稚内市観光振興ビジョン

平成２７年３月

稚　内　市

目　　次

～「観光都市わっかない」の目指すところ～

≪第１章≫　「稚内市観光振興ビジョン」の考え方

Ⅰ　「稚内市観光振興ビジョン」の基本的な考え方……１

Ⅱ　「計画」から「ビジョン」へ……１

Ⅲ　観光振興と観光地づくりへの認識……２

Ⅳ　稚内市観光振興ビジョンの期間と関連計画……２

≪第２章≫　稚内市観光振興計画の検証

Ⅰ　前計画の検証について……３

Ⅱ　方向１「行きたいと思う観光地としてのイメージをつくる」の検証……３

Ⅲ　方向２「訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる」の検証…４

Ⅳ　方向３「稚内観光を育てていくための推進体制を確立する」の検証……７

≪第３章≫　「観光」と「観光事業」における現状と課題

Ⅰ　我が国の「観光」の状況……１０

Ⅱ　稚内市における「観光」の現状……１０

Ⅲ　稚内市における「観光事業」の課題……１１

≪第４章≫　「観光都市わっかない」の実現と「観光事業」への展望

Ⅰ　「観光都市わっかない」の目指すところ……１２

Ⅱ　「観光都市わっかない」の実現に向けて……１２

Ⅲ　魅力ある観光地づくりのために……１３

Ⅳ　今後の「観光事業」への展望……１３
１．新たな体制の構築……１４
２．「観光都市わっかない」のプロモーション…… １４
３．観光（中核）施設の基盤整備……１５
４．観光資源の見直し・発掘……１５
５．観光客の満足度向上……１６
６．観光情報基盤の整備……１７
７．広域観光の推進……１８
８．交通基盤整備の推進……１９
９．MICE 等の誘致促進……２０
１０．外国人観光客の誘致促進……２１

≪参考資料≫

平成２５年度　観光入込客数状況について（抜粋）……２２

～「観光都市わっかない」の目指すところ～

◆　「日本最北端」は稚内にしかない「日本唯一」のものであり、最北の自然と景観、そして、風土を活かした魅力ある観光地づくりを目指す。

◆　団体観光客の誘致を継続的に実施するとともに、今、増えている「個人観光客」に対応できる受入体制の整備を進め、観光客の増加を図る。

◆　稚内市民が一つになり、おもてなしの心をもって、一人ひとりの観光客を温かく迎え入れる基盤づくりを進める。

◆　稚内市は近隣市町村と連携を図ることで広域観光を推進し、そのリーダーとしての役割を努め、宗谷地域の観光振興を図る。

◆　「日本最北端・稚内」を日本中に、さらには世界へ広めることで「訪れてみたい稚内」という「あこがれの地」のイメージ創出に努める。

≪第１章≫　　「稚内市観光振興ビジョン」の考え方

Ⅰ　「稚内市観光振興ビジョン」の基本的な考え方

これまで稚内市の観光振興施策の基本となっていた「稚内市観光振興計画」が策定されたのが、平成２２年３月、今から５年前のことです。

当時策定された計画は、今後の稚内観光の担い手となるであろう若手の方々で構成されたワークショップにおいて議論を重ね、稚内観光の現状と課題の把握、また稚内を「観光目的地化」するために必要な新たな認識や発想を模索しながら進められてきたところであります。

今回策定した「稚内市観光振興ビジョン」における基本的な考え方については、前計画の第一部第Ⅰ章「1．地域における観光振興の考え方」が今後の稚内市の観光振興を図っていく上で普遍的なものであることから、その内容を踏襲していくものとしています。

また、前計画では「観光」を観光客の行動を表す言葉として扱い、観光客を観光の主体としている一方、観光客を客体として扱う立場からの観光は「観光事業」と表現していますが、本ビジョンにおいてもその考え方を引き継いでいくものとします。

Ⅱ　「計画」から「ビジョン」へ

「計画」とは、現状（背景）の中で何かの目標や目的を達成するために、将来的にどのように行動すべきかを定めたものであり、前計画においても「方向」や「施策」といった表現で将来的な行動（事業）を位置付けているところであります。

近年の我が国における「観光」を考えるとき、主体となる観光客の目的が多種多様になっていることや、また国際会議や学会等の開催など、人が多く集まるようなビジネストラベルの一形態も含め広義的な意味合いを持つようになっており、さらには LCC（格安航空会社）の参入や北海道新幹線開業などの交通手段の多様化、スマートフォン等の情報通信機器の普及により安易な情報取得が可能となったことなど、前計画策定時の「観光」とは大きくその状況が変化しているところであります。

このような背景の中、前計画での「観光目的地化」を図っていくために、単純には「観光」を取り巻く時代背景に即した「観光事業」を実施することが観光振興にとって効果があることは言うまでもありませんが、刻々と変化する状況や多様化する「観光」目的に合わせ、その都度新たな「観光事業」を実施していくのは事実上不可能であると同時に、不透明な将来の「観光」目的に合った「観光事業」を計画することもまた困難であります。

今回策定した「稚内市観光振興ビジョン」では、「計画」という将来的な行動（事業）を制約しかねない内容を見直し、観光の主体である観光客に選ばれる観光地として、「観光都市わっかない」の将来像を明確にした上で、外的な要因の変化に左右されることのない観光地づくりを目指していくものとします。

Ⅲ　観光振興と観光地づくりへの認識

本ビジョンにおいては前計画の「１．地域における観光振興の考え方」を踏襲していくことを踏まえ、今後の観光地づくりのための展望等を整理していくこととなりますが、その前段の作業として最も重要な部分、「骨子」とも言える「観光振興」とは何かを明確に定めておくことが必要となります。

上述のとおり、前計画の考え方を踏襲するということは、既に「観光振興」という言葉の意味と理解も整理されていることになりますが、活字として再掲することで現状や課題を再確認し、「稚内市だからこそ」できる観光地づくりを考えていく機会とします。

≪前計画の「地域における観光振興の考え方」≫

（１）　観光の主体は観光行動を起こす「観光客」であり、観光事業者が主体となる観光は成立しないこと。
（２）　観光行動が地域で展開されることを目指すのが「観光地づくり」であり、観光地とは観光行動の場であること。
（３）　観光行動は「個人」、「観光地」、「社会的背景」の３つの要素が出会った場面で起こるということ。
（４）　個人の観光行動の集まりが観光現象を起こし、また互いの観光行動が影響し相乗効果を生むことで観光現象が豊かなものになる。このことから地域観光が着目すべき最大の関心事は個人観光客の意識と行動であること。
（５）　観光地の要素とは、どのように評価されている観光地か、あるいは未だ訪れていない潜在的な観光客がどのようなイメージを持つ観光地であるかという主観的な要素であること。

Ⅳ　稚内市観光振興ビジョンの期間と関連計画

「稚内市観光振興計画」については、その計画期間を５年間とし、これまで観光振興施策を実施してきたところでありますが、「稚内市観光振興ビジョン」においては、その期間を平成２７年度から平成２９年度までの３年間とし、期間中、必要に応じてその内容の見直しを行います。

また、「稚内市観光振興ビジョン」の策定にあたっては、第４次稚内市総合計画基本構想及び基本計画を上位計画とし、他の関連計画との整合性・調和を図ったものとします。

≪第２章≫　　稚内市観光振興計画の検証

Ⅰ　前計画の検証について

前計画である「稚内市観光振興計画」では、計画期間を平成２２年度から平成２６年度までの５年間とし、本市の観光振興の目指すべき３つの「方向」と、それぞれの方向に向かっていくための「施策」、そして施策を達成するための「事業」に区分し、事業ごとの年次行動計画を定めてきたところであります。

前計画の検証にあたっては、３つの方向ごとに、その実施内容や成果等を整理していくこととします。

Ⅱ　方向１「行きたいと思う観光地としてのイメージをつくる」の検証

方向１の「行きたいと思う観光地としてのイメージをつくる」では、新たなイメージ・コンセプトの創出とそれらイメージ等を的確に伝えるための事業を実施しました。

【実施内容】

方向１：行きたいと思う観光地としてのイメージをつくる			
施　　策		事　　業	実施内容等
１	新たなイメージ・コンセプトをつくる	イメージ・コンセプト広報改善事業	◆稚内市観光ガイドブック、パンフレットのデザイン更新及び多言語化（４カ国５言語／英語、ロシア語、韓国語、中国語【繁体字・簡体字】） ◆稚内市観光ＤＶＤの製作 ◆稚内ブランド認定制度の開始 ◆Facebook「てっぺんわっかない」の開設
２	イメージを的確に伝える	国内・国外広告宣伝推進事業	◆国内、国外旅行雑誌等への観光情報掲載 ◆ＷＥＢを活用した広告宣伝
		テレビ番組企画の誘致	◆ＴＶ「我が家の歴史」（フジテレビ） ◆映画「北のカナリアたち」（東映）

【検証】

施策１「新たなイメージ・コンセプトをつくる」においては、日本最北の街のイメージを大切にしつつ、観光情報等発信媒体の内容更新のほか“稚内ならでは”という独自性を有した稚内ブランド認定制度や、スマートフォン等の普及によるＳＮＳを活用した情報入手手段に対応した Facebook ページの開設などに取り組み、「観光」を取り巻く状況変化に応じた事業を実施してきました。

施策２「イメージを的確に伝える」では、旅行雑誌、ＷＥＢ等の広告宣伝媒体を活用し観光情報の発信を行うとともに、映画・テレビ番組企画等のロケ支援、またそれらを活用した誘客施策を進めてきたところです。

これらの取り組みは、計画の基本イメージ・コンセプトであった「最北の自然と歴史」の定着を意識しながら進めてきたところですが、観光に訪れた時の期待性を具体的にイメージしづらい部分があり、潜在的な観光客へ訴求するという観点においては、興味喚起への要素が希薄であったと言えます。

今後の方向性としては、イメージ・コンセプトの定着とあわせて観光訪問時の期待性がイメージしやすいプロモーションを展開していくとともに、潜在的な観光客が持つ観光イメージと観光客として訪れた時の実体験が、より緊密さを感じられるような観光地づくりを進めていく必要があります。

Ⅲ　方向２「訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる」の検証

方向２の「訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる」では、観光資源の発掘や見直し、観光周遊モデルコースの設定、新たなイベントの創出や観光情報基盤整備のほか、ホスピタリティ向上に関する事業を実施しました。

