き出る白金温泉を起源とし、CMの撮影場所として注目を集めたことや「拓真館」のオープン、さらには「青い池」など、山麓に広がる波状丘陵地帯で営まれている農村景観や美瑛の織りなす自然が人々に感動を与え、全国的に知られるようになったことから「丘のまちびえい」として定着した。

この自然景観を資産と捉え、次の世代に引き継ぐため「美瑛の美しい景観を守り育てる条例」を制定しており、農村景観等の地域資源の特性を生かした観光と、観光資源の再発掘や農業体験の推進、サイン計画の実施など、継続して観光地としての魅力向上を目指した観光地域づくりを行っている。また、「住み良いまち美瑛をみんなで作る条例」の制定もあり、中心市街地の賑わいづくりの創出や交流施設整備を行うなど、市街地の魅力向上も同時に行っている。このように、行政と住民が一体となり、住みよい地域社会の構築ならびに、農業を軸とした美しい景観づくりを推進している。

2012年、美瑛町の全ての人・産業・地域社会に貢献し、さまざまな事業を通して地域の活性化を図ることを目的に、一般財団法人丘のまちびえい活性化協会が設立された。美瑛の魅力の発掘、地域ブランディング、6次産業化支援、商品開発支援、事業家支援、情報発信、国際観光交流、公共施設運営など取り扱う事業は多岐に渡り、町民や関係機関と連携をしながら取り組んでいる。

2015年には、人と自然、北海道と世界、日常と非日常、これらの調和の美の象徴とした「Bieitiful（ビエイティフル）」という新たな価値観に基づいた、美瑛プレミアムブランド「ビエイティフル」が誕生した。独自の認定基準をもとに厳選した農畜産物、加工品、工芸品をプレミアムブランド「ビエイティフル」商品として取り扱うことによって、農業を中心とする地域の持続的な発展を支えているのである。

近年は、美瑛町の地域資源である美しい農村景観を活用した魅力あるイベントを開催することで、新たな美瑛ファンの獲得や交流人口の拡大に繋げている。町民が主体となり関連団体と連携した「どかんと農業まつり」や「びえい出会いふれあい祭り」等のイベントや、十勝岳の平穏とまちの発展を願った「那智美瑛火祭」など、町民と観光客の両者が楽しめるイベントとなっている。

## 今後の方向性

美瑛町の最大の資源である農村景観について、新たなる高付加価値化の手法としてフランスなどの先進事例をもとに、小規模な地域が企業と連携し、地域の資産を有効に活用し自立を図るべく、「日本で最も美しい村」連合の取り組みを行うなど、様々な地域資源を有機的に結び付け、官民が連携した効果的な情報発信なども積極的に行っている。

インバウンドを含む観光客が増加したことで、農地への無断立入など観光マナー問題が深刻化しており、その対策が必要になっているが、ヤフー株式会社などと共に、異業種チームを結成し、美瑛町の課題を解決する実現可能な提案を行う「地域課題解決プロジェクト」などを始動するなど、様々な工夫から美しい農業景観の維持に取り組んでいる。農業者と観光客が対立するのではなく、あくまでも地域住民にとって受益となるための観光が求められており、そのためのキャパシティコントロールや景観の課金モデルの構築による有料化の可能性など、今後の検討要素として残されている。

## 自然と環境が共生する観光地域づくりを目指して

### 地域の概況

斜里町は、オホーツク海に面し、北に 100km を超える海岸線、東南に知床連山を擁し、南は清里町、西は小清水町と隣接しており、世界自然遺産である知床半島を羅臼町と二分している。面積は 737km<sup>2</sup>、人口は 11,840 人（2017 年 1 月末）であり、1960 年の国勢調査時の 18,371 人をピークに減少傾向となっている。

斜里町の基幹産業は、農業、漁業、観光業である。農業では小麦、甜菜、馬鈴薯を中心とした畑作農業が行われている。漁業も盛んであり、サケ・マスの水揚げが日本一であり、豊富な水産資源を生かした食品加工業も盛んとなっている。

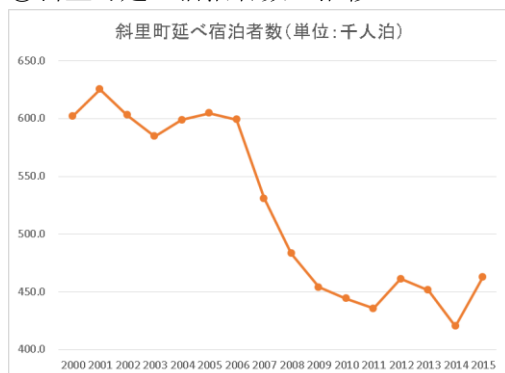
また、知床半島がユネスコの世界自然遺産に登録されており、流氷が押し寄せる海で、流氷がもたらす特異な生態系と多様な動植物の生息が評価されている。また、斜里町では、知床の森を守るナショナルトラスト運動に長年取り組んできた背景もあり、自然や環境と人の営みが一体となる共生された地域づくりを行ってきている。

観光をみると、観光の中心である斜里町ウトロ地区には大小の温泉宿があり、延べ宿泊者数で年間約 45 万人泊の観光客が訪れている。過去をみると、1962 年の定期観光船の就航、1964 年の「知床国立公園」の指定、1971 年の「知床旅情」のヒットなどにより「知床ブーム」が起こる。その結果、斜里町ウトロ地区が観光地として飛躍するとともに、1980 年の知床横断道路が開通することでさらに観光地となり、その後に、宿泊施設の大型化が行われ、主に団体客を中心に宿泊数を伸ばしてきた。2000 年頃から、個人旅行に対応すべく、自然案内をするガイド事業者の起業があり、エコツーリズムの考えのもと景勝地観光ではない、新しい観光地として地域の魅力を高めている。

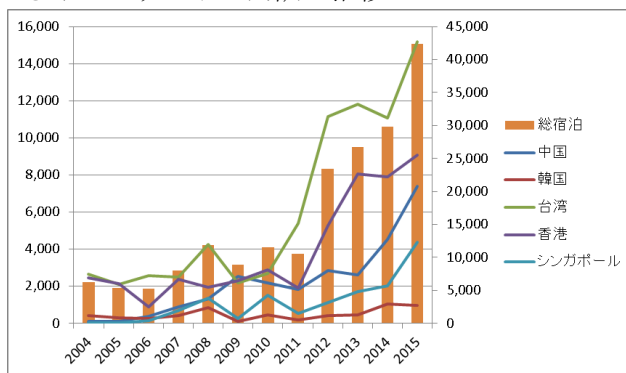
近年では、ドライスーツを着用して冬の流氷の上でのアクティビティは大きな話題となり、多くの観光客を満足させている。

### 観光統計データ

○斜里町延べ宿泊者数の推移



○インバウンドの内訳の推移



注) NPO 法人知床斜里町観光協会資料より作成。

## 観光振興への取組経緯と内容

知床が観光地として脚光を浴びるようになったのは、1958年の斜里～ウトロ間道路開通以降であり、1960年の森繁久弥氏主演映画『地の涯に生きるもの』や、既述にもあるとおり、1962年の定期観光船の就航、1964年の知床国立公園指定から始まる。そして、1971年加藤登紀子氏が歌う『知床旅情』のヒットにより、知床観光がブームとなりホテルや民宿が開業された経緯がある。1965年には知床五湖の遊歩道整備などインフラ整備が整い、観光客の受け入れ体制が整っていった。

知床の転機の一つが、1977年から開始した「しれとこ 100 平方メートル運動」による、開拓離農跡地の買い取りが行われ、自然保護運動の先駆けとして注目を受けたことにある。その後、1980年の知床横断道路開通によって再び知床ブームが到来し、1985年には宿泊客数も40万人泊を突破することとなった。周遊型の団体旅行の影響を受け、宿泊施設の大型化が進み、併せて冬の閑散期対策として、87年からレーザー光線でオーロラを再現する「知床ファンタジア」が始まった。その一方、知床国立公園の施設として知床自然センターの開館など、自然保護の啓蒙も図られ、保護と観光のバランスが取られた観光施策が行われてきた。その後、団体観光の陰りが見え始め、個人旅行へ移行される中、2000年頃からネイチャーガイド事業者の創業があり、景勝地観光ではないエコツーリズムといった新たな観光も始まってきた。

これまでの自然保護や生物多様性が認められ、2005年には世界自然遺産に登録され、知床ブームとなったが、以降、宿泊者数は微減傾向となりつつあり、現在では45万泊前後で推移している。

## 今後の方向性

ウトロ地区での旅館協同組合や知床斜里町観光協会へのヒアリングによると、現在の宿泊事業者の維持ならびに発展を目指す上でも、斜里町全体として50万人泊の延べ宿泊客数の確保が当面の目標地と認識している。サービスの質を高めることによる顧客満足度の向上を行いながら、50万人泊を目指す方針でその取り組みを進めている。

ウトロ地区が観光地となり始めた頃には、「知床八景」として知床の魅力的な箇所について地域の関係者間で議論を重ねながら意見を出し具現化してきた経緯がある。今後の知床の魅力を高めるためにも、これまでのナショナルトラストの動きや世界自然遺産という強みである、「自然保護・環境」を軸に、知床半島の東側の羅臼地区とも連携しながら議論を重ね、半島一体となって自然を守ることを最重要視しながらも、新たな自然・生態系の見せ方、体験の仕方を工夫する必要がある。

また、現在のインバウンド比率は10%に達していないが、FIT化が進むことで、ウトロ地区にもインバウンドが増加するものと考えられる。他の温泉地が20%を超えている現状をみると、ウトロ地区での誘客はまだまだ可能性が残されている。

繁閑差を埋めるためにも冬や春の時期のウトロの魅力在海外に積極的に情報発信を行う予定である。加えて、連泊推進の面からも当地では昼食需要に対応しきれていないということがある、食の多様性を構築し取り組みを進めようとしている。

## 体験する水産業とバードウォッチングの聖地へ

### 地域の概況

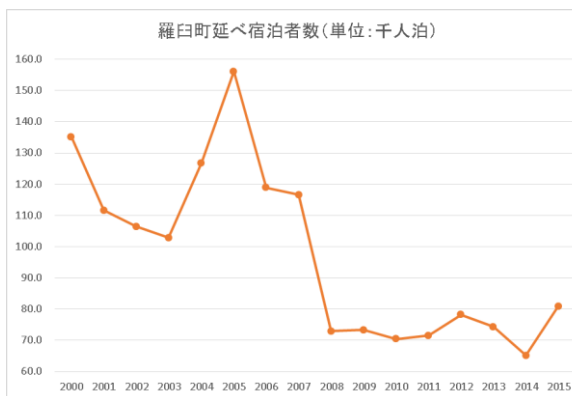
羅臼町は北海道の東北端、知床半島の東側に位置し、南は植別川を境に標津町に接し、東に国後島を望み、西北一体は標高 1,661mの羅臼岳を最高峰とする知床連山を境に斜里町と接している。町の面積は 397.72 k m<sup>2</sup>で、約 95%が森林で占められている。人口は 5,294 人（2017 年 2 月末）となっている。羅臼町の人口は、1965 年の 8,931 人から 1975 年の 8,249 人まで減少傾向となっていたが、1980 年には若干の増加で 8,299 人となり、それ以降は減少傾向となっている。

基幹産業は知床の海の恵みによる漁業であるが、ピーク時には 250 億円に達していた漁獲高が、2015 年には漁獲量の減少を要因として約 100 億円にとどまっているなど、漁業資源の減少が大きな課題となっている。特に、地元の水産加工業者は、原魚不足・原魚高の影響を大きく受けており、原材料の確保自体が困難なことから生産ラインの稼働率が落ちているとともに、近年の大型低気圧による影響により、さらに漁業資源の動向が見えなくなるなど、基幹産業が厳しい状況となっている。これらを背景に、羅臼町としては、これら水産資源の高付加価値化を目指すことを目的に、「知床らうすブランド」を新たに設置して、認証商品には一般商品との区別を行うなど、差別化を図る取り組みを始めているところである。