【実施内容】

方向２：訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる			
施　策		事　業	実施内容等
１	稚内地域の観光中核施設を整備する	最北の自然と歩み館整備事業	◆整備実績なし
		既存観光施設の更新計画の策定	◆策定実績なし ※浜勇知展望休憩施設、宗谷丘陵展望休憩施設、大沼野鳥観察館、港ギャラリー（副港市場）の４施設については緊急度等に応じて維持補修等を実施
２	稚内の観光資源を発掘し、見直す	観光資源の見直し、発掘事業	◆フットパスコース設定（宗谷丘陵、空港公園メグマ沼、稚内公園、ノシャップ岬）
		体験観光の見直し、発掘事業	◆街歩きガイド事業
		歴史的建造物再建ビジョン策定	◆策定実績なし
		太陽光発電を活用した「新エネルギー村」の創設	◆「新エネルギー村」創設実績なし ※稚内市次世代エネルギーパーク（経済産業省認定）
		「わっかない料理」の開発、掘り起し促進事業	◆稚内ネオすり身（稚内・食の委員会）
		地場産品・特産品の開発・普及促進事業	◆稚内ブランド認定制度（稚内ブランド推進協議会）
３	観光周遊モデルコースをつくる	稚内観光周遊モデルコース策定事業	◆稚内観光ガイドブックにモデルコースを掲載
		稚内まちなかマップ製作事業	◆稚内まち歩きＭＡＰ（稚内観光ガイドブック掲載） ◆Yansh（株式会社まちづくり稚内） ◆てっぺん旨いものマップ（稚内市料理飲食店組合） ◆街歩きガイド活用マップ「稚内ぐるめマップ」
		大沼一周散策路整備事業	◆整備実績なし ※宗谷ふれあい公園・大沼連絡路（整備中）

（次ページにつづく）

方向２：訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる（つづき）			
施　　策		事　　業	実施内容等
４	新たな魅力あるイベントをつくる	既存イベント見直し、点検事業	◆稚内みなと南極まつり ・第 50 回開催を機に「南極おどり」を復活 ◆南極ハイランド（⇒わっかない氷雪の広場） ・みなみなまつり（稚内青年会議所主催）との同時開催 ・「南極ハイランド・みなみなまつり」を「わっかない氷雪の広場」に統合（わっかない氷雪の広場実行委員会を設立） ◆最北端・食マルシェ ・会場変更（宗谷港・てっぺん公園⇒北防波堤ドーム公園） ◆日本最北端わっかない白夜祭 ・過去に開催した経緯があるが、H26 年度から第１回として開催
		宗谷丘陵雪上車探検事業	◆事業実績なし
		大沼スノーアタック事業	◆大沼氷上ドライブ体験（H22 年度） ◆大沼走行ドライブ観覧（H23 年度） ※大沼スノーアタック（宗谷オートスポーツアクション主催）
		冬季のロングランイベントの企画策定事業	◆稚内サハリン館 ・H22 年度　2/1～3/31　３公演/日 ・H23 年度　2/1～3/15　２公演/日 ・H24 年度～　2/1～2/28　２公演/日 ◆宗谷ふれあい公園スノーランド ・H22 年度～　2/1～3/15 ◆ゴマフアザラシ観察所 ・H22 年度～　11/1～3/31 ◆大沼関連事業 ・H22 年度　2/6～2/28 ・H23 年度　2/1～2/12 ・H24 年度～　2/1～2/28
		サハリン館復活整備事業	◆稚内サハリン館（H22 年度～） ・開催場所　副港市場内特設会場
５	観光情報基盤を整備する	FM コミュニティラジオの全国ネットワーク連携事業	◆事業実績なし
		ＷｉＦｉシステム構築事業	◆事業実績なし ※docomo、SoftBank、au 等の通信事業者及び市内ホテル等が独自に設置、キタカラにもフリーＷｉＦｉあり。
		稚内情報発信基地整備事業	◆稚内地域情報センターの設置なし ※タッチ式観光情報等端末を副港市場、キタカラに設置（副港市場分については OS 更新期間終了により撤去）

（次ページにつづく）

方向２：訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる（つづき）			
施　　策		事　　業	実施内容等
5	観光情報基盤を整備する（つづき）	宿泊施設受入情報基盤整備事業	◆整備実績なし
		外国人稚内観光誘致システム（インターネット）構築事業	◆事業実績なし ※稚内市 HP の多言語化対応
		国内・国外広告宣伝推進事業	◆誘致宣伝広告業務委託料 ・広告業務について専門的な知識を有する民間事業者への外部委託を実施（プロポーザル方式）
		稚内観光誘致宣伝事業推進協議会の設立	◆稚内観光誘致宣伝事業推進協議会の設立なし ※稚内夏季観光客誘致協議会による航空路線対策として WEB を活用した誘致宣伝を実施
		修学旅行誘致事業	◆修学旅行受入実績 ・H22 年度　京都産業大学附属高等学校（26 名） ・H23 年度　〃　（17 名） ・H24 年度　〃　（19 名） ・H25 年度　受入実績なし ・H26 年度　京都産業大学附属高等学校（6 名）
		年間行事カレンダー作成事業	◆稚内市 HP／イベントカレンダーの掲載 ◆稚内市 HP「稚内観光情報」／各種イベントの掲載
		道外飲食店ふるさと大使創出事業	◆稚内市ふるさと大使認定（稚内観光協会） ・認定状況（H26.12.9 現在） 407 名、1 団体(H26 年度　潮見が丘中学校３年生)
		地元コミュニティ雑誌の発行の検討	◆Yansh（ヤンシュ）hokkaido　wakkanai 発行：株式会社まちづくり稚内 発行年月日：H23.12.16（初版第１刷）
		稚内観光パンフレット・ガイドブックの見直し	◆稚内観光ガイドブック・パンフレット ・H22 年度　内容一部見直し ・H23 年度　デザイン更新（プロポーザル方式） ・H24 年度　内容一部見直し ・H25 年度　内容一部見直し ・H26 年度　デザイン更新（プロポーザル方式）
		観光案内板・説明板整備事業	◆「こうほねの家」距離標識看板（H24 年度更新） ◆「稚内観光ガイドマップ」案内看板（H26 年度更新） ・こうほねの家、夕日が丘パーキング（2 か所）
		体験マップ・パンフレット作成事業	◆街歩きガイド活用マップ「稚内ぐるめマップ」
6	広域連携を推進する	稚内市内フットパス整備事業	◆フットパスコース設定(宗谷丘陵、空港公園メグマ沼、稚内公園、ノシャップ岬)
		オロロンライン再構築事業	◆事業実績なし ※宗谷シーニックバイウェイによる宗谷圏域でのルート設定あり

（次ページにつづく）

方向２：訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる（つづき）			
施　　策		事　　業	実施内容等
７	ホスピタリティの向上を図る	宿泊施設整備支援事業	◆事業実績なし
		普及啓発事業	◆稚内観光マイスター推進委員会（H26 年度末） ・初級　653 名（合格者数） ・中級　113 名（　〃　） ・上級　20 名（　〃　） ◆まちづくり出前講座の実施《稚内市の観光について》 ・H22～H26 年度累計　５回開催／120 名受講
		観光専門ガイド育成事業	◆観光ボランティアガイド ・H26 年度会員登録者数　36 名 ◆街歩きガイドの育成（H26 年度～）

【検証】

方向２「訪れる人々に満喫してもらう観光行動の場をつくる」においては、着地後の観光客を主体に「稚内を楽しんでもらう」ための事業を実施してきました。

ソフト的事業については観光情報の充実に関する事業をはじめ、観光・体験資源の発掘や見直しのほか、新規イベント等の新たな魅力づくりに取り組んできた一方、ハード的事業についてはそのほとんどが未実施でした。

ハード的な要素の強い事業の実施については、市の財政状況等により大きく左右されるほか、新規施設の整備にあたっては当該事業費のみならず、管理的な費用や運営体制を含め検討していく必要があり、計画期間における実現の可能性が低かったことが要因として挙げられます。また、既存施設については活用方法を見直した長寿命化や新たな運営手法の検討が必要です。

観光客の目的や旅行形態が多様化している背景、その観光客が来訪した際の満足度を高め、観光客が観光客を呼ぶというような観光地を想い描く時、安易には全ての観光客の欲求に対応し得るソフト・ハード基盤の整備とその質を永続的に担保することで実現の可能性は高まりますが、これらは現実的には不可能であり、「観光都市わっかない」の将来像を描く時には、しっかりとした現状把握と稚内市が持つポテンシャルに対しての観光振興の可能性、さらには「どのような観光客層に対して」「いつ（から）」「誰（と誰が）が」「どのように」「事業（管理等）費用は」というような、より具体的な検討を重ねた上で事業化していくことが重要です。

今後、観光地づくりを進めていくにあたって、新たな発想やアイデア等を単なる思いつきとしないために、それらをしっかりと議論していくこと、そして形にすることができる体制の構築、さらにはこの地域に暮らす人が関わりを持てるような事業を実施していくことが必要です。

Ⅳ　方向３「稚内観光を育てていくための推進体制を確立する」の検証

方向３の「稚内観光を育てていくための推進体制を確立する」では、観光振興を図っていくための中核組織の確立、市民への普及啓発や広域連携での誘客事業のほか、交通アクセス等に関する事業を実施しました。

【実施内容】

方向３：稚内観光を育てていくための推進体制を確立する			
施　策		事　業	実施内容等
１	稚内観光を推進する中核組織を確立する	稚内観光推進中核組織の確立	◆稚内観光協会の一般社団法人化 ・平成 25 年４月１日～
		わっか連構築事業	◆事業実績なし
２	市民参加型の観光振興を図る	普及啓発事業（再掲／方向２施策７）	◆稚内観光マイスター推進委員会（H26 年度末） ・初級　653 名（合格者数） ・中級　113 名（　〃　） ・上級　20 名（　〃　） ◆まちづくり出前講座の実施《稚内市の観光について》 ・H22～H26 年度累計　５回開催／120 名受講
３	広域連携体制の確立	広域連携促進事業	◆北・北海道中国観光客誘致実行委員会 ・上海万博ブース出展、プロモーション（稚内市、旭川市、富良野市） ◆北宗谷広域観光推進協議会 ・誘客プロモーション、旅行会社招聘、地域物産・観光 PR 等（稚内市、利礼３町、豊富町、猿払村） ◆稚内・利尻・礼文・サロベツ観光振興協議会 ・道内道外誘客事業【ラジオ、イベント出展】 ・国立公園指定 40 周年記念事業 （稚内市、利礼３町、豊富町、幌延町） ◆宗谷観光連盟 ・バス車体広告、広域観光リーフレット製作 （宗谷管内自治体、観光協会、運輸関係事業者） ◆あさひかわ観光誘致宣伝協議会 ・首都圏 AGT 招聘事業 ◆道北観光推進情報交換会 （旭川市、留萌市、稚内市、芦別市、士別市、名寄市、紋別市、深川市、富良野市） ◆映画「北のカナリアたち」最北推進協議会 ・映画を活用した誘客 CP、ロケ地マップ製作など （稚内市、利礼３町、豊富町）
４	交通基盤整備の推進	稚内空港の外国人対応機能拡充	◆関係者による外国人観光客受入のための空港機能等検討会の実施
		外国人観光客誘致促進事業	◆稚内外国人観光客誘致受入実行委員会 ・旅行会社・メディア招聘事業、観光プロモーション事業（台湾、香港、サハリン）、宣伝広告 ・チャーター便実績 H22 年度　台湾ー稚内（中華航空）
		冬季観光推進事業	◆冬季観光振興実行委員会 ・東京直行便支援事業、道内観光客誘客事業、西日本圏（中部圏）誘客事業、満足度向上事業（初日の出ｉｎてっぺん、サハリン館、スノーランド等）

（次ページにつづく）

方向３：稚内観光を育てていくための推進体制を確立する			
施　　策		事　　業	実施内容等
４	交通基盤整備の推進（つづき）	オロロンライン再構築事業（再掲）	◆事業実績なし ※宗谷シーニックバイウェイによる宗谷圏域でのルート設定あり
		サハリン航路有効活用・PR促進事業	◆物流、ロシア貿易認証取得セミナー等の開催 ◆ユジノサハリンスク道北物産展開催 ・旭川市、名寄市、士別市、留萌市、紋別市、稚内市 ◆旅行会社招聘商品造成事業 ◆ロシア・アンサンブル招聘による定期航路ＰＲ ◆第１回ノースアイランドラリー札幌・稚内・サハリン５デイズ開催 ◆72 時間査証免除制度の活用による旅行商品造成
		交通アクセス体系検討事業	◆交通機関相互の接続に関する検討 ◆中部、関西線の季節運航再開に係る要望活動 ◆航空定期路線における繁忙期の機材大型化 ◆高規格幹線道路の整備促進に係る要望活動
		観光ポイント間循環交通アクセス整備事業	◆定期観光バス ・運行時期（H26）／５月 GW、５月中旬～９月末 ◆ハイブリットバスの運行（空港-宗谷岬-BT-FT） ・運行時期（H26）／6/10～9/15 ◆北オホーツク流氷ライナー（稚内紋別間季節限定） ・運行時期（H27）／2/1～2/28

【検証】

方向３「稚内観光を育てていくための推進体制を確立する」においては、観光地づくりを進めていくにあたって、行政と関係事業者間の連携及び観光情報の収集発信等の役割を担う中核組織の確立に向けた取り組みをはじめ、稚内観光の役割等に関する市民への普及啓発事業や広域連携による誘客事業の実施のほか、外国人観光客の誘致促進への取り組み、交通アクセス機能の充実強化に関する活動を実施してきたところです。

「稚内観光を育てていく」ということは、特定の人や団体が「観光事業」に関する取り組みを継続的に進めていくことではなく、地域の人達が「観光」を通じて豊かな暮らしを営んでいけることを前提に、地域全体の取り組みとしていくことが重要であり、そういった体制を現実のものとするためには、いくつかの段階を経ながら地域全体の理解と協力のもとに進めていくことが求められます。

計画期間においては、これらの事を踏まえ観光振興における最も重要な役割を担うこととなる中核組織の確立に向けて稚内観光協会の法人化が進められるとともに、現状の観光基盤を維持・改善するための取り組みを行ってきたところですが、行政、既存関連団体、関連事業者等による連携はあっても、地域全体による取り組みへと結び付けていくことが不十分であったと言えます。

今後、「稚内観光を育てていくための推進体制を確立する」ためには、地域が関わりを持てるような観光振興の仕組みづくりを考え、行政、関連団体、関連事業者等、そして地域（人）も加えた好循環による観光振興を目指していくことが必要です。

≪第３章≫　「観光」と「観光事業」における現状と課題

Ⅰ　我が国の「観光」の状況

我が国における「観光」及び「観光事業」を取り巻く状況は、前計画策定時に比べ大きく変化しており、観光庁が取りまとめている平成２６年版観光白書によると、国内旅行の状況については、平成２５年の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は１．４３回（前年比５．９％増／暫定値）、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は２．３５泊（前年比９．８％増／暫定値）となっており、昨今の日中・日韓関係の影響や円安による旅行費用の割高感等により国内旅行にシフトする動きが出てきたことが主な要因としてあげられています。

最近では、２０２０年のオリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定に伴い、更なる観光立国の推進を図るため、訪日外国人観光客数２，０００万人の高みを目指し「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」の改定が進められ、海外における訪日プロモーションの実施や成長著しい ASEAN 諸国へのビザ要件の緩和、さらには我が国が有する「食」や「文化」、「芸術」、「自然景観」などの魅力や価値を「日本ブランド」として海外へ積極的に発信する一方、外国人旅行者の訪日旅行の利便性や満足度を向上させるため、案内標識等の多言語化、無料公衆無線 LAN 環境の整備など、様々な受入体制の充実が進められています。

また、国内外へ訴求する際立った魅力を持つ観光地域を創出するため、観光地域ブランド化確立のための支援や旅行者ニーズの多様化、旅行スタイルの変化等に対応した新たな観光地域づくりを推進するための先進的取組への支援、ニューツーリズムの推進、観光を切り口とした地域活性化を図るため、観光地ビジネス創出のための総合支援事業など、観光立国を実現するための様々な施策が講じられています。

Ⅱ　稚内市における「観光」の現状

稚内市においては、平成２５年度の観光入込客数が４９７，４００人、前年比１．８％の増加で２年連続での増加となっており、訪日外国人宿泊実数についても７，７０４人、前年比で３５．６％の増加となっています。しかしながら観光最盛期であった平成７年度の観光入込客数の半数に満たない状況であり、「観光事業」を基幹産業の１つに位置付けている本市にとっては、今後、さらなる観光振興を図っていくことはもとより、一過性ではない継続性と持続性を兼ね備えた「観光地づくり」を進めていく必要があります。

また、観光消費がもたらす経済効果がサービス業、運輸・通信業、製造業など様々な産業に波及することを考えた時、観光入込客数の増減による地域経済への影響は大きなものとして捉われがちですが、観光入込客数が減少傾向にあったとしても１人当たりの観光消費額を増加させることで、減少前と変わらない経済波及効果が期待できるという視点も必要です。「観光事業」を持って地域の活性化を考える時、観光入込客数や観光動態等の調査結果はあくまでも指標として捉え、これらの分析・検証結果から得られたものを基礎として「観光地づくり」に必要なもの、足り

ないものを明確にしていくことが重要です。

稚内市における「観光」の現状を簡単に整理すると、地域別では道内客、関東圏からの観光客が多く、年代別では５０代以上が半数を占める状況となっています。市内宿泊日数は１泊が８割から９割を占め、来訪回数も１回目（初めて）という観光客が半数以上を占めています。また、旅行形態別では団体旅行が２割以下となっており、個人旅行が約３割、家族・グループが半数となっています。交通手段別では自動車、バス、鉄道等の陸路からの来訪が約８割、航空機を利用した空路からの来訪が約２割となっています。さらに外国人観光客（宿泊客数）については、台湾をはじめとしたアジア諸国が７割以上となっており、次いでロシアを含むヨーロッパ圏、北米の順となっています。

Ⅲ　稚内市における「観光事業」の課題

本ビジョンでは前計画での考え方を引き継ぎ、「観光」を観光客の行動を表す言葉として観光客を観光の主体としている一方、観光客を客体として扱う立場からの観光を「観光事業」として整理しているところですが、観光振興を図っていくためには、これら「観光」ベクトルを本市の「観光事業」に向かわせることが重要であり、観光客がどのような事に興味喚起され、また「観光」にどのような結果を求めているのかという分析や検証のもとに、観光地づくりを進めていくことが必要です。

観光振興とは、観光客を客体とする「観光事業」の振興であります。より多くの観光客に観光行動の場として選択してもらうことが最も重要であり、このことは前計画においても同義に記載されており、「観光事業」を基幹産業と位置付けている全市町村の共通事項とも言えるものであります。

今後、稚内市が観光行動の場として選ばれるためには、地理的な優位性や独自性を活かし他市町村との差別化を図っていくことはもちろんのこと、継続性と持続性を兼ね備え、かつ観光地ビジネスとして民間企業等の参入が見込めるような新たな発想や認識、さらには行政も含めた観光事業に関わるすべての人が、一つの目的に向かって取り組んでいくことが不可欠であり、あわせて行政と民間等、それぞれの役割を明確にすることで、より高質で自由度の高い「観光事業」の振興を図ることができるものであります。

しかしながら、現実的には今ある観光資源の磨き上げ、新たな視点や発想、様々な人や団体等を巻き込んだ横断的な取り組みなど、観光行動の場として選ばれるための魅力ある観光地づくりへの検討がなされていないのが現状であり、既存の観光資源のみを売りにした観光客誘致が進められているところであります。

稚内市の観光振興を図っていくためには「観光」における分析・検証結果に基づき、「稚内市だからこそ」できる観光地づくりについて継続的に議論し、その中で出たアイデアや発想を形あるものにしていくための体制が必要であり、「観光事業」がもたらす経済波及効果が様々な産業へ及ぶことを考えれば、単一団体のみで取り組むべきものではなく、多様な「主体」と「人」が集まって形成される持続力と実行力を兼ね備えた母体が求められています。

≪第４章≫　「観光都市わっかない」の実現と「観光事業」への展望

Ⅰ　「観光都市わっかない」の目指すところ

「観光都市わっかない」を実現するための取り組みについては、前計画での「稚内市観光振興計画の目指すところ」に記載される５つの項目が当てはまるところですが、本ビジョンにおいては「観光都市わっかないの目指すところ」と読み替え、当該項目を踏襲するとともに、各項目を実践していくために具体的に何を検討しなければならないのかを明確にします。

～観光都市わっかないの目指すところ～		
項　　目		項目の具体化
１	「日本最北端」は稚内にしかない「日本唯一」のものであり、**最北の自然と景観、そして、風土を活かした魅力ある観光地づくり**を目指す。	自然と景観、風土をどのように活かし魅力を創出するか。（具体的に何をするか）
２	団体観光客の誘致を継続的に実施するとともに、今、増えている**「個人観光客」に対応できる受入体制の整備**を進め、観光客の増加を図る。	受入体制の整備とは具体的に何か。（着地後の体験メニューの創出、飲食・宿泊等事業のホスピタリティ向上、観光拠点施設等の整備など）
３	**稚内市民が**一つになり、おもてなしの心をもって、一人ひとりの**観光客を温かく迎え入れる基盤づくり**を進める。	稚内市民が観光客を温かく迎え入れる基盤づくりのために具体的に何をするか。
４	稚内市は**近隣市町村と連携を図ることで広域観光を推進**し、そのリーダーとしての役割を努め、宗谷地域の観光振興を図る。	何を持って連携し、どのような広域観光の推進を図っていくのか。（連携する内容により、どの市町村との広域観光を推進するのか）
５	「日本最北端・稚内」を日本中に、さらには世界へ広めることで**「訪れてみたい稚内」という「あこがれの地」のイメージ創出**に努める。	何を持って「訪れてみたい」や「あこがれの地」のイメージを創出していくのか。

Ⅱ　「観光都市わっかない」の実現に向けて

前計画中において、稚内市に訪れた観光客の感嘆は「日本最北端の自然を目の当たりにした感動と、観光振興の主流とおよそかけ離れた古い発想の観光地のありさまへの失望が入り混じった複雑な思いからに違いない」とする一方、「稚内には訪れる人にとって大きな魅力がある」と記載しています。また前計画内容については、通常の計画と違い観光振興にあたっての根本的な考え方、取り組み方を詳しく示しており、素晴らしい観光素材と計画があっても考え方が間違っていれば観光振興に結び付くことはないとも記載しています。