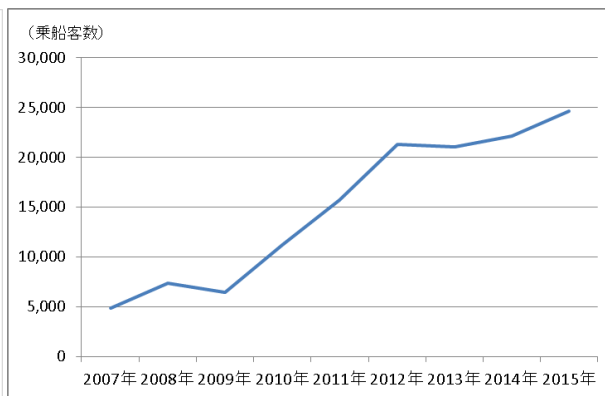
一方、観光産業の現状をみると、2014 年には国立公園指定 50 周年という大きな節目であるとともに、世界自然遺産登録 10 周年であり、これらを記念して環境省・林野庁・北海道・斜里町・羅臼町等の関係行政・団体に連携し記念事業を行ってきた経緯もある。しかし、これまでは漁業が中心であったことから、観光に注力をしてこなかった背景があり、現在は、観光協会を中心としながら新しい観光地域づくりとして、バードウォッチングやホエールウォッチングの魅力を発信し、観光船の乗客増への取り組み等を実施している。

### 観光統計データ

○羅臼町内延べ宿泊者数の推移



○観光船の乗客数の推移



注) 知床羅臼町観光協会の資料より作成。

## 観光振興への取組経緯と内容

羅臼町の観光を紐解くと、北海道の秘境ブームの中で、登山や低予算の旅行形態であるバックパッカー、いわゆる「カニ族」といった若者達で賑わった過去がみえてくる。しかし、羅臼町としては、漁業だけで十分潤い、1年を通して町全体が漁業で繁忙を極めていたことから、観光産業へ注力することはなかった。

しかし、1990年頃をピークに漁獲高が減少し始めたあたりから、漁船を持つ漁業者が観光船への転業が始まり、現在、自然探索を目的とした定員30人以上のクルーズ専用船を運航している事業者は4社にのぼる。そして、町が本格的に観光振興に注力するようになったターニングポイントは、2007年に観光協会事務局長の全国公募を行ったことといえる。これまでの観光協会は、問い合わせに対する電話案内やパンフレットを送付するなどの業務を羅臼町役場内で行うにとどまっていた。

全国公募で新たな事務局長が来てからの観光協会は、羅臼に存在する市場のせりを見せる体験観光や、水産加工事業者との連携による体験プログラム等を推進した。とれたての魚と、活気ある市場のせりを間近で見学してもらい、“漁業の町”羅臼の活気と新鮮な魚の魅力を、観光を通して全国に伝える狙いがある。羅臼町の観光の方向性としては漁業を軸とした観光産業を目指しており、以前までは漁業者の反発もあったが、現在では喜んで観光客を受け入れており、漁業と観光産業の連携が進んでいる。

そして、羅臼の最大の強みが「オオワシ」、「オジロワシ」、「シマフクロウ」の3大猛禽類を市街地で撮影できることにある。2月～3月のクルーズ船から流氷と国後島からの日の出を背景とする「オオワシ」等が飛ぶ姿を撮影するプログラムは、特に欧州を中心とするバードウォッチャーから評判が高い。この「オオワシ」は漁業の操業時に網から漏れた魚を目当てに、羅臼に集まるようになった背景がある。漁業が栄えていたからこそ、オオワシが集まるようになり、今、観光の中心コンテンツとなっているクルーズ船によるバードウォッチングが成り立っている。クルーズ船事業は阿寒、ウトロからも観光客を呼び込み乗船数は伸びており、羅臼観光の閑散期の底上げがなされ、他地域とも連携した観光経営がなされている。



注) 欧州を中心としたインバウンド FIT の様子。

## 今後の方向性

羅臼は7～10月、2月が繁忙期で、特に8月と2月下旬の宿泊の稼働は非常に高い状況であり予約が取りにくくなっている。知床羅臼町観光協会としては、その時期以外の入込み・宿泊者増を目的とし、5月～6月のホエールウォッチングなど豊富な観光資源を知床圏として丁寧に情報発信している。

また、旅館・ホテルの人材確保が困難という課題があることから、地域の飲食店と連携して専門性を発揮できる泊食分離のプランの創出など、羅臼でますます満足できる仕組み作りに向け活動を継続している。交通面など困難な立地条件であるが、「訪れたい場所」としての魅力を高めており、今後大きく期待がかかる観光地である。

## 湿原のワイズユースによる保全と再生

### 地域の概況

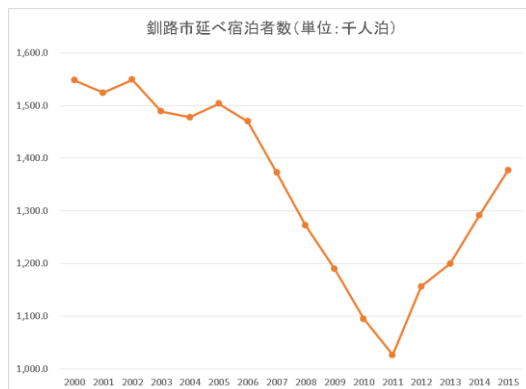
釧路市は、北海道の東部、太平洋岸に位置している。「釧路湿原」、「阿寒」の2つの国立公園を後背に持ち、漁業、石炭、製紙の3本柱の隆盛で全国的にその名を知られた地域である。2005年には周辺の音別町、阿寒町と合併し、面積は1362.9km<sup>2</sup>、人口は174,349人（2017年1月末）となっている。ただ、これら主力産業は、いずれも縮小を余儀なくされ、人口も毎年減少を続けている（ピーク人口は合併前の1981年の218千人）。ただし、釧路市は国の4件のインバウンド観光施策の対象地に選定され、市としても、観光部局の人員増や予算増で観光を産業の柱として強化する方針にある。

釧路湿原は、面積が19千haと東京都内山手線の内側面積の3倍にも及ぶ国内最大の湿原で、特別天然記念物のタンチョウをはじめ2,300種もの多様な動植物が生育・生息しているところに特徴がある。

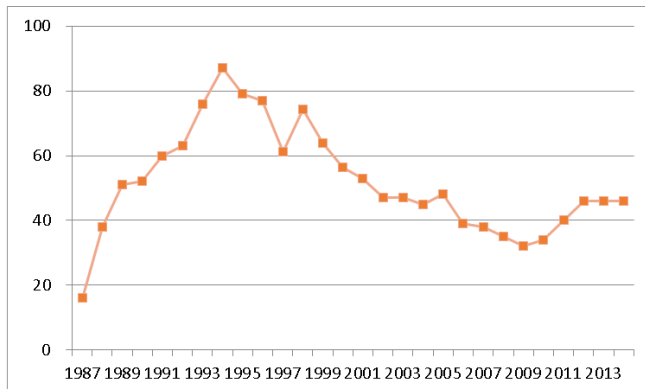
この生態系の価値が認められ、1967年には国指定天然記念物として、1980年に日本で最初のラムサール条約登録湿地となった。このラムサール条約は湿地生態系と生物多様性の保全とその賢明な利用（ワイズユース）に重点を置いており、この条約締結がきっかけとなり「ワイズユース」の考えが釧路根室管内に広く普及した。1987年には、湿原に丘陵地帯を含めた27千haが、希少野生動植物の生態系の価値と蛇行する河川や湖沼群等が構成する自然性の高い広大な水平的景観が評価され、国立公園に指定された。さらに、2003年11月には、自然再生を総合的に推進し、生物多様性の確保を通じて自然と共生する社会の実現を図る事等を目的とする「自然再生推進法」を受け、「釧路湿原自然再生協議会」が発足した。この協議会で、住民、関係団体や行政機関などが連携して、どうすれば湿原保護と周辺の地域生活者が豊かに共存し得るようになるのかが議論され、直線化された河川の蛇行復元、人工林の自然林への再生、放棄された農地の湿原への復元等の取り組みがなされている。

### 観光統計データ

○釧路市延べ宿泊者数の推移



○釧路湿原国立公園の入込数推移(単位:万人)





## 観光振興への取組経緯と内容

1993年のラムサール条約締結国会議、1997年の国立公園10周年記念シンポジウムが釧路市で開催されたこと等で湿原の知名度が確実に高まった。ビジターセンターをはじめ、展示施設や展望施設等湿原周辺のハード面の整備が進み、1987年当時20万人に満たなかった国立公園内の入込みは、ここ数年、46万人と安定して推移している。釧路湿原内の観光は展望台からの景観視察だけでなく、以下の主活動が活発になされている。

- ①「野生生物観察」：釧路湿原はタンチョウをはじめ、イトウやキタサンショウウオといった希少な野生生物の生息地となっている。特にタンチョウ観察については、釧路管内の冬の代表的な観光資源となっており、タンチョウ観察スポットも複数存在している。
- ②「釧路川カヌー下り」：釧路川流域では、22のカヌー体験事業者（2014年10月時点）によるカヌーツアーが提供されている。カヌーを使った観光は、植生や花木を楽しむことができる初夏から、タンチョウ等のバードウォッチングに適した2月や3月の冬期間も行われている。なお、カヌー利用者の増加でゴミやトイレ問題など環境負荷が重くなったことから、2004年に「釧路湿原自然再生協議会」によりカヌーの適正な利用と、釧路川の自然環境への影響を緩和することを目的とした「釧路川保全と利用のカヌーガイドライン」を作成し、ルール化を図っている。
- ③「釧路湿原ノロッコ号・冬の湿原号」：釧路湿原ノロッコ号は1989年から、冬の湿原号は2000年から運行しており、管内の代表的な観光資源となっている。また、冬の湿原号には、ネイチャーガイドが乗車し、湿原や動植物の解説を行う等、釧路湿原に対する理解を深める役割を果たしている。
- ④「木道散策」：温根内木道では、季節ごとに多くの花や様々な野鳥を見ることができ、ガイドによる修学旅行生等への説明、湿原の動植物などを紹介した解説板設置で、学びながら、散策を楽しむことができる。
- ⑤「湿原や森の秘境に入るツアー」：釧路湿原の最深部にあるキラコタン岬は、国の天然記念物に指定されているため、許可なく立ち入りができない場所となっている。立ち入り許可を持ったガイドの案内によりホーストレッキング等により岬の先端に着くと、通常の展望台からは見られない釧路湿原の本来の姿を見ることができる。

この他、隣の鶴居村では、タンチョウ観察だけの通過観光客の長期滞在化を目的に、チーズとワインといった新たな魅力の発信など、釧路湿原を軸にして取り組んでいる。

## 今後の方向性

持続可能なワイズユースとしていくには湿原の利用に関するルールづくりや湿原をよく知るガイドの育成が不可欠である。ルール作りは自然再生法にもとづき設置された「釧路湿原自然再生協議会」の役割が益々大切になってこよう。ガイドについては元々、湿原の価値を知り湿原内で漁業（河川や湖）や農業を営んでいた人がカヌー業者やホーストレッキング等に業種転換し、湿原のワイズユースにより生業を構築してきた経緯がある。新規のガイドをさらに増やしていくには通年事業化（犬ぞり体験ガイド）や最近バードウォッチング等で増えている欧米系インバウンド対応で語学力の強化対策は不可欠であろう。

## アウトドア観光の先駆者による体験プログラムと観光人材の育成

### 地域の概況

鹿追町は、北海道の一大農業地帯である十勝平野の北西端に位置し、北側は大雪山国立公園の山麓農村地域である。また、大雪山国立公園内唯一の天然の湖である然別湖を有している。鹿追町の面積は 404.7km<sup>2</sup>、人口は 5,554 人（2017 年 1 月末）となっており、1960 年の国勢調査時での 10,448 人をピークに毎年人口が減少している地域となっている。