「観光都市わっかない」を実現するために、まず一番にやらなければならないことは「地域における観光振興の考え方」を再確認することです。根本的な考え方を共有し、しっかりとした「観光事業」の土台を築くことで多様な主体が一つの集合体となり、「観光都市わっかない」の実現に向かって歩みを進めることができるものであります。

魅力ある観光地づくりを進めるのは行政、あるいは観光協会、観光事業者といった単一の組織体ではなく、観光行動の場となるその地域全体で創りあげていくもの

であるということ、行政や観光協会、観光事業者及び関係団体は、あくまでも観光客が観光行動の場として選択し得る動機付けのための施策（観光事業）について、各々が持つ機能や役割をどのような形で果たしていけるかの検討を重ねるとともに、施策（観光事業）の具体化に向けて横断的な連携や支援を行っていく体制が求められます。

最終的には、地域全体が「観光地づくり」を他人事ではなく自分事として捉え、「誰が何をしてくれるか」ではなく「自分に何ができるのか」への意識改革に繋げていくことで、継続性と持続性を兼ね備えた「観光都市わっかない」が実現するものであります。

Ⅲ　魅力ある観光地づくりのために

先に記載したとおり「観光都市わっかない」を実現するためには、最終的に地域全体で魅力ある観光地づくりを進めていくことが求められるところですが、それぞれが思いのままに観光地づくりを進めていくことは非効率的であり、何よりも観光客の目線に立った時、観光行動の場を狭くしてしまうことになりかねません。

魅力ある観光地づくりを進めていくにあたっては、いくつかの段階を踏むことが不可欠であり、まずはどのように観光地づくりを進めていくかを継続的に検討していくこと、そして検討結果から新たに展開される施策（事業）を具現化するための関係団体等における横断的な体制の構築が必要です。

気を付けなければいけない事は、新たな体制の構築について、例えば稚内観光協会の役割として考えてしまうと、魅力ある観光地づくりは、これまでと同様にその他団体等にとって「他人事」になってしまう恐れがあるということです。稚内観光協会を含め今ある団体等が新体制の維持継続・運営の事務局となる可能性はあっても、一つの団体の役割には成り得ないということに留意しなければなりません。

Ⅳ　今後の「観光事業」への展望

「稚内市観光振興ビジョン」においては、今後の「観光事業」推進のための具体的な施策や年次計画等は盛り込まずに、「観光事業」を推進していく上での主要な部分について、その展望と新たな体制の中で検討していく必要があると思われる課題等について抽出していくものとします。

１．新たな体制の構築

展望	「観光事業」に携わる団体や人をはじめ、地域に暮らす人も含めた多様な世代と人により構築された体制の中で「観光都市わっかない」の実現に向かって、魅力ある観光地づくりを進めるための実現可能性を持った建設的な議論を展開する一方、観光地づくりに関する様々な取り組みについて「自分事」として考え、それを形にするために自らの役割を果たすとともに、体制の中での横断的な連携を図り、さらには地域全体での取り組みとすることで、「観光事業」が地域の活性化に好影響を与える仕組みを目指します。また「観光事業」における問題意識を持ちつつ、継続性と持続性、実行力を兼ね備えた体制を目指していきます。
課題等	◆「自分事」として考え、如何に積極的に関わってもらうのか ◆新たな組織を立ち上げるか、または既存団体での下部組織等として考えるか ◆新体制における事務局機能の役割はどうするか ◆人数規模は何名を想定するか ◆行政、他団体との役割の明確化

２．「観光都市わっかない」のプロモーション

展望	プロモーションの目的は、観光行動の場として選択してもらうための（潜在的な）観光客に対するアプローチの第一歩であり、観光目的が多様化しているからこそ、プロモーションは端的でわかり易く、かつ、鮮烈なイメージを持つものであることが望まれます。 「観光都市わっかない」のプロモーションを進めていくにあたっては、地理的な優位性を大切にしつつ、魅力ある観光地づくりに連動した『稚内市＝「〇〇〇〇の街」』という具体的なイメージを創出し、継続性と話題性を兼ね備えたプロモーションを展開していくとともに、時代背景にあった広告宣伝媒体を活用し、誘客を進めたい年代層や地域により宣伝手法に変化をつけるなど、戦略的なプロモーションを目指していきます。
課題等	◆稚内市＝「〇〇〇〇の街」というイメージの早急な構築（複数可） ◆地理的な優位性をどのようにプロモーションに取り込んでいくか ◆専門的知識・ノウハウを有する広告代理店等へのアウトソーシングを検討 ◆継続性と話題性をどのように演出するか ◆どういった広告宣伝媒体を選択していくか ◆地域、年代層などのカテゴリー別やその組み合わせに対するプロモーションのタイミングの検討

３．観光（中核）施設の基盤整備

展望	観光客にとって観光情報の収集や休憩等のために訪れる観光施設は必要不可欠であるとともに、昨今では観光施設等に外国人観光客のための無料公衆無線LAN 環境を整備する自治体等も少なくない状況にあります。観光施設の基盤整備が地域内の各所で行われることは、観光客目線で考えた時には望ましいところでありますが、建設費用等の課題を整理しない限りは現実的な話として論じることは困難であり、当面の間、新たな観光（中核）施設の基盤整備は見送ることとします。 今後は「キタカラ」を観光情報等発信の拠点施設と位置付け、その機能の充実・強化を図るとともに、他の観光拠点施設等についても観光客の利便性の向上や新たな価値の創出を目指していきます。
課題等	◆観光客目線で考えた時、観光施設に求められる機能とは何か ◆既存観光施設等の新たな価値の創出

４．観光資源の見直し・発掘

展望	稚内市には「自然」「文化」「食」「エネルギー」「サハリン」などの観光資源が豊富にあるものの、その多くは他の地域にも存在しており、観光資源という存在価値のみで観光客がこの地域へ訪れることはほとんどありません。観光資源をより価値あるもとして、また観光客の興味を刺激するものとするためには、観光資源の魅せ方や伝え方、付加価値を付けるなどの工夫が必要であり、何よりも観光客の目にどのように映るかを意識しながら、観光資源の見直し（磨き上げ）を進めていきます。 また、既存の観光資源のみにとらわれることなく、新たな認識を持って観光資源の発掘を進めることも重要であり、普段この地域に暮らす自分達にとって何気ないものが観光資源に成り得るということは良く言われているところですが、「既存の観光資源」×「既存の観光資源」や「既存の観光資源」×「何気ないもの」等の発想により、新たな観光資源を創出するという視点を持ちながら、魅力ある観光地づくりを進めていきます。
課題等	◆既存観光資源を抽出し、どのような見直し（磨き上げ）をしていくか ◆新たな観光資源の発掘及び既存観光資源等の組合せの摸索 ◆観光客目線での判断をどうするか（モニターツアー等の実施）

５．観光客の満足度向上

展望	稚内市を訪れる観光客のうち、来訪回数が１回目という回答が半数という現状は、いわゆるリピーターが少ないことを意味しており、おそらく訪れた観光客の来訪理由の多くは「日本最北の街に未だ訪れたことがなかったから」若しくは「稚内市という日本最北の街に一度は来てみたかった」ではないかと推察されます。問題は来訪の理由ではなく、未だ稚内市に訪れた経験がない観光客がこの地域に足を運んでくれたにも関わらず「また来たい」と思わせることが出来ていない現状です。 初めてこの地を訪れた観光客にリピートしてもらうためには、稚内への観光旅行に良いイメージを残してもらうことが重要であり、そのためには観光客一人ひとりの満足度を向上させることが求められます。 観光客それぞれの「何か」を満たすために、まずは地域での活動の場や活動メニューの提供といった「きっかけ」と、さらにはそこで「感動」を醸成するような演出が必要であることから、既存の体験観光メニューや観光スポットにおける演出等の見直しをはじめ、新たな活動メニュー等の創出を図っていきます。 また、観光客の「感動」がいつ、どのような場面で起こるかを知り得ることは難しいですが、「きっかけ」づくりやその演出において、観光客の「感動」を阻害しない配慮や、この街での観光旅行を楽しもうと来てくれている観光客を温かく迎え入れるという意識を持ちつつ、稚内市を訪れる観光客の満足度向上を目指していきます。
課題等	◆既存の体験観光メニュー等の見直し（磨き上げ） ◆新たな活動の場や活動メニューの創出 ◆「感動」を醸成し、さらには良い「想い出」として持ち帰ってもらうために、体験メニューや観光スポット等それぞれのコンテンツに合わせた演出をどう構築していくか ◆地域全体で観光客を温かく迎え入れるための観光客の可視化の推進

６．観光情報基盤の整備

展望	観光客を迎えるにあたって観光情報基盤を整えておくことは非常に重要なことです。例えば、これから観光行動を起こそうと考えている潜在的な観光客にとって、観光目的地と成り得る先の情報が無ければその選択肢にすらならないであろうし、また、漠然と「最北の街に行きたい」という理由から初めてこの地を訪れた観光客にとっても、「地域の観光情報が発信されていない」若しくは「観光情報が入手できない」という状況であっては、この地域に良いイメージを抱く可能性は限りなく低く、反って悪いイメージを持ち帰るという結果になりかねません。さらには近年増加傾向にある外国人観光客については、滞在中に得た旅行情報で役に立ったものの上位にインターネットや観光案内所での情報があるなど、シーンにあった良質な観光情報の入手なくしては「観光」が成立しないと言っても過言ではない状況となっています。 潜在的な観光客に対してはプロモーション部分との重複になりますが、地理的な優位性と『稚内市＝「〇〇〇〇の街」』という具体的でわかりやすいイメージの情報を発信することで観光目的地としての選択肢に成り得ることを目指します。また、観光客の着地後における観光情報の発信と入手環境の整備にあたっては、時代背景や観光客層に適した媒体による情報発信を推進するとともに、観光情報の集約化や内容の充実・強化を図ります。また、情報入手の利便性向上のために、その日訪れた最初の場所や途中の場所においても様々な情報を入手可能にする環境及び観光施設等間の移動が容易に行える情報基盤の整備を目指します。
課題等	◆観光情報の多言語化 ◆無料公衆無線 LAN 環境の整備 ◆観光情報のカテゴリー化や情報の集約（検索の容易化） ◆産学官が連携した VR（バーチャルリアリティ）技術等の導入