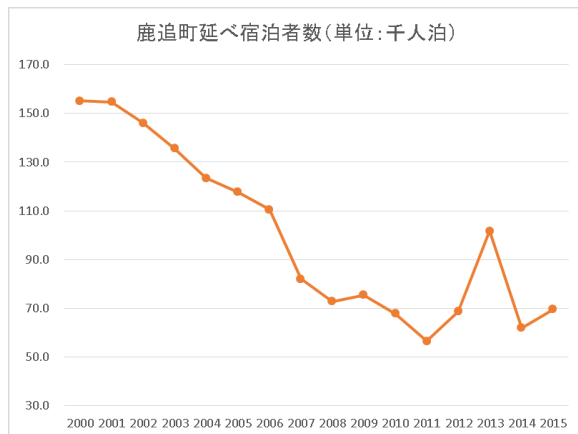
鹿追町の耕作地面積は町の面積の約 30%を占め、農業が基幹産業となっている。鹿追町の農業は、酪農経営と畑作経営が中心となっており、牛乳、甜菜、馬鈴薯、豆類、小麦等の畜産と輪作体系の確立を推進しているところである。また、農業の人材確保の一つの手段として、農業（酪農・畜産・畑作）に特化した求人情報サイトを構築し、現在は 41 件の農業者が広告の掲載を行っており、ここから I ターンや U ターンといった移住政策につながっている。

鹿追町では、十勝の農業と同様に規模拡大傾向であるが、農業と地域資源を活用したファームインやファームレストランといったグリーン・ツーリズムに対して、関係者を集めた勉強会が早い段階から行われてきた。ファームレストラン事業の先駆けである「大草原の小さな家」やファームインとして事業を実施している「カントリーパパ」など地域全体としてグリーン・ツーリズムといった新しい観光を取り入れ、出荷するだけの農業から都市市民との交流や生活者の顔が見える新しい農業を見据えながら新たな事業を実施している。

また、今では珍しくないアウトドア観光となっているが、然別湖には、北海道におけるアウトドア観光のパイオニアとなる「株式会社北海道ネイチャーセンター」が 1990 年に設立されるなど、景勝地を回る団体周遊観光から体験型観光に向けて、早くからその視点を持ち、新たな観光のステージへ取り組んでいる地域といえよう。

### 観光統計データ

#### ○鹿追町延べ宿泊者数の推移



#### ○農業者の事業化（抜粋）

- 1988 年：大草原の小さな家
- 1991 年：カントリーパパ
- 1996 年：カントリーファーマーズ藤田牧場
- 1996 年：森のキッチンかわい
- 2002 年：カントリーホーム風景
- 2004 年：ツリーハウス三部牧場
- 2015 年：村瀬ファーム

## 観光振興への取組経緯と内容

現在、ニセコのラフティングや釧路湿原のカヌーなど、アウトドア観光や着地型旅行といった新しい観光商品が一般化してきている。これまでは、北海道観光の中心は旅行代理店が手配した景勝地や温泉地の決められたルートを周遊する形が主であったが、1990年頃より旅行の個人化に伴い新しい観光ニーズが生まれてきており、そのニーズがアウトドア観光や体験型観光となっていった。

北海道ネイチャーセンターでは、このような新しい観光に移行することを先読みし、アウトドア観光事業へ取り組むこととなった。北海道でアウトドア観光事業を実施するためには、冬期間の体験メニュー、通年の職員雇用、質の高いガイドの育成と確保、および、団体客の受け入れ体制といった課題があるが、北海道ネイチャーセンターではこれらの課題に対して積極的に取り組むことで、経営基盤を安定化させてきた。

北海道ネイチャーセンターの設立目的には、冬期間の然別湖への集客もあったことから、冬のアクティビティが豊富であることが特徴である。「しかりべつ湖コタン」として、世界初といわれている氷上露天風呂やアイスバー、アイスドーム、スノーモービルエリアと、冬の然別湖を楽しむことができ、これにより繁閑差の解消や通年雇用の実現につながっていくこととなる。

アウトドア観光を推進する上で、もっとも重要なことが安全性の確保や質の高いサービスを提供することで、そのためには質の高い人材の確保・育成が必要である。北海道にはアウトドアガイドに対する専門的なカリキュラムを提供する学校等といったシステムがないため、北海道ネイチャーセンターでは人材を研修のため道内外・海外まで送り出しノウハウの蓄積を行っている。このように安全かつ高品質なサービスを提供することで、旅行代理店から信頼を得たことが、修学旅行生の受け入れにつながり、この結果、然別湖はアウトドアを楽しむ層が増加してきている。

さらに、2003年には北海道ネイチャーセンターでは、旅行代理店への販売を行うだけでなく、自らが第2種旅行業の免許を取得し、自らが絡んだ旅行商品の販売や国内外の旅行代理店のツアーオペレーターとしての機能を果たしてきている。これまで旅行代理店への営業が多く、BtoBのビジネスが主流であった北海道の観光業界において、当社は自ら生活者へ販売するというBtoCの流通を構築してきた先駆者の1社であるといえよう。

## 今後の方向性

今後はアウトドアガイドとしてインバウンド対応も必要となってくる。インバウンド対応では、言葉が話せることも重要な要素の一つであるが、言葉が話せるだけではビジネスができるわけではなく、自然やアクティビティの専門性について伝えることがもっとも重要なこととなる。このような人材育成には長期的なスパンで考えなければならないが、北海道ネイチャーセンターでは、このような専門人材の育成も行っており、北海道のアウトドアガイド育成としてこれからもトップランナーとなるためにも、JICA事業とも連携しながら、開発途上国の研修員との相互連携による学び合いの場の設定なども必要であろう。

特に、アウトドアのアクティビティについては、海外の方がガイド制度や公園管理の方法など進んでいることも多いため、積極的な国際交流を行うことで、ますます進んだ観光地となるであろう。

## みんなで創る新たなポップカルチャーイベント

### 地域の概況

洞爺湖町は、北海道南部に位置し、2006年に虻田町と洞爺村が合併し、「洞爺湖町」が誕生した。東には伊達市、壮瞥町、北は豊浦町に接し、洞爺湖と有珠山と噴火湾に囲まれた自然環境豊かな地域である。洞爺湖町が位置する地域は、北海道内においても温暖な気候であり、函館と札幌を結ぶルート上にあることから交通の便もよいこともあり、北海道有数の観光地となっている。

町の面積は180.8km<sup>2</sup>、人口が9,177人（2017年1月末）となっている。人口推移をみると、1960年の14,920人をピークに微減傾向となるが、1977年、2000年の有珠山の噴火の影響を受け、ところどころ大きく人口が減少している。

洞爺湖には、洞爺湖温泉があり、現在では70万人泊の延べ宿泊者数を誇る温泉街となっており、地理的にも優位であることも影響し、近年のインバウンドの伸びが大きい。この洞爺湖温泉街を一つの会場とみなし、コスプレ（漫画・アニメ・ゲームなどの登場人物の衣装やヘアスタイルを真似て変装や変身をする。）会場として練り歩くイベントが行われている。

### 観光統計データ

○TOYAKO マンガ・アニメフェスタ（以下、TMAF）の来場者推移

イベント名	来場者	事業主体
TMAF2010	3,000人	洞爺湖温泉誕生100年記念事業委員会
TMAF2011	7,000人	TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会
TMAF2012	30,000人	TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会
TMAF2013	49,000人	TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会
TMAF2014	57,000人	TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会
TMAF2015	51,500人	TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会
TMAF2016	53,000人	TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会

### 観光振興への取組経緯と内容

本イベントは、2010年に洞爺湖温泉誕生100年の記念として、新しい100年に向けてチャレンジを行うという背景から企画が作られた。その企画づくりの段階で、マンガ・アニメに詳しいメンバーがアイデア出しを行った結果、第1回目の開催の企画となった。イベント内容としては、洞爺湖の温泉街をまるまるコスプレ会場にして堂々と歩こうという発想から行われ、この尖った企画が話題を呼ぶこととなった。

第 1 回目が終わった際、来場していた参加者が非常に満足していたことから、次年度以降も継続すべく議論が行われ、民間主導のイベントとして生まれ変わり、運営母体として委員会が設立されることとなった。第 2 回目からは、「歩行者天国」や「アニソン DJ」によるコスプレダンパ、「声優ミニライブ」といった新たなコンテンツを追加し、イベントの規模が大きくなるとともに、北海道内のサブカルチャーのイベントとしての地位を確立することとなる。



注) 洞爺湖観光案内所の様子 (左)、TMAF における痛車の展示の様子 (右)。

3 回目となる 2012 年には、さらに新たなコンテンツを増加させるため「トラックステージ」を準備するなど、前年度の 4 倍近い来場者を集めることとなる。しかし、2 日間開催のイベントであることから、宿泊のキャパシティは限界となっており、登別と洞爺間にバスを走らせる等の近隣宿泊地との連携が行われている。

本イベントの特徴としては、若者中心の参加者が前向きであり、イベントをより良くするための具体的な提案を行うことや、参加の際のマナーもよく、「自らが運営しているように参加する」ことに集約される。ボランティアスタッフも積極的に集まることから、他の自治体で散見されるような「やらされている感」がなく主体性を持ちながら取り組まれていることである。また、イベント外の時期にもリピーターが増加しており、飲食店と TMAF 来場者のコミュニケーションが図られるなど、宿泊事業者以外の事業者からも協力的に実施されていることが好循環の要因であろう。

同様のイベントが他地域で行われているが、行政が主導することが多く、アニメに対する熱が乏しく地域の人からの協力が少ないなどの事例も聞こえていることから、民間主導かつ参加者主体という視点のイベントであることが成功の要因であろう。

#### 今後の方向性

2015 年 2016 年ともに雨天の実施にも関わらず来場者数は横ばいとなっていることから、将来的にはキャパシティコントロールも必要であると意見もあるが、洞爺湖温泉街一帯を会場として位置づけていることから、イベントとしてのキャパシティは当面のところ問題ない。今後は、英語での情報発信やロシア圏への情報発信を行い、世界から支持される取り組みにしていこうとしている。

マンガ・アニメに関する国境はなく、好きな人みんなで創り上げる民間主体のイベントに成長していくことが望まれている。

## 札幌の”雪まつり”から世界の”雪まつり”へ

### 地域の概況

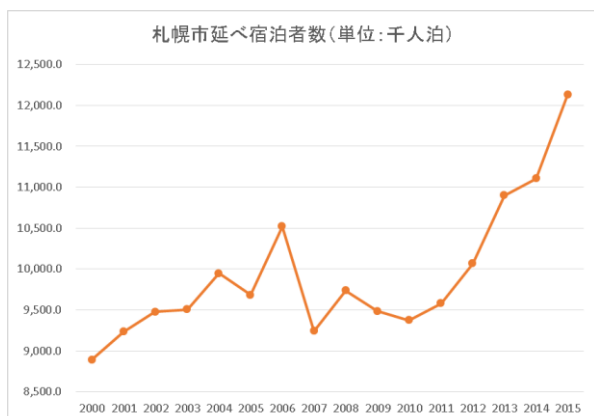
札幌市は、石狩平野の南西部に位置し、東は石狩川から野幌原始林にかけての低地帯、西は手稲山系、南は支笏洞爺国立公園に連なる一大山地、北は日本海に接する石狩砂丘地に囲まれた全国屈指の広大な面積を有した都市となっている。札幌市の面積は、1,121.26km<sup>2</sup>、人口は1,957,990人（2017年2月末）となっており、1922年の市制施行以来、近隣町村との度重なる合併や編入によって市域と人口を拡大、1970年には人口が100万人を突破し2年後の1972年に政令指定都市へ移行している。1869年の開拓使設置以来、北海道開拓の拠点として発展し続け、現在の人口195万人（北海道の人口の約3割）は全国で5番目の規模であり北海道の道庁所在地である。

1869年当時の札幌市の倭人人口は合計で7人から始まっている。1871年に開拓使庁が置かれ、それから札幌の発展が始まる。戦後を経て、1951年に北海道開発局が設置され、開発計画の推進に伴い大資本を背景とする企業が札幌市に集中し、都市規模が急激に拡大していった。1967年、札幌市で冬季オリンピック大会の開催が決定し、それに伴い「札幌市建設5年計画」が策定されインフラの整備が急速に進んだ。1971年に地下鉄南北線（北24条真駒内間）が開通、続いて1976年に東西線（白石琴似間）、1988年に東豊線（栄町豊水すすきの間）が開通など北国ならではの交通網が整備されていった。

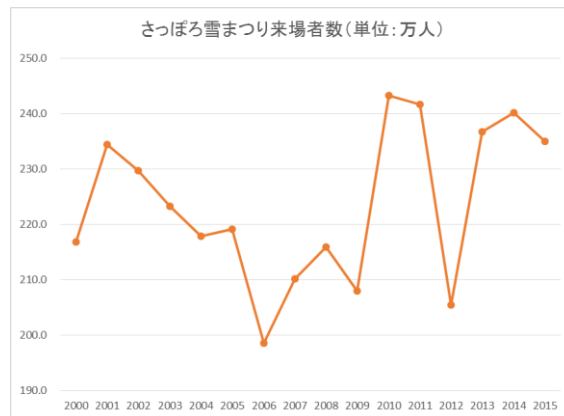
1982年、北方都市の街づくりの情報交換の場として、第1回北方都市会議を雪まつり期間中に開催した。1986年と1990年のアジア冬季大会、1991年ユニバーシアード冬季大会、1990年から行われているパシフィック・ミュージック・フェスティバル（PMF）、1999年中央アジア非核兵器地帯国連札幌会議など国際的なイベントや会議を開催し、国際コンベンション都市となっている。また、雪まつりやYOSAKOIソーラン祭りなどの市民の手作りで始まったイベントも外国からの参加団体が増えて、国際的なイベントになっている。

### 観光統計データ

○札幌市延べ宿泊者数の推移



○さっぽろ雪まつり来場者数の推移



## 観光振興への取組経緯と内容

1950年、市内の中・高校生が、当時、市民の雪捨て場だった大通公園西7丁目に、6基の雪像を設置したことをきっかけに「雪まつり」が始まった。雪合戦、雪像展、カーニバル等を合わせて開催、わずか1日で5万人あまりの入込みとなり、予想以上に賑わった。以後、札幌市の冬の行事として市民に広く認知され定着していくことになる。

1955年、自衛隊が初参加し、大規模な雪像づくりに挑戦した。1959年には、雪像制作に2,500人が動員され、初めてテレビや新聞でも紹介されることになった。さらに、イベントの持続性を確立するために実行委員会が組織された。翌1960年、本州からの観光客が増えたことにより大盛況となり、札幌の「雪まつり」が日本の「雪まつり」へと発展していった転機といえよう。次の転機は、1972年であり、雪まつりが「ようこそ札幌へ」のテーマで行われ、冬季オリンピック大会が札幌市で開催されたこともあり、その名が世界に知られるようになった。1974年には、アメリカ、カナダ、韓国、フランス、ベトナムに日本を加えた6か国が参加して雪像製作の腕を競い合う、「国際雪像コンクール」がスタートした。2017年の第44回「国際雪像コンクール」には11の国や地域が参加するなど、現在も国や地域を拡大しながら継続している。

2005年には、40年続いた真駒内会場を閉鎖し、2006年から2008年は「サッポロさくらんど会場」を開設、2009年からは第2会場を「つどーむ会場」とするなど、市民がより楽しむための新たな雪まつりの創出に向け進化を続けている。

2010年には、シティプロモート連携協定の一環として、初音ミクの雪像を作ったことを契機に「雪ミク」が誕生し、2013年には、大雪像にプロジェクションマッピングを映し出し全国的な話題になるなど、札幌市民も何度も行きたくなるような仕掛けを行っている。

札幌市内の3会場で行われる雪まつりは、日本全国や海外から260万人（2017年264万人）が訪れる世界的なイベントに成長し、札幌市のみならず日本を代表する観光イベントとなった。2014年に行われた第65回さっぽろ雪まつり（開催期間2/5～2/11）の札幌市内消費総額（来場者による市内消費額の合計）は329億円、生産波及効果（関連産業やその他産業も含む波及効果）も419億円など、大きい経済効果（札幌市観光文化局調べ）をもたらしている。

## 今後の方向性

「さっぽろ雪まつり」開催にあたっては、主催団体である札幌市、札幌観光協会、札幌商工会議所、札幌市教育委員会で構成される実行委員会、観光関係団体や市民団体の代表者など約100名で構成される実行委員会委員に加え、2基の大雪像を制作する陸上自衛隊を含めた行政、市民、陸上自衛隊が三位一体となって運営を行っている。また、大雪像制作、観光、外国語、福祉など各分野延べ2,000人以上のボランティアが参加しており、「さっぽろ雪まつり」が市民自らの手で作り上げられていることがわかる。

世界的なイベントとなった「雪まつり」であるが、今後は、増加する外国人観光客をターゲットにした会場内のWi-Fi設備やWeb等の多言語化など、さらなるサービスの向上に向けて取り組む予定となっている。大きなイベントへ成長しているが、札幌市民の手による札幌市民のためのイベントという軸を持ちつつ世界へ発信される「雪まつり」となることで、札幌市民にとっての自慢となることが期待される。

## 地域住民を対象に道北の食を一堂に集めた中心市街地活性化

### 地域の概況

旭川市は、旭川市は北海道のほぼ中央に位置し、道北の経済、産業、文化の中心都市であることから物流の拠点であるとともに、旭川空港は東京・名古屋・大阪などへ直行便が就航しており、札幌市に次ぐ第2の都市である。面積は747.66km<sup>2</sup>、人口は342,633人(2017年1月末)となっている。人口推移をみると、1986年までは増加傾向であり、1986年の365,311人をピークに1980年代後半は減少するが、1990年代はやや持ち直すものの1998年の364,845人以降は現在まで人口減少となっている。

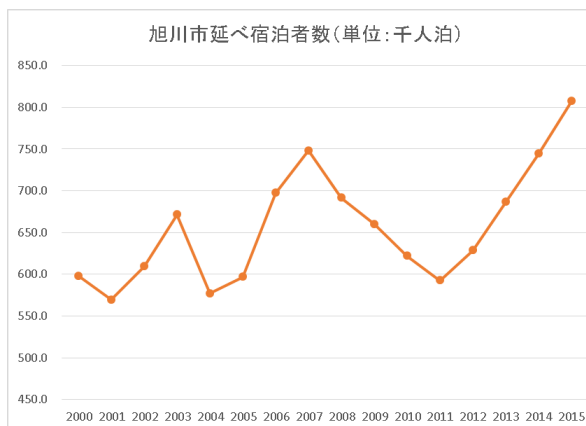
また、国際会議観光都市に認定(北海道では、旭川市、札幌市、釧路市の3市が認定)されており、旭山動物園をはじめ、旭川にゆかりのある文学者としての三浦綾子記念文学館、北海道ガーデンを提唱する上野ファームなど、ユニークな観光コンテンツとともに道北観光の拠点として、現在では80万人泊を突破し新たな産業として確立している。

旭川市の近隣には、上川町の層雲峡温泉、東川町の旭岳温泉や天人峡温泉など温泉地が多く存在しているが、旭川市はビジネスホテル等の駅前を中心とした都市型の宿泊が増加していることに特徴がある。

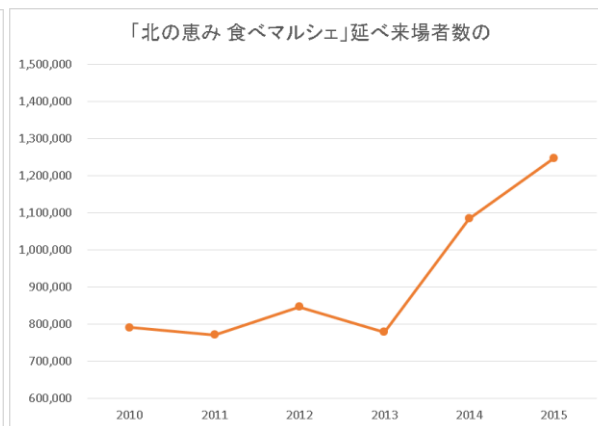
旭川市は、全国的なブランドとなりつつある、旭川家具をはじめ、紙・パルプ、食品製造業、卸・小売業、北海道有数の米どころとして知られている。また、特に近年、食の高付加価値化やブランド化への取り組みが行われており、旭川ラーメンのほか、B級グルメ開発に取り組んでいる。まさに、道北経済の中心都市であり、大手生鮮食品卸業者がいることで、オホーツク海、日本海、太平洋からの水産物や富良野や美瑛といった近隣からの農産品や十勝からの畜産品まで多くの食が集まる地域となっており、これらを要因として、多くの宿泊客からは、食を楽しみに来ているということに特徴がある。

### 観光統計データ

○旭川市延べ宿泊者数の推移



○食べマルシェ来場者数の推移



注) 来場者数は旭川市データから作成。



## 観光振興への取組経緯と内容

2010年より「北の恵み 食べマルシェ」が始まった。第1回目の開催は、永山村としての開村120周年行事として事務局を別途設置して実施していたが、来場者からの好評を受け、継続開催となり、現在では7回目が行われたところである。

開催目的は北・北海道地域の各自治体及び交流都市など地域自慢の食を一堂に集めた食の市場（マルシェ）を、本市中心市街地で開催することにより、中心市街地の活性化や賑わいの創出を図ること、また、食べマルシェの開催を通じ、地域の農業や食品製造業の振興と販路拡大を図り、多彩で豊かな食の供給基地である北・北海道の特色を全国に向けて広く発信することである。

現在は、旭川市役所、商工会議所、地場産業振興センターが中心となり実行委員会形式として実施しており、この委員会には約50の団体が入っている。財源については、市役所からの補助金ならびに各社の出店料と協賛金で運営されている。

来場者アンケートによると、約70%が近郊、約25%が道内、約5%が道外からの来場となっているように、地域住民のためのイベントとなっていることが特徴である。あくまでも、地元目線で、地域性を重要視して取り組んできたことから、道北で事業を実施している出店者にとっても出店しやすい環境となっている。この結果、道北地域と一体となった北・北海道という地域性が醸し出され、札幌で行われている「さっぽろオータムフェスト」との差別化が図られている。

また、本イベントでは、食べマルシェ会場で使用している金券（「お楽しみチケット」として販売）を旭川市内中心部で、店頭へのぼり旗やポスター等を掲示して「北の恵 食べマルシェ」のPRに協力する各店舗（「食べまるショップ」と言う）でも使える仕組みになっており、イベント会場外の店舗や食とは関係ない店舗もイベント効果が期待できることから、イベントの盛り上げに連携支援していることが成功の要因として考えられる。

広報活動は、限られた予算の名で実施しているため、マスメディア活用よりも、WebやFacebookといったSNSを中心に活用している。過去に、首都圏でのプロモーションを行い、クーポン等を配布したことがあるが、使われたのは数件にとどまったため、費用対効果も踏まえてWebマーケティング中心の取り組みとなった経緯にある。Webを見やすくした副次的な効果としては、電話での問い合わせが減り業務効率が上がったという。

## 今後の方向性

食関連のイベントは、さっぽろオータムフェストの他、函館のグルメサーカス、帯広のとちかちマルシェなど、多くの地域で行われている。これらのイベントと競合することとなるため、一層の道北ならではの食の質（美味等）の向上が必要となっている。また、来場者の満足度を向上させるためにも、1食あたりの量を減らして複数種類食べてもらう仕掛け等、今後のすべきことは残されているといえよう。