7．広域観光の推進

展望	観光客が観光行動を起こす背景には何らかの観光目的が存在し、観光行動はその観光目的、言い換えると観光需要と観光目的地における観光資源等の供給が合致した時に起こるものです。より多くの観光需要に対応できる観光資源等の供給があることは、観光目的地化を進める地域での強みになると同時に観光客にとっても有意なものと成り得ます。 広域観光を推進することは、連携した地域を一つの観光地として、それぞれが持つ観光資源等の相乗効果による奥行きある観光行動の場づくりになるとともに、連携する他の地域への観光を目的とした観光客の自地域への取り込みにも繋がるものであることから、積極的に近隣自治体との連携を図ることで多様な観光行動の場の創出を進め、道内外さらには国外へのＰＲ及び誘客を目指していきます。 また、稚内市はその地理的な特性から「日本最北の街」という優位性を持つ一方、「発地から一番遠い街」という劣位性も有しており、陸路での移動距離ということのみに着目すれば、観光客の心理的な負担は大きなものであるに違いありません。しかしながら、観光行動の中では移動も一つの楽しみに成り得ることから、発地から稚内までの移動において、観光客が満喫できる仕組みづくりを行っていくことが重要であり、“長距離”や“長時間”といった観光客が抱くであろう不安的な要素を感じさせないために、日本海オロロンラインやオホーツクラインをはじめ、国道４０号も含めた沿線自治体との陸路移動ルートにおける広域観光を推進していきます。
課題等	◆どのような視点（観光資源等）での広域観光の推進を図っていくか ◆既存の広域連携組織の取り組み等について検証 ◆シーニックバイウェイとの連携

８．交通基盤整備の推進

展望	稚内市までの主要交通網は「空路」「陸路（道路）」「鉄道」「航路」であります。「空路」については、羽田（東京）及び新千歳（札幌）と通年運航されており、「陸路（道路）」は主に国道４０号及び２３８号、道道１０６号線、「鉄道」は宗谷本線のみで、「航路」は利尻礼文航路のほか、稚内とコルサコフを結ぶサハリン航路があります。 稚内市までのアクセスの利便性を高めることは、移動距離や移動時間の短縮といった観光客の負担感を軽減することはもとより、観光行動の場として選択してもらうにあたっても有利であります。これまでも夏季間繁忙期における「空路」航空機材の大型化や通年運航便に加えた季節運航便の就航、「陸路（道路）」においては、宗谷地域総合開発期成会を通じた一般国道４０号の高速・高規格化を要望しているところであり、引き続き、関係自治体及び関係団体等との連携を密にしながら、稚内市までの交通基盤整備の推進について継続的に取り組んでいきます。 また２次交通対策として、観光客が地域内での行動範囲に制約を受けることがないよう、バス・タクシー事業者、レンタカー事業者等関係機関との検討・協力のもと、多様な移動手段の構築を目指していきます。
課題等	◆交通事業者等の連携による周遊券等の発行 ◆長期滞在を促進するための複数日使用可能なパスポート等の発行 ◆全国地方空港及び海外からのチャーター便の誘致促進

9．MICE 等の誘致促進

展望	MICE とは「Meeting（会議、セミナー）」「Incentive tour（報奨旅行）」「Convention または Conference（学会、国際会議）」「Exhibition または Event（展示会、イベント）」の頭文字をとったものであり、大きな集客が見込まれる経済効果の大きいビジネス関連の事業が多いことから、国を挙げた取り組みが進められるとともに、その誘致に取り組む地域も増えてきています。 また、昨今ではこれまで高額なイメージがあったクルーズ船での「船旅」が一般的になりつつあり、クルーズ人口が飛躍的に増加している中、クルーズ船寄港地での経済効果は、旅客や船員等による個人消費に加え、寄港地での食料、船用品等の調達を加えるとさらに大きなものとなります。 こうした MICE やクルーズ船の誘致は多くの方に稚内へ訪れてもらうための機会の創出と成り得るだけでなく、MICE 関連事業等の継続開催や個人的な観光旅行へのアプローチにもなるなど、地域への好循環を生み出す可能性を持ち合わせていることから、今後の稚内市の観光振興、さらには地域経済の活性化を視野に入れ、官民、地域挙げての取り組みとして受入体制の充実、強化を目指していきます。
課題等	◆MICE 等の誘致に必要な情報の集約化 ◆MICE 等誘致のための戦略的なプロモーションの展開 ◆誘致した場合における関係団体等の連携体制の構築

10. 外国人観光客の誘致促進

展望	我が国への訪日外国人旅行者数が２０１３年に１，０００万人を超え、２０２０年のオリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定に伴い、更なる観光立国の推進を図るため、訪日外国人観光客数２，０００万人という目標が掲げられる中、札幌市においても２０２６年の冬季オリンピック・パラリンピックの開催地として立候補を表明したところであり、仮に札幌市での冬季オリンピック・パラリンピックの開催が決定すれば国内のみならず、世界各国から選手や競技関係者、観客が北海道へ訪れることになります。 国を挙げての外国人観光客の誘致が進められる一方、稚内市への外国人観光客数も増加傾向で推移しており、特に台湾をはじめとしたアジア諸国からの来訪が多くなっている状況にあります。これまで外国人観光客の誘致を進めるにあたっては、稚内外国人観光客誘致受入実行委員会を中心に関係団体等と連携しながら「東南アジア部会」と「サハリン部会」の２部会構成により進めてきたところであり、商品造成及び情報発信のための国外航空会社や旅行会社、マスメディア等の招聘事業や現地を訪問してのセールスコール等を行っているところであります。 今後はこれら誘致活動に加え、稚内市を訪れる外国人観光客の訪日旅行への成熟度等に応じた誘致活動と受入環境の整備が必要であり、オリンピックの開催等により世界各国からの外国人観光客の増加が予測される中にあっては、よりグロバールな視点から外国人観光客のための観光地づくりを考えていくとともに、外国人観光客の観光行動への支援強化を図っていきます。
課題等	◆通訳案内士の確保対策 ◆案内板、標識等の多言語化 ◆無料公衆無線 LAN 環境の整備 ◆コミュニケーション向上のためのツール製作 ◆ピクチャーメニューの導入促進 ◆海外クレジットカード利用可能場所の拡大、両替所の開設 ◆消費税免税店の拡大促進 ◆海外への宅配輸送サービス導入による「手ぶら観光」の推進

≪ 参 考 資 料 ≫

平成 25 年度　観光入込客数状況について（抜粋）

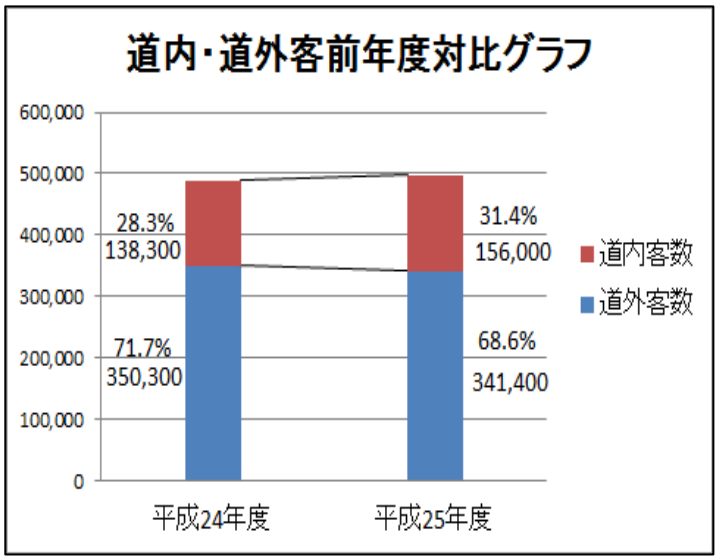
1．本市の観光入込客数の概要について

平成 25 年度観光入込客数は、総数 497,400 人で、前年の 488,600 人より 8,800 人、1.8%の増となった。

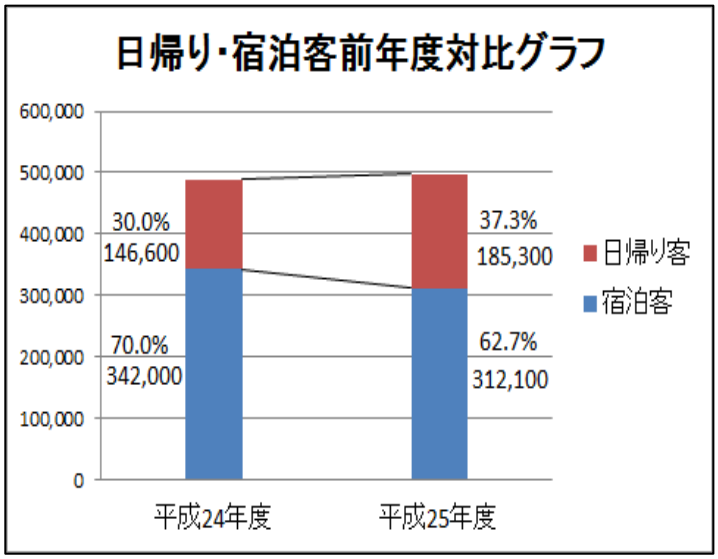
その内訳として、道内客が 156,000 人で、前年の 138,300 人より 17,700 人、12.8%の増、道外客が 341,400 人で、前年の 350,300 人より▲8,900 人、2.5%の減となった。

日帰り・宿泊客においては、日帰り客が 185,300 人で、前年の 146,600 人より 38,700 人、26.4%の増、宿泊客が 312,100 人で、前年の 342,000 人より▲29,900 人、8.7.%の減となった。

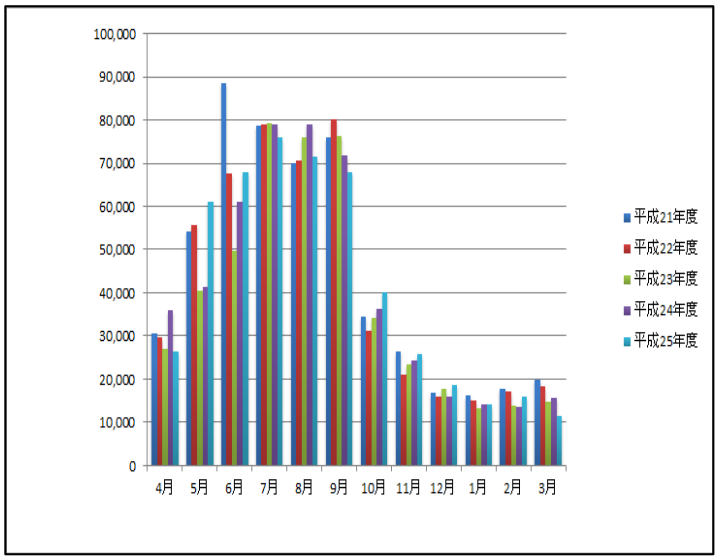
（1）道内・道外前年度対比



（2）日帰り・宿泊客前年度対比グラフ

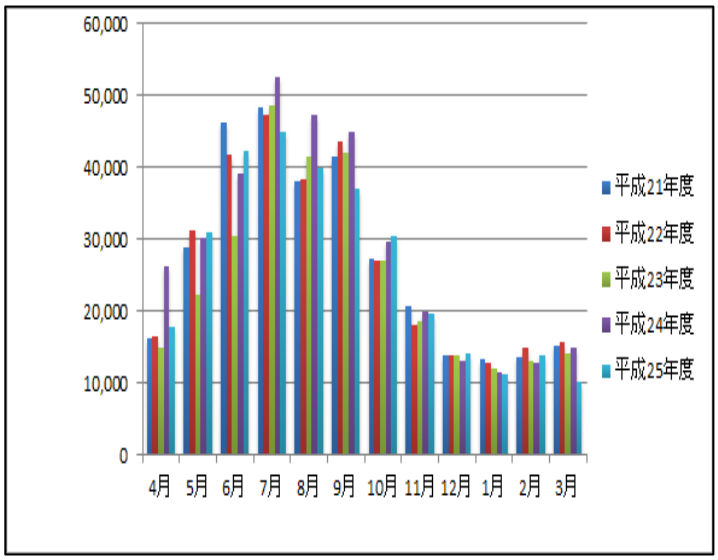


□年度別入込客数状況



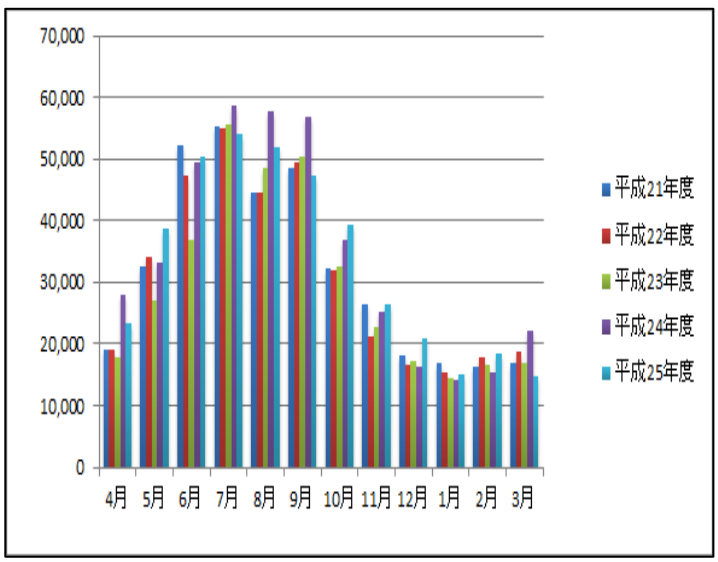
年度別入込状況（H21~H25）
平成21年度：530，000人
平成22年度：501，200人
平成23年度：465，600人
平成24年度：488，600人
平成25年度：497，400人

□年度別宿泊客実数状況



年度別宿泊実数状況（H21~H25）
平成21年度：323，000人
平成22年度：321，000人
平成23年度：298，000人
平成24年度：342，000人
平成25年度：312，100人

□年度別宿泊客延数状況



年度別宿泊延数状況（H21~H25）
平成21年度：378，700人
平成22年度：370，800人
平成23年度：356，500人
平成24年度：413，500人
平成25年度：400，600人

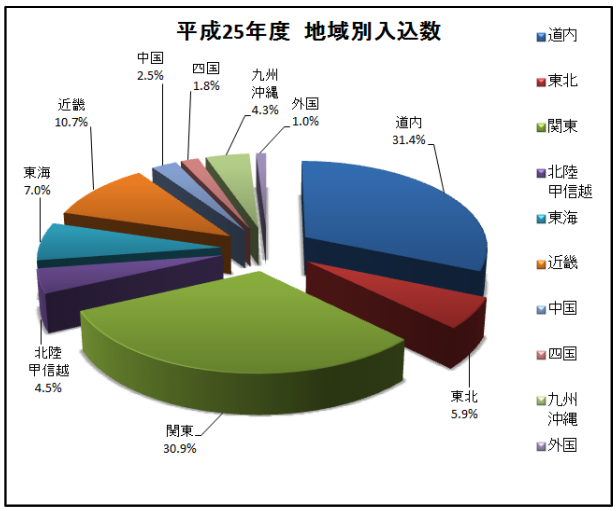
Ⅰ．観光客動態調査分析（アンケート分析）

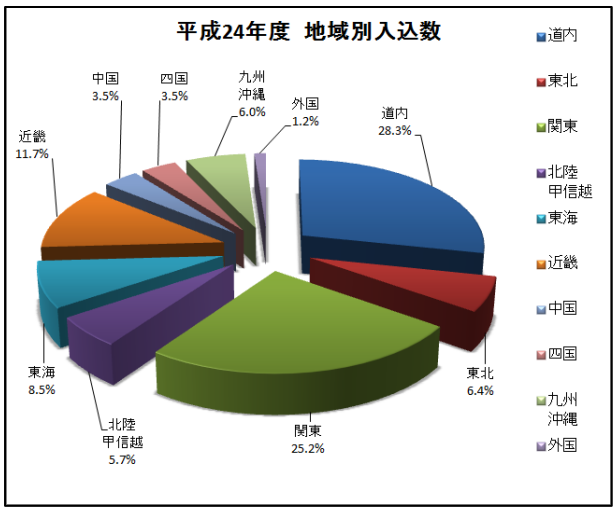
※本アンケートに用いている観光入込客数をはじめとするデータ値は、回答アンケート数の割合を基として分析しているものであること。

（1）地域別観光客の入込状況

地域別観光客の入込状況では、道内客が全体の 31.4%、道外客が全体の 68.6%を占めている。また、前年より道内、関東の占める割合が大きくなっている。

□地域別観光客の構成比

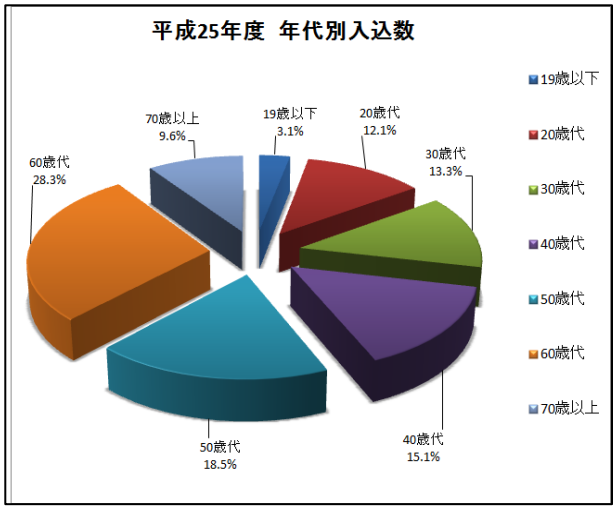


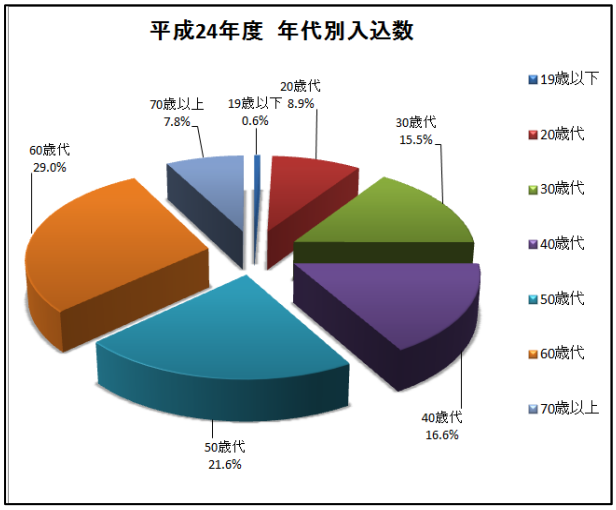


（2）年代別観光客の入込状況

年代別の入込状況では、70 歳代、60 歳代、50 歳代が全体の 56.4%を占めている。また、前年より 19 歳以下、20 歳代、70 歳以上の占める割合が大きくなっている。