なお、インバウンドも自然と増加していることから、多言語による案内看板の設置や、道路でのイベントのため車椅子やベビーカーの段差解消対策が必要となっている。イベントでの集客としては、食というコンテンツが非常に有用であることを示す事例である。その際には、地域性を全面に出すことが成功の要因と学ぶことができる取り組みである。

## 写真の町宣言から始まる“東川町で住み働きたい”町の創造へ

### 地域の概況

東川町は、北海道第2の都市である旭川市に隣接している地域であり、大規模な森林地域を有し「大雪山国立公園」の一部に入る。東川町の面積は247km<sup>2</sup>であり、人口は1995年（7,211人）をボトムに人口増加に転じ、2016年12月末には8,188人となっている。

東川町の特徴としては、上水道普及率0%であり、鉄道も国道もない地域となっている。この情報だけを見ると、生活に不自由を感じるが、実際のところ、旭川駅、旭川空港や総合病院も近くにあり、大雪山から地下にしみ込んだ地下水で塩素消毒のない天然水を使っている等、自然の恩恵を最大に受け、安心して住むことができる町として人気がある。

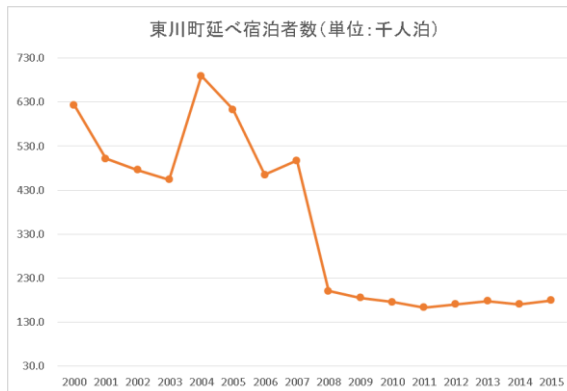
近年は、周辺市町村や海外を含めた道内外からの移住者の増加と共に、こだわりを持つカフェ、レストラン、ベーカリー、セレクトショップやクラフトショップなど、移住者による新規開業が続いており、ますます地域の魅力が向上する好循環を生んでいる。

東川町では、地域の活性化のためには、地場産業の後継者の確保等により今住んでいる人がこの地に住み続けたいと思える仕組みと、国内外を問わずネットワークを強化し、外から入ってくる機能を高めることが必要と考えている。

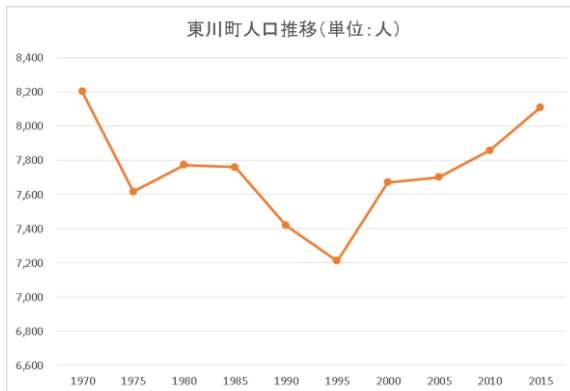
過去は「お米と工芸、観光の町」をキャッチフレーズに発展してきたが、1985年に「写真の町宣言」を行い、以降、「写真の町東川賞」、「東川町国際写真フェスティバル」、「写真甲子園」、「高校生国際交流写真フェスティバル」と多くのイベント等を展開している。この結果、国内外に開かれた町としてネットワーク化が図られ、町民に写真映りの良い町にしようとする意欲が高まった。2000年代後半からは「ひがしかわ株主制度」（ふるさと納税制度を活用し、東川町ならではのプロジェクトの中から投資したい事業を選んで申し込む。これにより株主証や株主優待特典を受けることができる。）や「君の椅子」（東川町で生まれた子ども達に子供の成長を町全体で見守るという意味を込めて手作りの椅子を贈る）等の取り組みを展開し、地域の魅力向上を実現してきた地域である。

### 観光統計データ

○東川町延べ宿泊者数の推移



○東川町の人口推移(国勢調査)



## 観光振興への取組経緯と内容

東川町では、1985年に「写真の町宣言」を行い、東川町の植物や動物たちの自然環境、先人たちとともに作ってきた農村風景を守り、地域住民も含めての“写真映りのよい”地域を目指してきた。

そして、約30年が経過した2014年には、これまでの写真文化の積み重ねを踏まえ、写真文化と世界の人々をつなぐ役割を担い、地域を「写す、残す、伝える」を大切にしたい写真文化の中心地として「写真文化首都」宣言を行った。

このように写真を軸とした地域づくりを進めている中、1985年の宣言を行った年から、「東川町国際写真フェスティバル（愛称：東川町フォトフェスタ）が毎年、開催されている。全体の会期を約1カ月とし、7月末に設定されたメイン会期には、写真の町東川賞授賞式を中心に、受賞作家作品展やシンポジウム等、写真のみならず異分野の文化と出会うイベントも多数行われている。

さらに、1994年からは、全国の高校の写真部やサークルを対象にして行われる写真大会である「写真甲子園」を始めることとなる。これは、地元のサポーターの応援のもと、全国から集った高校生が北海道を舞台に写真を撮影し、作品審査及びプレゼンテーション審査により優勝校を選抜するイベントである。今では、500校を超える応募があるなど全国的なイベントにまで成長している。

2015年からは、東川町を写真文化の中心として、次代を担う世界の高校生同士が写真文化を通じて交流することを目的に、「高校生国際交流写真フェスティバル」も開催している。2016年には世界の14の地域の高校生同士が交流を行っている。このような活動は、継続されることで大きな蓄積となろう。

この「写真の町」による地域づくりで、最近は大雪山、羽衣の滝（天人峡）といった自然だけでなく、おしゃれなカフェやベーカリーショップ、クラフト工房等町の魅力自体でも観光客が訪れるようになっており、まさに好循環を生み出している。

## 今後の方向性

「写真の町宣言」を行ってから、質の高い被写体となる地域づくりを一環として継続している。そして、写真を軸としたイベントは、他地域で行われているような集客を目的としたイベントとは性質が異なり、写真を愛する人のために地域住民が応援するイベントとなっている。

写真甲子園は、日本全国の高校生のみならず世界中の高校生をも巻き込んだ写真甲子園と新たなステージへ進んでいる。また、2017年冬を目標に映画「写真甲子園」の撮影が始まっており、近隣の美瑛町、上富良野町、東神楽町、旭川市でロケが行われている。映画の公開とともに、東神楽町を含め道北地域はますます注目を集める地域となろう。

東川町で実施している写真を軸としたイベントは、観光という分野を超え、国際交流や国際化の推進とつながっているといえる。また、東川町の新たな取り組みとして、2015年に日本で最初となる公立「東川日本語学校」が開校した。ここでは、台湾、韓国、タイ、中国などから多くの生徒が集まっており、累計1,683人（2016年9月現在）となり、東川町の新しい住民として、地域の国際化がますます加速している。

## 厄介者だった流氷を観光資源として活かす

### 地域の概況

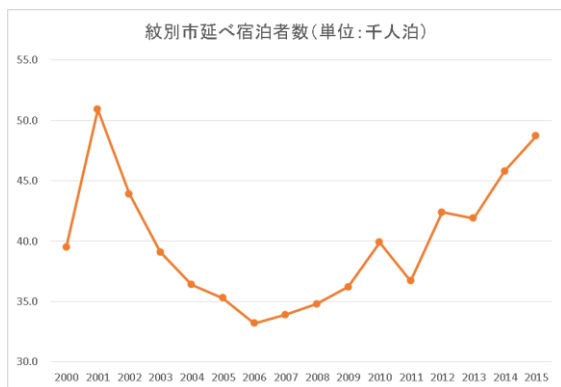
紋別市は北海道のオホーツク海沿岸のほぼ中央に位置し、一帯の土地は内陸へ徐々に高さを増し、西部は南北に連なる北見山地に南部は東西に起伏する千島山系に囲まれている。弁天岬から弓状に伸びる海岸線は風波を避ける天然の良港で、オホーツク海屈指の港まちである。気候は冷涼で特に冬期は流氷の到来もあって寒冷である。市の面積は、830.70k m<sup>2</sup>。人口は1970年には35,110人であったが、現在は22,869人（2016年12月末）と減少傾向となっている。基幹産業は、資源が豊富なオホーツク海を中心とした水産業であり、その他に畑作や酪農も盛んである。過去には、金や水銀など鉱業も栄えていたが、資源枯渇等の理由から閉山している。

水産業としては、道内でも早くから漁場として開け、豊かな海に支えられ『水産業のまち』として発展してきた。かつては、沖合底曳や遠洋漁業などの大資本を要する大型漁業が盛んであったが、200海里専管水域の設定による漁業規制の強化は、沖合・遠洋漁業の衰退をもたらした。しかし、沿岸漁業は、獲る漁業から育てる漁業へと転換し、協業化、共業化も進んでホタテやサケ・マスを中心に漁業生産の安定化が図られ、漁業経営は次第に安定してきた。漁協の組合員は約170経営体、漁獲は平均7万トン、78億円となり、水産加工場数もおおよそ70軒程度、従業者数は約1,900人という、経済基盤となっている。

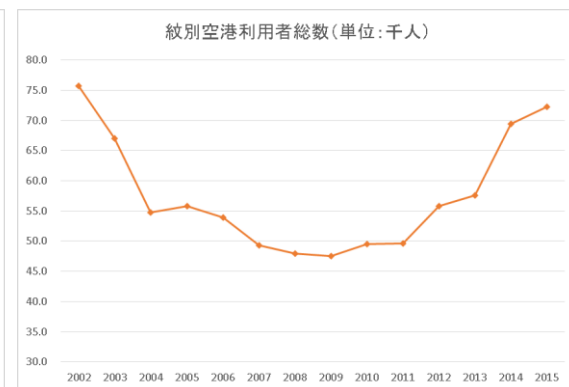
1989年にJR名寄本線が廃線となって以来、「鉄道の通らない市」となっていたが、1999年に新オホーツク紋別空港が開港し、現在は東京直行便が1往復就航しており、利用者への助成制度等の取り組みによって利用者数も増加傾向にある。また、わが国唯一の氷海域であるオホーツク海の特徴を生かし、冬季はガリンコ号による流氷観光、夏季は花観光や釣クルーズ体験など、四季折々のオホーツクの自然を利用した観光にも注力している。そのため、観光入込客数で見ると夏季と冬季の2回ピークが現れることも特徴である。

### 観光統計データ

○紋別市延べ宿泊者数の推移



○紋別空港利用者総数の推移



注) 紋別市資料より作成。

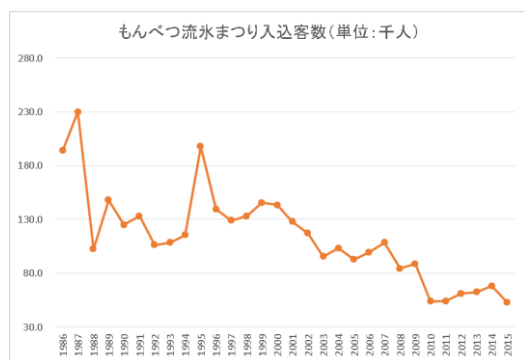
## 観光振興への取組経緯と内容

冬季の紋別市は、流氷に閉ざされ、漁も休みとなり、市民も閉じこもりがちな生活を過ごしてきた過去があった。「もんべつ流氷まつり」は、「1日も早い海明けと1年間の豊漁を願う」という意識から、1963年に全国でも初めての流氷まつりとして開始された。以来、2017年で55回を迎える長期的なイベントとして成長してきた。

もともとは市民が冬も楽しむという趣旨からスタートし、天然氷（約100kg）を13,000本使用した大小数十基の氷像や滑り台などを制作し展示し、市民が楽しめるイベントとして実施していた。特に、天然氷を使用した氷像は紋別市だけである。しかし、流氷は市民にとって厄介者という意識は続いていた。