□年代別観光客の構成比

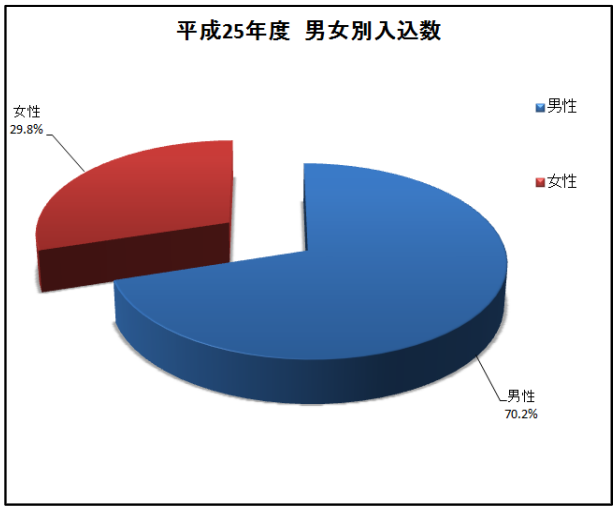


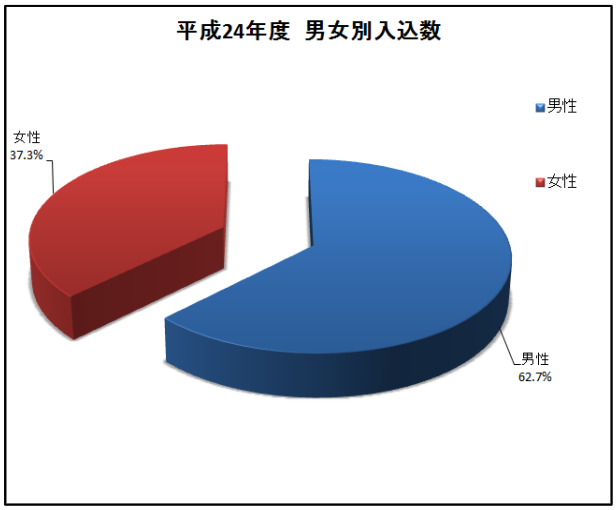


（3）男女別観光客の入込状況

男女別の入込状況では、男性が 70.2%、女性が 29.8%と、前年同様に男性に大きく偏った傾向になっている。

□男女別観光客の構成比

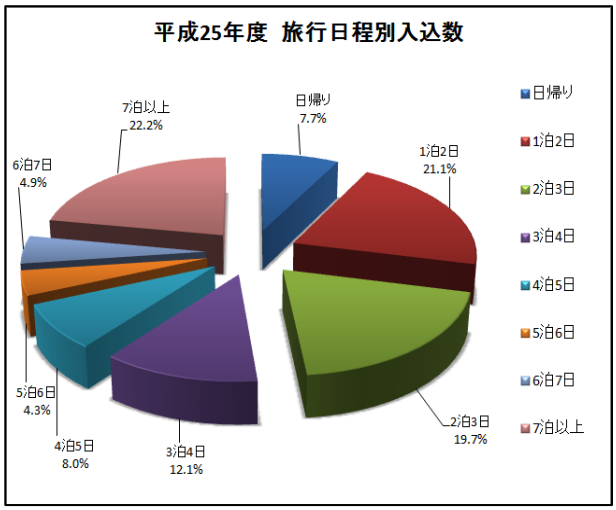


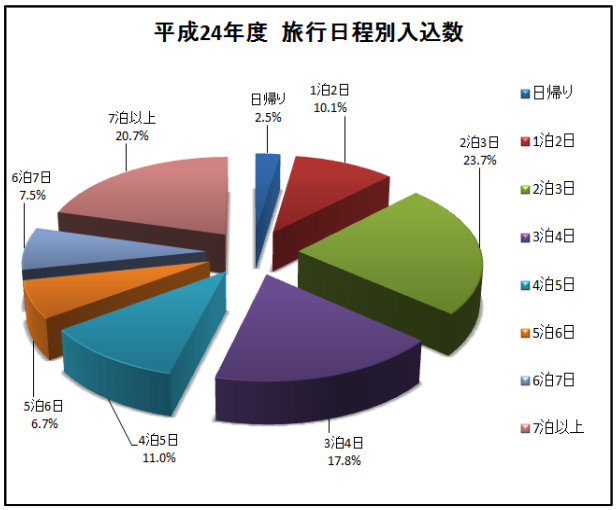


（4）旅行日程別観光客の入込状況

旅行日程別の入込状況では、前年より日帰り、１泊２日、７泊以上の占める割合が大きくなっている。

□旅行日程別観光客の構成比



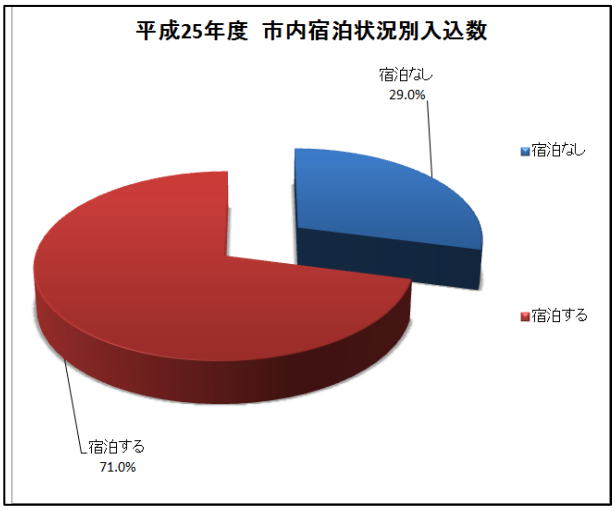


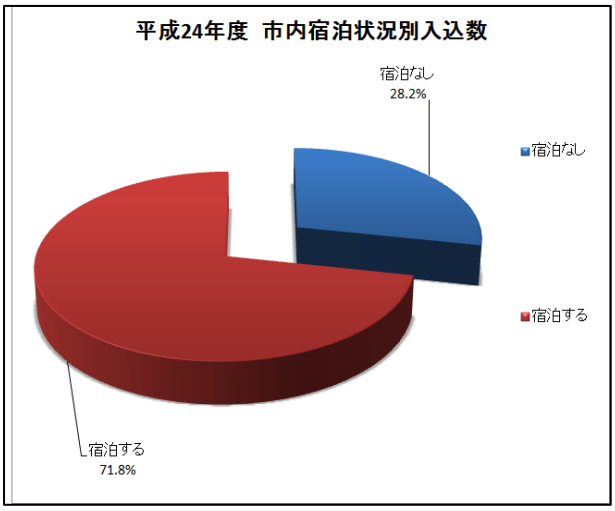
（5）市内宿泊状況別観光客の入込状況

市内宿泊状況別観光客の入込状況では、本市に宿泊すると答えた割合は 71.0%であった。

□市内宿泊状況別客の構成比

※このデータは「旅行日程」で宿泊予定ありと回答した方のみを集計した結果である。

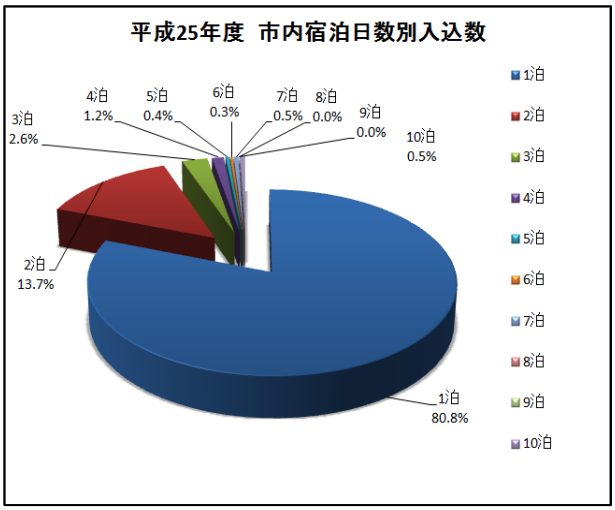


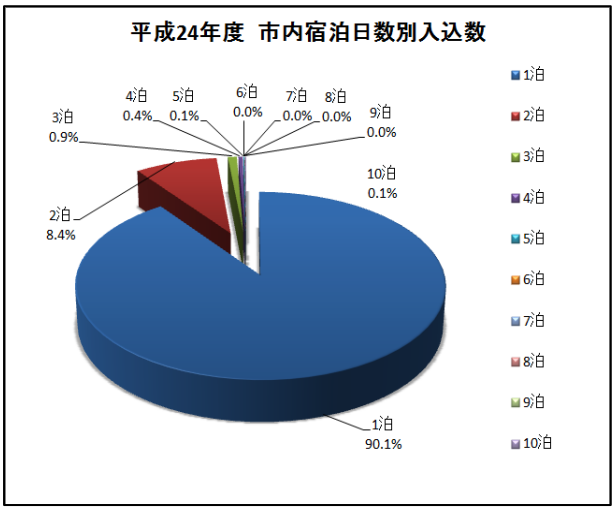


（6）市内宿泊日数別観光客の入込状況

市内宿泊日数別観光客の入込状況では、本市での宿泊者のうち、依然として 1 泊の旅行者が大半を占めている。また、前年より 2 泊の占める割合が特に大きくなっている。