その意識が反転する契機となったのが、1982年に流氷都市宣言を行い、1986年から北方圏国際シンポジウムを開催する中で、流氷の観光利用に着目され始めた。さらに、1987年には、世界初の流氷砕氷観光船「ガリンコ号」が就航したことで、流氷の観光利用に決定打となり、以降、流氷を求めて国内外から観光客が訪れるようになった。また、1987年には市民組織流氷あいすらんど共和国が誕生、毎年1カ月間開国しており、野外でのまるかじりパーティーや巨大迷路など、イベントを盛り上げる活動を行っている。それら相乗効果もあり、もんべつ流氷まつりも1980年代後半以降は入込客数10万人を超える状況が続いてきた。

ところが、地球温暖化の影響もあってか、紋別市の流氷接岸が近年減少傾向となってきたこと、また市内の宿泊受入能力の限界もあり、もんべつ流氷まつりとしての入込客数は減少傾向となっている。



注)もんべつ流氷まつり入込客数は紋別観光協会資料より作成。オホーツク振興局データより作成。

## 今後の方向性

かつては厄介者の流氷が、今は貴重な観光資源としての意識が浸透してきたが、皮肉にも流氷接岸が減少してきており、市民にも流氷を待望する意識が高まるようになっている。

冬にも集客できる資源を見出したことによって夏冬2度にわたって集客のピークができることを生かし、近隣の網走と連携するなど、模索を行っている。

このように、未利用資源を観光資源化する取り組みについては、国内外問わず参考になるべき点が多い。地域の観光資源を発掘するためにも厄介者を見直すことも、この事例から学ぶべき点である。

## オホーツクを横断して満喫するサイクリングのスタートとして

### 地域の概況

雄武町は北部オホーツク海沿岸にあり、北東側一帯はコバルトブルーに輝くオホーツク海に面し、海岸から南西に延びる大地は牧草地が広がり、南部から西部には険しい北見山地が連なっている。面積は 636.86k m<sup>2</sup>、人口は 4,543 人（2016 年 12 月末）である。

雄武町の主要産業である水産業は、冬季、流氷に覆われるため漁場が守られ資源に恵まれた世界的にも好漁場を有しており、毛ガニ、ホタテ、秋サケを始めタコやウニ、昆布など素材に恵まれている。

また、食品衛生基準 HACCP に適合した加工施設や漁港の整備が進められており、一方、いち早くサケ・マスの孵化事業、コンブ養殖、ホタテの稚貝放流、毛ガニなどの資源維持対策を実施しており、シロザケ「雄宝」、「雄武前浜産めじか」、「雄武流氷昆布」などのブランド化も進められている。また、冷涼な気候と広大な土地を生かした酪農や、町面積の 3/4 を占める森林による林業も盛んである。

雄武町の観光シンボルはオホーツク海の水平線から昇る「日の出」であり、オホーツク海に突起した日の出岬には、温浴施設やホテル、キャンプ場が整備され観光拠点となっている。また、「毛ガニまつり」など食を前面に出したイベント等の工夫によって観光客誘致を進めてきたが、減少が続いている。

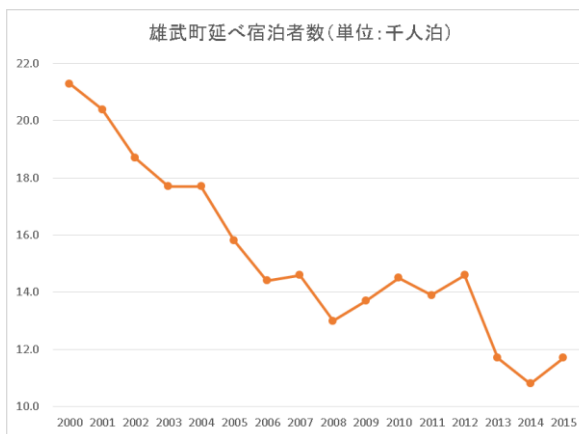


流氷と日の出（雄武町 Web より引用）

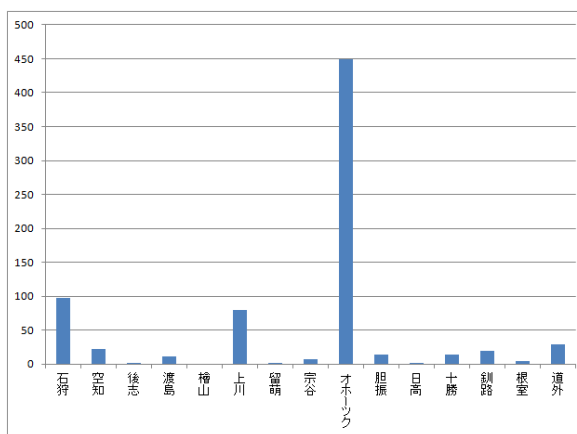
2014 年には、自然とのふれあいや地域交流などの滞在型・体験型観光のニーズに対応するべく、観光協会の機能強化を目的として、法人化を実施するなど、新たな観光地域づくりを目指して取り組んでいる地域である。

### 観光統計データ

○雄武町延べ宿泊者数の推移



○オホーツクサイクリング 2015 地域別参加状況



## 観光振興への取組経緯と内容

オホーツク沿岸地域では、恵まれた観光資源を有しながらも、広域で連携した取り組みが行われていないということから、1982年にオホーツク振興局（当時の網走支庁）が発案し、コースとなっている市町から構成される実行委員会形式で開始されたのが、「オホーツクサイクリング」である。以来、2016年で35回を迎え、唯一のオホーツクを横断するスポーツイベントとして開催されている。

サイクリングコースは以下のとおりで、うち3コースが雄武町をスタートすることとなっている。スタート地となる雄武町では、町職員自ら総出で参加者のサポートや警備業務に当たり、スタートの前日に参加者が集合し前夜祭を開催している。

コース名	走行距離	区間	2016年参加者
オホーツク街道フルコース	212km	雄武町～北見市常呂～斜里町	494人
オホーツク街道牧歌コース	53km	雄武町～紋別市	25人
オホーツク街道満喫コース	133km	雄武町～北見市常呂	40人
オホーツク街道メルヘンコース	41km	網走市～斜里町	194人



注) 公式 Web より引用。

参加者は、1982年の開始時には470人でスタートしたが、1990年代の1,600人をピークに減少に転じ、2016年では全コース合計で753人（申込者ベース）となっている。

近年では、参加者の高齢化が進んでいること、参加者のニーズが多様化してきていることもあり、新たな展開が必要な時期に来ている。

また、①雄武で宿泊するのが大会前日で、参加者の多くは体育館で雑魚寝であること、および、②特にマイカー利用者は斜里町を拠点にする者が多く、大会前日にゴールの斜里町に集合するとバスで雄武町まで送るサービス負担もあること等から、経済効果は限定的であるとの見方がある。しかしながら、オホーツクを212kmにわたり横断できるイベントであるため、根強いファンも多く、35年にもわたって開催されてきたことや広域的取り組みへの評価は高く、このイベントを地域の魅力発信の絶好の機会としての期待も大きい。

## 今後の方向性

オホーツク地域の恵まれた自然の中、コースは交通量があまり多くないなどサイクリングに適した環境を有している。従来はコース完走のみを目標としてきたが、今後は景観や食などの地域資源を組み合わせることにより、サイクリングを核とした滞在型観光を促進していくことが期待されており、オホーツク地域サイクリングブランド化事業として、ブラッシュアップ策を検討していくこととしている。

## 知床ファンタジアに代わる新たな体験型イベントへの挑戦

### 地域の概況

斜里町は、オホーツク海に面し知床半島を羅臼町と二分している。斜里町の基幹産業は、農業、漁業、観光業となっている。面積は737km<sup>2</sup>、人口は11,840人（2017年1月末）であり、1960年の国勢調査時の18,371人をピークに減少傾向となっている。

延べ宿泊者数をみると、過去には60万泊を超えていたが、旅館の廃業も重なり減少傾向となっていたが、現在は45万泊まで回復している状況となっている。回復の大きな要因としては、やはり他の地域と同様にインバウンドによる宿泊が伸びていることにある。2014年までは3万泊を超えることがなかったが、2015年には4.2万泊まで伸びており、アジア圏からの宿泊ニーズが高まっていることがわかる。

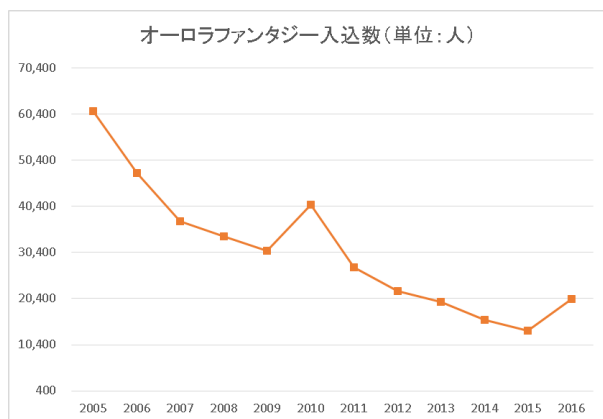
知床観光の弱みとしては、冬期間の入り込みが減少することであり、これは以前から大きく変わっていない。雪と流氷で陸も海も閉ざされてしまう知床・ウトロ地区にとって、冬期間の生計をいかようにして構築するかが大きな課題となっていた。これは北海道の他の地域でも同様の課題を有しており、その中で、1976年には層雲峡氷瀑まつりなど冬のイベントが行われ始めることとなる。

その中で、地域向けのローカルイベントとして行われていた「知床スノーフェスティバル」の反省会の中で、ウトロのホテルを中心に集客力のあるイベントが求められ、知床らしいテーマの企画を実施するという議論となった。その結果、1958年に知床の空に「オーロラ」が出現したという記録から、これを再現するという企画が生み出され、それが1987年から始まる「知床ファンタジア」とつながってくる。

知床ファンタジアは、回を重ねるごとに知名度を上げ、開催期間中には10万人の人が訪れるイベントとなった。夜間のイベントということもあり、本イベントの来場者は宿泊が前提となるため、大きな成果とつながっていた。

### 観光統計データ

#### ○オーロラファンタジー入込数の推移



#### ○知床流氷フェス来場者数

目標値：6,000名（150名×40日）

実績：7,397名（264名×28日）

取材：テレビ取材3件、新聞取材4社



## 観光振興への取組経緯と内容

知床ファンタジアのオーロラファンタジーが開催され、一定以上の成果を収めたことや、プロジェクションマッピングのように新しい視覚に訴えるエンターテイメントが出てきていることもあり、新たなイベントへリニューアルすることが決まり、2016年の第30回が最終回となった。

2017年からは、ウトロ地区の若者を中心とした実行委員会が組織され、新規の体験型イベントである「知床流氷フェス」が開催されることとなった。開催期間は、2017年1月30日～2月28日までの約1カ月のロングランイベントとなっている。

イベント会場を、国設知床野営場をグリーンステージ（有料）、オロンコ岩トンネル奥をブルーステージ（無料）として2箇所に分け、それぞれの場所にて体験型のイベントを開催した。グリーンステージでは、知床特製の飲食の提供やアイスタワー（氷の造形）の設置、アイスバー（氷と雪で作られたドーム状のかまくらで特製ドリンクの提供）、焚火コーナー、スライドショー（知床の自然や動植物の画像の上映）や空中テントなど、観ることから体験することを重視するプログラムへリニューアルされていることに特徴がある。ブルーステージでは、オロンコ岩のライトアップや、流氷の海中ライトアップ、星空観察などを行っている。この海中ライトアップに向けて、2015年には景観証明実験を実施し、流氷ライトアップの可能性も調査実施するなど、長期的な視点で本イベントのリニューアルに動いていることがわかる。



注) グリーンステージの様子。知床斜里町観光協会 Web より。

## 今後の方向性

知床流氷フェスでは、知床のグルメが味わえるほか、ネイチャーガイドによるトークショーなど、知床を周遊するだけでは見つけることができない新しい発見を得ることができ、このようなところが特に評価が高かったようである。また若い世代や、女性、ファミリー層からの評価が高い。今後、本イベントを継続的に実施することで、知床のファンづくりにつながると考えられる。実行委員会による Facebook や Instagram を使った情報発信も積極的に行われており、今後は参加する人も増加すると思われる。

これまでの知床ファンタジアは、基本的に参加が無料のイベントであったが、知床流氷フェスは参加が有料となっており、実行委員会にとってますますマネジメント力や品質が求められてくるものと考えられる。過去の成功体験にとらわれず、新しいことに挑戦するという事は非常に勇気を有することであることから、若い世代による新たな取り組みには、期待したいところである。

## 飲む・楽しむを通じた日本一のワインの町を目指して

### 地域の概況

池田町は、1896年から本格的な開拓が始まり、「池田農場」と「高島農場」の二大農場によって開拓が進められた。水害や冷害、病虫害などによる凶作等乗り越え、農業を基幹産業として発展し、2008年には開町110年を迎えた。池田町は、十勝平野の中央より東側に位置し、面積は371.9km<sup>2</sup>、人口は6,986人（2017年2月末）となっており、1955年にピークに人口減少が続いている地域となっている。

池田町は農業が基幹産業であるが、1952年の十勝沖地震により大きな被害を受けたことから、新たな農業振興の必要性が高まっていた。その中で、1962年には池田町農産物加工研究所を設立し、1963年には自治体としては初めてとなる酒類試験製造免許を取得し「十勝ワイン」が誕生した。翌年、ブドウ栽培研究とワイン製造を推進する「池田町ブドウ・ブドウ酒研究所」が設立され、現在までワインの製造が行われている。1974年には、グルジア（現在のジョージア）の首都トビリシの郊外にある山上レストランをモデルとした施設が完成し、「ワイン城」として町民からも親しまれている。

特に「ワイン城」は、ワインの製造施設としてだけでなく熟成室などの見学エリアやレストランを併設することから地域の主要な観光施設となっている。また、ワイン城に併設されているショッピングエリアは、池田町の特産品と酒類を販売する町内29事業所が共同出資する民間2法人が運営していることから地域経済活性化の役割も担っている。

池田町は、十勝川温泉から阿寒や釧路、知床方面との中継地点として、キャパシティの問題から宿泊数にはつながらないが昼食需要が非常に高く、ワイン城のレストランの役割は非常に大きい。近年のインバウンドの動向もあり、ワイン城での販売額等は増加傾向に転じている。

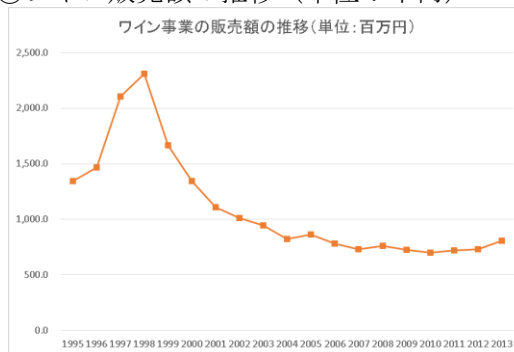
また、ワインを中心に据えながら、「いけだ牛」のブランド化など、観光協会や農協などが連携しながら、新しいツーリズムの構築に向けて取り組みが進んでいる。

### 観光統計データ

○池田町延べ宿泊者数の推移



○ワイン販売額の推移（単位：千円）



注) 池田町役場資料より作成。

## 観光振興への取組経緯と内容

毎年10月の第1日曜日、ブドウの収穫とワインの仕込みが最盛期となる時期に池田町観光協会主催の「秋のワイン祭り」が開催される。2016年の開催で43回目となる長期的に行われているイベントである。ワイン祭りは、池田町で生産されたワイン、牛肉、ソーセージなどの特産品を消費してもらう地産地消の最大のものであると同時に、町内の商工業者のネットワーク構築や経済活性化の場としても位置づけられている。ワイン祭りの始まりは、1976年にワイン城の完成記念の祝賀会にまで遡る。祝賀会では、池田町の各戸から町民を一人ずつ招待するという一方で、まさに地域ぐるみのイベントとして行われ、町内の出席人員で3,600人、外部からは600人、合計で4,200人、さらにワイン城を見ようと来町した観光客も加わり、約5,000人が参加する大規模な祝賀会となった。そして、牛12頭、羊8頭、ワイン20樽がふるまわれ、一番の人気となったのは、「牛の丸焼き」であり、池田町が元祖でありそのノウハウが現在まで引き継がれている。

このワイン祭りが10年を経過した時点で、運営主体が行政から観光協会へ移ることとなる。現在は、「秋のワイン祭り」として、赤・白・ロゼのワインと、グレープジュースが飲み放題、ビーフソーセージ、ビーフハンバーグ、鮭のちゃんちゃん焼き、そして、メインとなる牛の丸焼きが振る舞われている。

来場者数は、キャパシティコントロールを考え、第一回目の5,000人から変動することなく、現在も同規模で開催されていることが特徴であろう。特に、池田町観光協会のマネジメント力により、ローソンチケットやチケットぴあなどの民間企業と連携して、チケットの販売を行っており、行政からの補助金なしの独立採算制で実施しているように、他地域で実施されているいわゆる産業祭りとは違う役割を担っているといえよう。

特に近年は、臨時列車や観光バスの運行もあるなど、多くの企業を巻き込んだ人気イベントへ成長している。本イベントのチケットが事前に完売することもあり、これが町民の誇りにもつながっているようである。

一方、インバウンドからの問い合わせが出てきているが、チケットの手配の関係上、現在は積極的な対応をしていない。また、ワインを海外に売ること自体が目的ではないこともあり、来場数を追うのではなく、イベントの主目的を見つめ直すことから、インバウンド対応は積極的に行わないという観光協会の戦略に目を見張るものがある。

## 今後の方向性

池田町観光協会へのヒアリングによると、秋のワイン祭りから派生となる新しい取り組みが進められている。池田町の強みは、ワインの他、ブランデーやリキュールなど多品種の商品を有していることであり、この強みを生かすためには、多くの種類のワインを楽しむ仕掛けが必要となる。そこで、ワイン城の前庭にて、少人数制のガーデンパーティーを進めている。ワイン祭りは、バーベキューのイメージが強いが、ガーデンパーティーでは、机に座って、フルコースのラインナップで実施し、少人数制による顧客満足度をさらに高めることを考えている。

また、ワイン祭りをきっかけにして、札幌の飲食店やホテルなどで池田町のイベントやフェアを実施するところが増えてきている。このように都市との連携を強めていき、食を通じて池田町へ誘客することを今後も進める計画となっている。

## 5. 要約と JICA 事業との連携可能性

### (1) 本調査の要約と北海道観光の方向性

これまで、北海道観光について各種統計データや現地でのヒアリングを中心にしてみ取りまとめ、また主な課題点について示してきた。周遊型による団体客から個人化する流れは、IT 普及に伴い、ますます加速すると予測され、個人旅行者への対応力を高めることや、その地域自体の魅力を高め、再び訪れたい地域づくりを進めることは、最優先に取り組まなければならない。

そのためには、画一的な戦略ではなく、その地域に最適となる多様な戦略を立案しながら、その戦略を実行するための組織づくりや人材確保・育成であった。特に、各地域へのヒアリングを実施した中での最大の課題は人材の確保であろう。わが国では人口減少のステージへ移行しており、さらに観光地となると条件不利地域や農山村地域であることが多く、労働力の確保が難しい。働き手が減少する中で数を目指値に据えた観光戦略では、将来的に破綻することが簡単に予測できる。また、観光客数増加による渋滞など、住民の不利益が大きくなることで、住民と観光客の対立の可能性も存在する。数ではなく質を高めながら、そこに住む人達のための観光産業となるべきであろう。そのような観光地域づくりが今後の北海道を支えるものと考えられる。

ここで、北海道観光に対して有用な示唆を与えると考えられることから、観光先進地であるスペインの観光への取り組みについて、いくつか示すこととする。スペインのカタルーニャ州では、明確な観光戦略を有しており、その観光戦略をみると、あくまでも住民優先の観光マネジメントが行われている。同時に、観光分野においても持続可能性を軸に戦略が作られていることから、キャパシティコントロールや観光資源の有限性を視野に入れた活動を目指し、「都市集中型」から「地方分散型」の方針を取っており、住む人が幸せとなる観光地域づくりを推進している。

また、カタルーニャ州政府とバルセロナ市、そして、バルセロナ周辺地域に上記の戦略が共有されており、それぞれが整合性を取りながら戦略を推進している。さらに、州政府や市町村といった「官」と観光協会などの DMO や観光産業の「民」の役割分担が明確となっており、官は住民に対して責任を負い、民間は観光客に対して責任を負うという考え方が根付いている。例えば、バルセロナでは、市と観光協会において、市が戦略立案、DMO が実行部隊という役割分担が明確となっている。そして、地方分散型の観光戦略を実行すべく、バルセロナから周辺の農山村地域への積極的なルーラルツーリズムが展開されるとともに、住民が自らの地域を楽しめることを目指している。北海道においても、函館～札幌間のゴールデンルートに観光客が集中している現状から、周辺地域や道北、道東への地方分散型の戦略が必要とされている。このように、全道各地において観光戦略の確立とその実行に向けて、官民連携による積極的な推進が必要となっている。

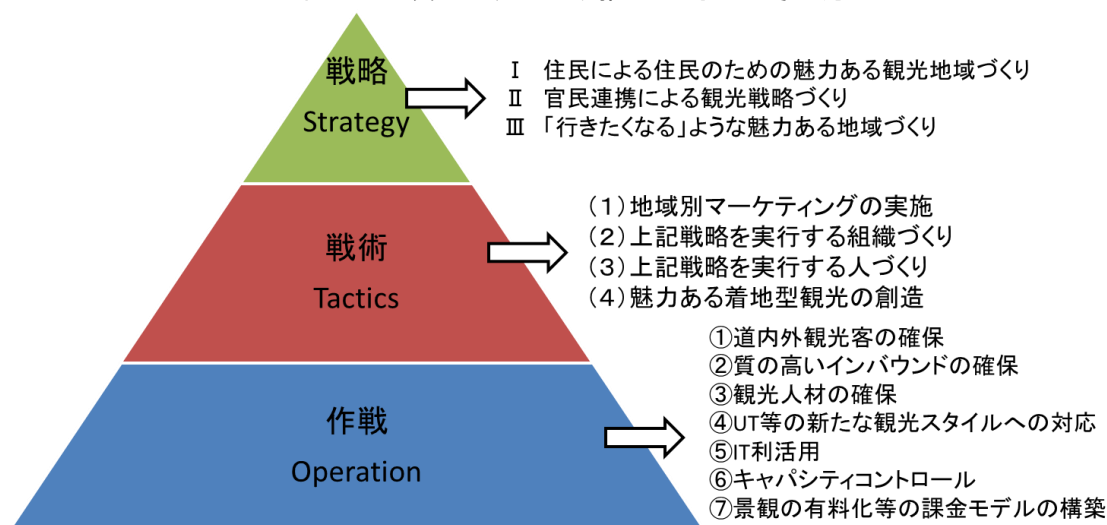
わが国では、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指しているが、これでは住む人と訪れる人が分離しており、観光客優先の地域づくり、いわゆる観光逆へ迎合した取り組みとなってしまう。このステージのさらに一歩先へ進んだ「住むように訪れる<sup>6</sup>」こ

<sup>6</sup> 2015年2月23日「産学官金連携セミナー 住みたい、訪れたい、みなみ北海道にしよう！」において、北海道大学観光学高等研究センターの石黒侑介准教授が提唱した概念。