□市内宿泊日数別客の構成比

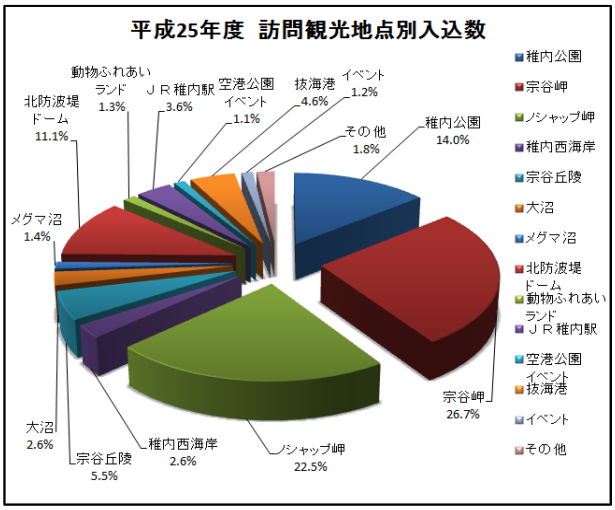


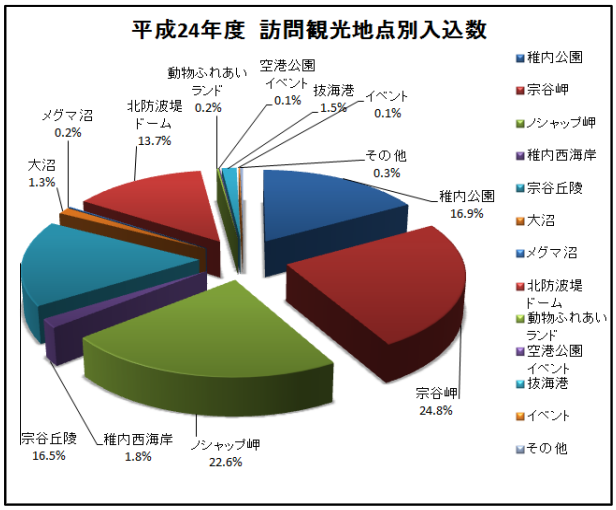


（7）訪問観光地点別観光客の入込状況

訪問観光地点別観光客の入込状況では、宗谷岬が 26.7%、ノシャップ岬が 22.5%、稚内公園が 14.0%と、この主要３地点で全体の 63.2%を占めている。

□訪問観光地点別客の構成比

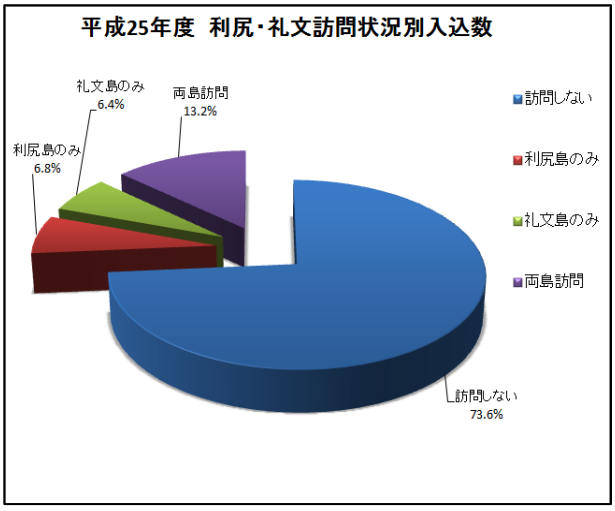


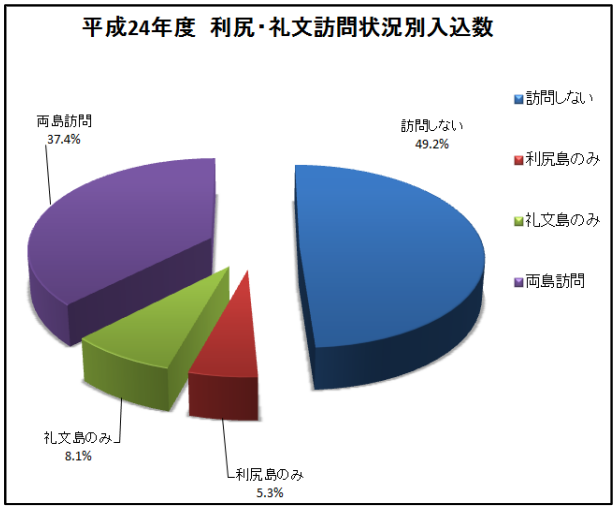


（8）利尻・礼文訪問状況別観光客の入込状況

利尻・礼文訪問状況別観光客の入込状況では、本市の観光ポイントを訪れる旅行者のうち、73.6%の旅行者が利尻、礼文を訪問しないと回答している。

□利尻・礼文訪問状況別観光客の構成比

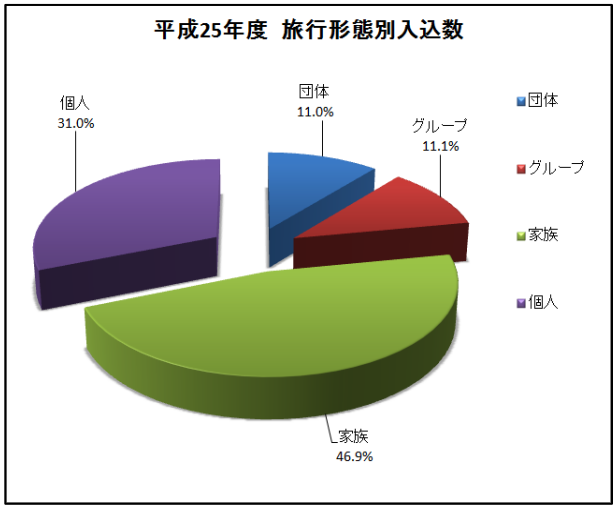


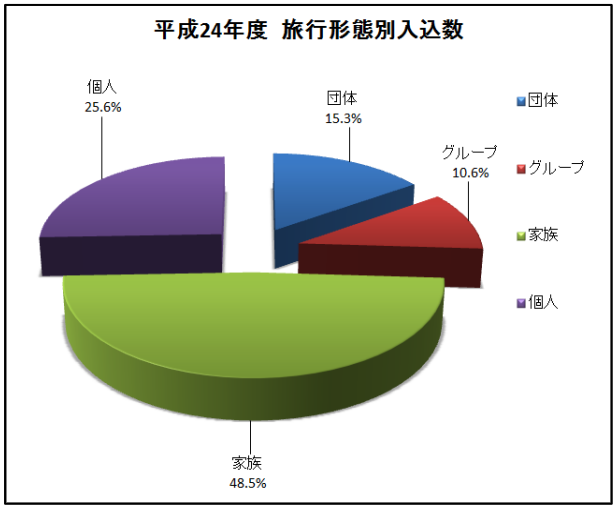


（9）旅行形態別観光客の入込状況

旅行形態別の入込状況では、家族での旅行が全体の 46.9%を占め、続いて個人旅行が 31.0%、団体が 11.0%だった。また、前年より団体旅行の占める割合が減少し、個人旅行の占める割合が大きくなっている。

□旅行形態別観光客の構成比

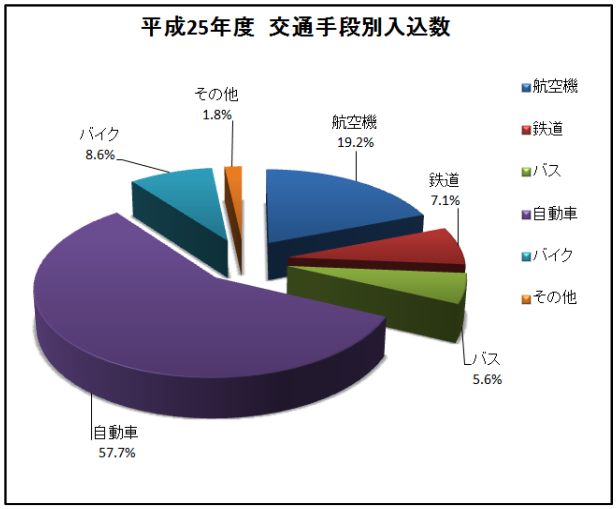


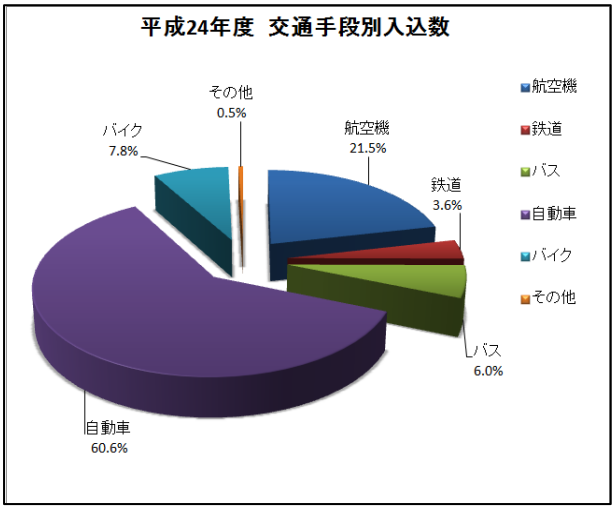


（10）交通手段別観光客の入込状況

交通手段別観光客の入込状況では、鉄道、バイクの占める割合が大きくなっている。

□交通手段別観光客の構成比

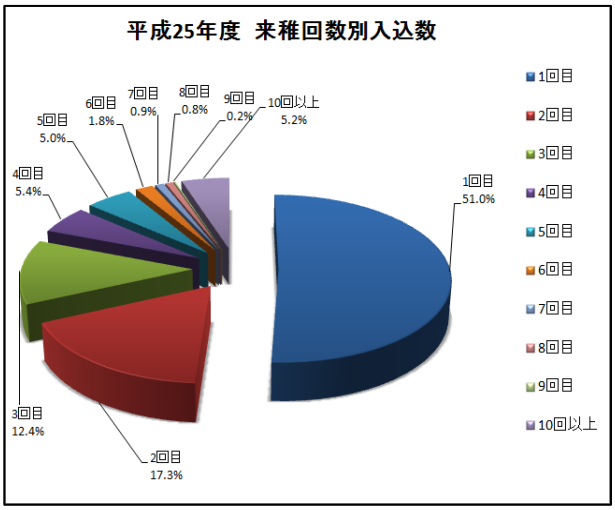


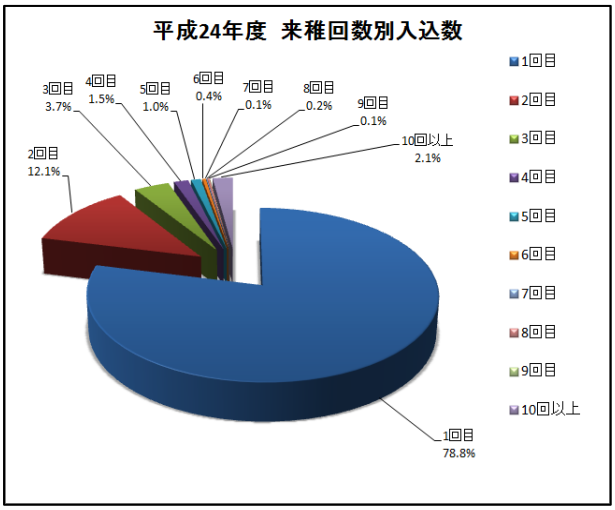


（11）来稚回数別観光客の入込状況

来稚回数別観光客の入込状況では、本市を訪れた旅行者のうち初めて訪れたと回答した旅行者は全体の51.0%を占めている。また、前年より２回以上訪れたことがある旅行者の占める割合が大きくなっている。

□来稚回数別観光客の構成比

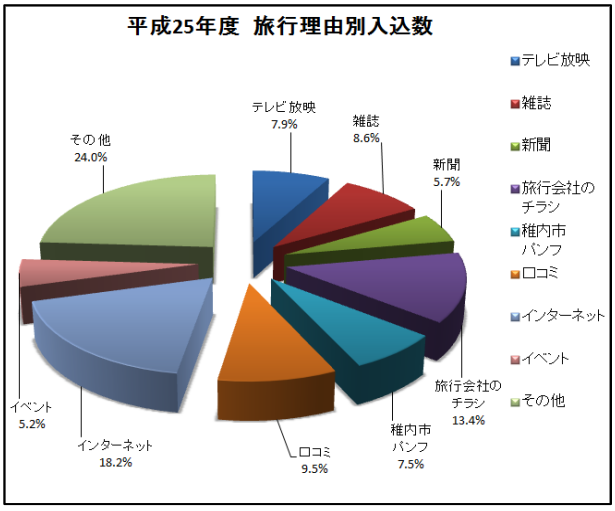


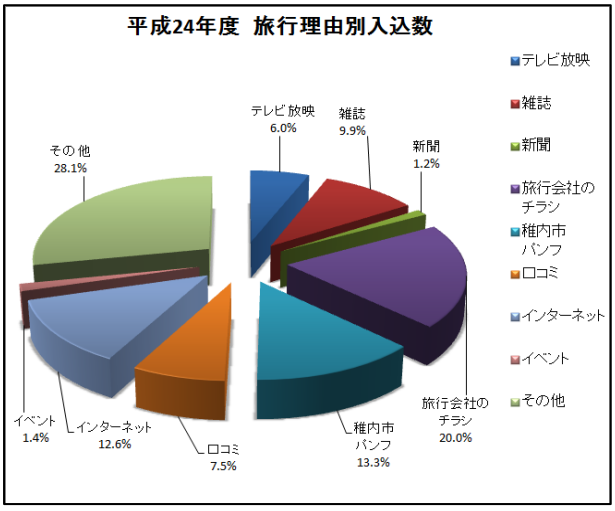


（12）旅行理由別観光客の入込状況

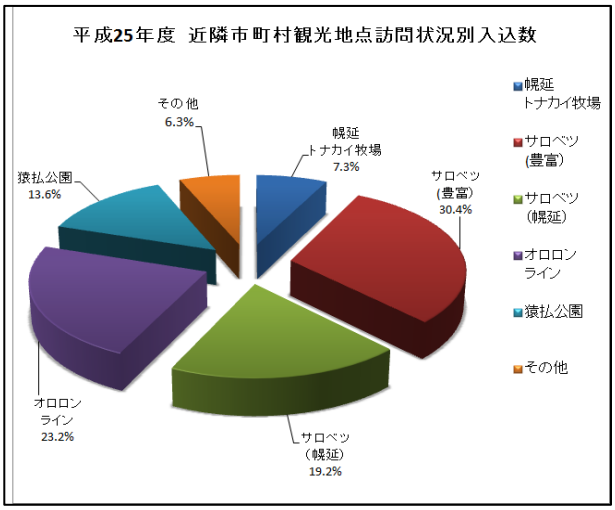
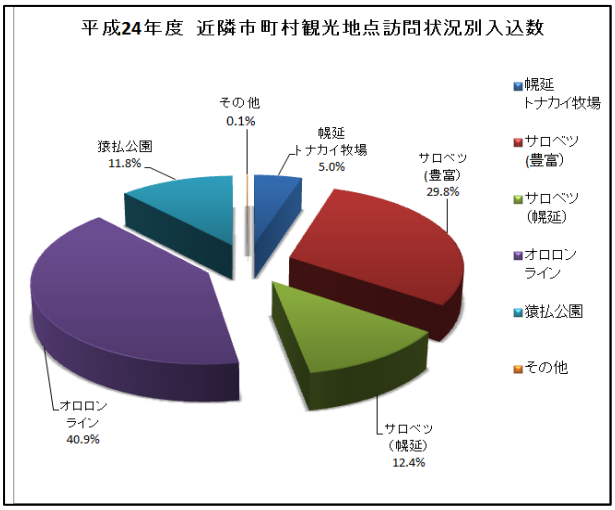
旅行理由別観光客の入込状況では、前年よりテレビ放映、新聞、口コミ、インターネット、イベントの占める割合が大きくなっている。

□旅行理由別観光客の構成比





（13）近隣市町村観光地点訪問状況別観光客の入込状況

近隣市町村観光地点訪問状況別観光客の入込状況では、前年より幌延トナカイ牧場、サロベツ（豊富）、サロベツ（幌延）、猿払公園、その他の占める割合が大きくなっている。

□近隣市町村観光地点訪問状況別観光客の構成比