とを目指し、地域住民の生活圏に存在する資源を有効活用した観光振興を実現することが必要となってくる。そして、その先には、「北の恵み 食べマルシェ」や「さっぽろ雪まつり」等の事例が目指しているように、地域住民が何度も足を運びながら楽しみ、その結果、生活の質を高めることが必要であろう。要するに、定山溪温泉の事例等でも示しているように、その地域に住んでいる人がその地域で観光することができるような観光地域づくりが必要となろう。

本調査を受け、図 24 に今後の北海道観光や新たな観光地域づくりを目指す地域にとって重要と思われる点を整理して示す。

図 24 観光地域づくり推進に向けた考え方



## (2) 北海道観光振興と JICA 事業との連携可能性

近年、急成長を見せる中国の観光市場を見てみると、物見遊山的な団体旅行から、FIT へのシフトが加速している。これは、日本の観光市場の推移を勘案すると、経済成長が進むほどに団体旅行から FIT へシフトしていくものと考えられる。したがって、開発途上国においても同様な市場の移行が行われると予想することができる。この市場の動向については、開発途上国向けの観光に関する研修でノウハウを移転することで、よりマーケット志向の考え方を伝えることが可能となる。

特に、事例調査を踏まえ北海道観光を俯瞰してみると、世界自然遺産をはじめ、自然環境型観光地、温泉観光地、食を通じたツーリズム、農山村地帯でのグリーン・ツーリズム、流氷の観光資源化、離島観光、など、多種多様な観光資源を有しているモデル地域と換言することができる。このように北海道は、開発途上国にとって、研修プログラムの構築や視察先の選定など、多様なニーズに合わせた研修を実現できる地域といえる。

また、北海道の観光をみると、首都圏等の大きな資本がホテル等のインフラ整備を行い、そこで従事する従業員を地域で雇用するも、利益はすべて本社に戻るといふ、いわゆる支店経済が多くなっており、この状況は開発途上国におけるリゾート地の構造に近似している。雇用効果は生まれるが、地域全体への経済波及効果が薄いものになり、地域に十分な経済効果を波及させるための仕組みづくりが必要である。したがって、羅臼町での事例の

ように、地域の産業の生業（なりわい）をみせる観光開発など、スモールではあるが持続性の高い観光メニューの構築に向けた研修を行うとともに、開発途上国ですでに進められている持続可能な観光開発の事例を、北海道の各観光地へノウハウを移転するなど、情報の共有から生まれる価値の共創が必要となってくる。

以上を背景に、観光分野において、JICA 事業との連携可能性は、①JICA ネットワークを生かした海外の観光の専門家による地域観光資源の発掘と磨き上げ、②地域の観光人材における異文化や国際化への理解能力の向上、③開発途上国との人的ネットワークの構築、の3点に集約することができる。

最後に、北海道観光の最大の課題が、すでに述べたように人材の確保・育成である。青年海外協力隊の帰国隊員は、国外での生活経験から多文化や異文化に対応する能力が極めて高く、このような人材が観光産業の現場から強く求められている。また、倶知安や富良野、東川の事例のように、外部の人材が地域に入ることによる相乗効果や好循環を生み出していることから、海外生活を行ったことの実験等を生かした外部からの目線による地域のよさの再発見や磨き上げなど、地域での活躍が期待される場所である。北海道観光も変革期を迎えており、お互いに協力しあい北海道の課題解決を検討することは有意義である。

## 引用・参考文献 統計・Web データ

### 【著書・論文】

- DBJ 北海道支店 (2016)「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する訪日外国人旅行者の意向調査 (平成 28 年度版) 経済ミニレポート No.23」.
- 写真甲子園実行委員会 (2016)「第 23 回全国高等学校写真選手権大会実施報告書」.
- 高校生国際交流写真フェスティバル実行委員会 (2016)「高校生国際交流写真フェスティバル実施報告書」.
- 玉村雅敏・小島敏明編著 (2016)『東川スタイルー人口 8000 人のまちが共創する未来の価値基準』,産学社.
- 牛場春夫・酒井正子・齋藤謙一郎・志方紀雄共著 (2016)『日本のオンライン旅行市場調査 第 3 版』,フォーカスライト JAPAN.
- 東川町・東川町<写真の町>実行委員会 (2016)「東川町フォト・フェスタ 2016 実施報告書」.
- 公益社団法人北海道観光振興機構 (2016)「他府県との比較分析調査事業報告書」.
- 札幌市 (2013)「定山溪の魅力に関するアンケート調査報告書」.
- JICA 北海道 (2015)「北海道における地域振興・産業振興に関する調査 調査報告書」.
- 日本政策投資銀行 (2012)「地域ハンドブック 2012 年度版ー地域データと制作情報ー」.
- ひらふスキー場発達史刊行委員会編 (2011)『ニセコパウダーヒストリーーひらふスキー場リフト開業 50 年』,ひらふスキー場発達史刊行委員会.
- 尾家建生 (2010)「フード・ツーリズムについて考察」『観光&ツーリズム 第 15 号』,大阪観光大学観光学研究所報.
- 丸谷金保 (2007)『頑張ろう地域社会 赤字で町はつぶれないー米寿の『ワイン町長』が語る』,現代企画室.
- 知床斜里町観光協会 (2006)「オーロラファンタジー20 年の足跡」.
- 河西邦仁 (2006)「地域経営における第三セクター活用戦略の失敗」,『札幌学院商経論集 第 23 巻第 2 号 (通巻 109 号)』,札幌学院大学.
- 佐藤郁夫 (2006)「北海道観光のライフサイクル活性化」,『産研論集 第 31-32 号』,札幌大学経営学部附属産業経営研究所編.
- 丸谷金保 (1976)『乾杯! ワイン町長ー地方知事の「原点」に立つ町づくりの記録』,日本の自治を考える会.
- 北海道東北開発公庫調査部 (1978)「北海道観光の最近の動向」,『北海道東北開発公庫調査部調査』.

### 【統計データ等】

内閣府「地域の経済 2015」

(<http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr15/cr15.html>)

まち・ひと・しごと創生本部事務局「地域の取組事例集」

([http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/chiiki\\_shigoto/h27-12-08-siryoushi.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/chiiki_shigoto/h27-12-08-siryoushi.pdf))

国土交通省「観光白書平成 28 年度版」

(<http://www.mlit.go.jp/statistics/file000008.html>)

国土交通省「北海道総合開発計画 第1期～第8期」  
(<http://www.mlit.go.jp/hkb/plan.html>)  
国土交通省観光庁「旅行・消費動向調査」  
(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html>)  
国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査」  
(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>)  
国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」  
(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>)  
国土交通省観光庁「ユニバーサルツーリズムにおけるサービス提供に関する調査【概要】」  
(<http://www.mlit.go.jp/common/000999235.pdf>)  
厚生労働省「職種別、求人・求職・賃金状況（北海道2017年1月）」  
(<http://hokkaido-roudoukyoku.jsite.mhlw.go.jp/var/rev0/0126/7732/2017227194440.pdf>)  
厚生労働省「平成27年就労条件総合調査結果・労働時間制度」  
(<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/jikan/syurou/15/>)  
明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョン」  
([http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko\\_vision/pdf/honbun.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/pdf/honbun.pdf))  
北海道「北海道観光入込客数調査報告書 各年度版」  
(<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/irikomi.htm>)  
一般社団法人日本旅館協会「平成27年度版（平成26年度財務諸表より）営業状況等統計調査」  
(<http://www.ryokan.or.jp/top/news/detail/35>)

【ヒアリング先・市町村等 Web サイト】

阿寒湖温泉旅館組合 (<http://akanko-spa.jp/>)  
NPO 法人あかん観光協会まちづくり推進機構 (<http://www.lake-akan.com/>)  
旭川市 (<http://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/>)  
旭川市 北の恵み食ベマルシェ (<http://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/marche/>)  
池田町 (<http://www.town.hokkaido-ikeda.lg.jp/>)  
池田町観光協会 (<http://www.kankou-ikeda.com/>)  
株式会社 HK ワークス (<http://hkworks.co.jp/>)  
雄武町 (<http://www.town.oumu.hokkaido.jp/>)  
一般社団法人丘のまちびえい活性化協会 (<http://town.biei.hokkaido.jp/>)  
小樽市 (<https://www.city.otaru.lg.jp/>)  
一般社団法人小樽観光協会 (<http://otaru.gr.jp/>)  
オホーツクサイクリング (<http://gogookhotsk.jp/>)  
上士幌町 (<http://www.kamishihoro.jp/>)  
上士幌町観光協会 (<https://kamishihoro.info/>)  
株式会社川湯観光ホテル (<http://www.iionsen.com/>)  
環境省釧路湿原国立公園 (<https://www.env.go.jp/park/kushiro/>)  
釧路国際ウェットランドセンター (<http://www.kiwc.net/>)



釧路市 (<http://www.city.kushiro.lg.jp/>)  
倶知安町 (<http://www.town.kutchan.hokkaido.jp/>)  
黒松内町 (<http://www.kuromatsunai.com/>)  
五稜郭タワー株式会社 (<http://www.goryokaku-tower.co.jp/>)  
札幌市 (<https://www.city.sapporo.jp/>)  
一般社団法人札幌観光協会 (<http://www.sta.or.jp/>)  
鹿追町 (<https://www.town.shikaoi.lg.jp/>)  
斜里町 (<https://www.town.shari.hokkaido.jp/>)  
NPO 法人知床斜里町観光協会 (<http://www.shiretoko.asia/>)  
一般社団法人知床羅臼町観光協会 (<http://www.rausu-shiretoko.com/>)  
一般社団法人定山溪観光協会 (<http://jozankei.jp/>)  
弟子屈町 (<http://www.town.teshikaga.hokkaido.jp/>)  
洞爺湖町 (<http://www.town.toyako.hokkaido.jp/>)  
一般社団法人洞爺湖温泉観光協会 (<http://www.laketoya.com/>)  
TOYAKO マンガ・アニメフェスタ (<http://tmaf.toyako-prj.net/>)  
株式会社 NAC (<http://www.nacadventures.jp/>)  
登別市 (<http://www.city.noboribetsu.lg.jp/>)  
一般社団法人登別観光協会 (<http://www.noboribetsu-spa.jp/>)  
函館市 (<http://www.city.hakodate.hokkaido.jp/>)  
函館商工会議所 (<http://www.hakodate.cci.or.jp/>)  
函館山ロープウェイ株式会社 (<http://334.co.jp/>)  
函館湯の川温泉旅館協同組合 (<http://hakodate-yunokawa.jp/>)  
美瑛町 (<http://town.biei.hokkaido.jp/>)  
東川町 (<https://town.higashikawa.hokkaido.jp/>)  
富良野市 (<http://www.city.furano.hokkaido.jp/>)  
一般社団法人ふらの観光協会 (<http://www.furanotourism.com/jp/>)  
NPO 法人北海道ツーリズム協会 (<http://www.htu.ne.jp/>)  
一般社団法人摩周湖観光協会 ([http://www.masyuko.or.jp/pc/tow\\_lakes.html](http://www.masyuko.or.jp/pc/tow_lakes.html))  
紋別市 (<http://mombetsu.jp/>)  
一般社団法人紋別観光協会 (<http://mombetsu.net/>)  
羅臼町 (<http://www.rausu-town.jp/>)

本報告書の内容は、調査を通じて得られた情報等に基づきまとめられたものであり、国際協力機構の統一的な公式見解ではありません。

本報告書及び他の国際協力機構の調査研究報告書は、当機構ホームページにて公開しております。

URL:<http://www.jica.go.jp/>

なお、本報告書に記載されている内容は、国際協力機構の許可無く転載できません。

発行：独立行政法人国際協力機構 北海道国際センター

〒003-0026 北海道札幌市白石区本通 16 丁目南 4-25

FAX:011-866-8382

E-mail:[jicasic@jica.go.jp](mailto:jicasic@jica.go.jp)