

# 《 参 考 資 料 》

前ビジョン期間中【2015（平成27）年4月～2018（平成30）年3月】の  
観光情勢の変化と観光事業への取り組みと検証

## 《目次》

1	国内における観光動向に影響した出来事	1
2	数値から見る観光客の推移	1
	（1）月別状況	
	（2）道内・道外・日帰り・宿泊実（延）数	
	（3）年代別	
	（4）旅行形態別	
	（5）交通手段別	
	（6）旅行理由別	
	（7）訪問観光地点別	
	（8）利尻・礼文訪問状況別	
	（9）外国人宿泊実数	
	（10）外国人宿泊延数	
3	「観光都市わっかない」を実現するための取組状況	7
4	「展望」における課題等の達成状況	17
5	これまでの国や北海道における主な観光施策と観光市場の変化	27

## 1 国内における観光動向に影響した出来事

前ビジョンの期間中における国内観光動向に影響した出来事を振り返ると、2015年（平成27年）に東京と金沢を結ぶ北陸新幹線の開業、「明治日本の産業革命遺産」の世界遺産登録や世界でのテロ行為の発生、2016年（平成28年）には軽井沢でのツアーバス転落事故の発生や、北海道新幹線の開業、熊本地震の発生、伊勢志摩での主要7か国首脳会議（G7）の開催、2017年（平成29年）には上野動物園でのパンダ誕生、「沖ノ島」の世界遺産登録、九州北部豪雨の発生などがありました。

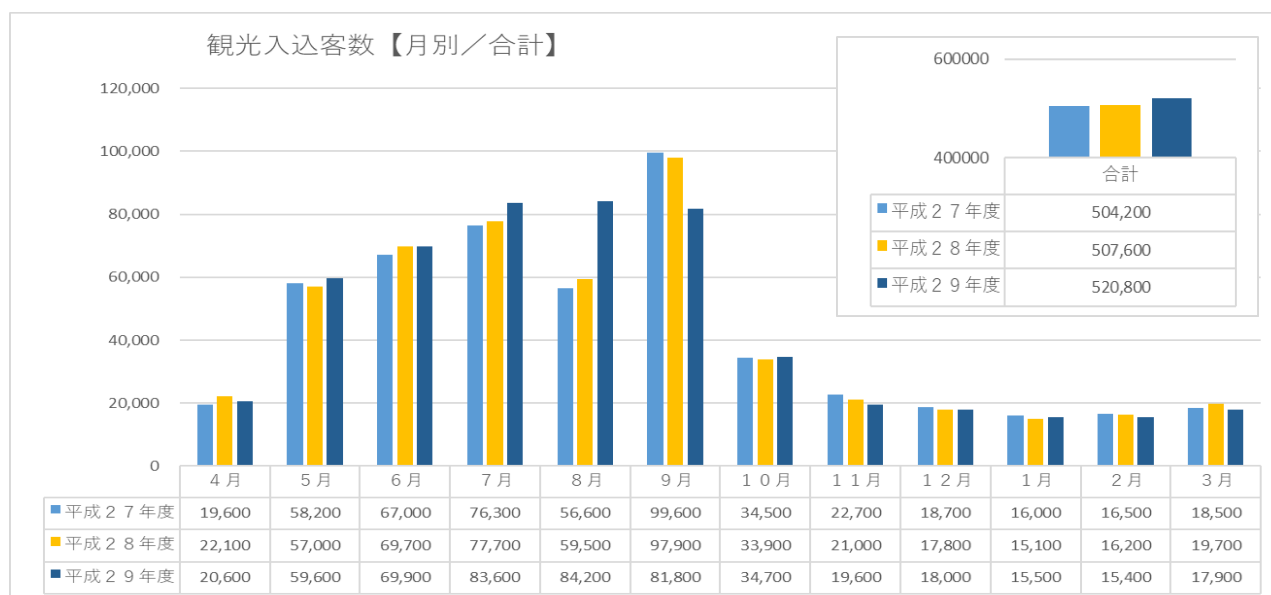
これらの出来事は、国内及び国外における観光客が目的地や滞在日数を変えるなど、観光客の動向を左右するものであり、新幹線開業による交通網の充実や話題性の高い世界遺産登録などは、新たな観光行動を発生させる一方、その年以降の他地域への影響も少なくありません。

## 2 数値から見る観光客の推移

本市の観光入込客数については、東日本大震災以降、2011（平成23）年度から2014（平成26）年度まで増加傾向で推移してきたものの、50万人という数値を上回ることはありませんでしたが、前ビジョン期間において2015（平成27）年度に50万人を超えた後は、連続で前年を上回る状況となっています。

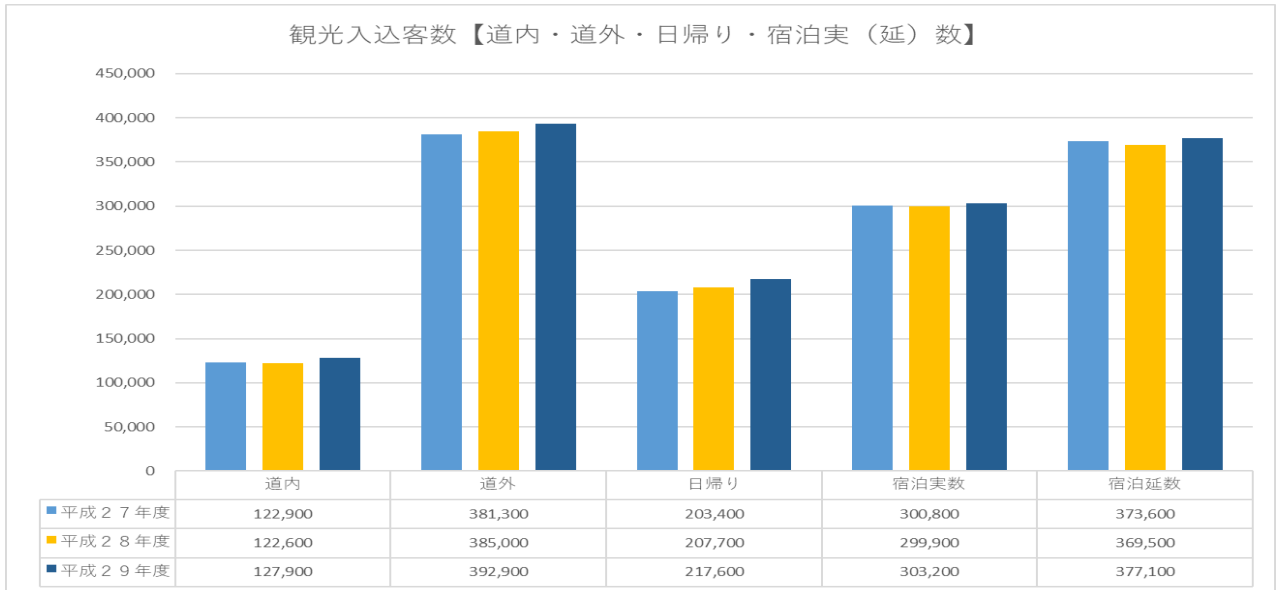
訪日外国人観光客の宿泊日数及び宿泊延数についても確実な増加を続けており、主要な訪日国となっているアジア圏からは台湾を筆頭に香港、中国、韓国、シンガポールの順に来訪が多い状況となっています。

### （1）月別状況



年度毎の推移をみると本市における観光最盛期は5月頃からはじまり9月がピークになっています。2015（平成27）年度及び2016（平成28）年度の8月、2017（平成29）年度の9月の減少は台風の影響によるものであり、依然として下期の入込が低調で推移しています。

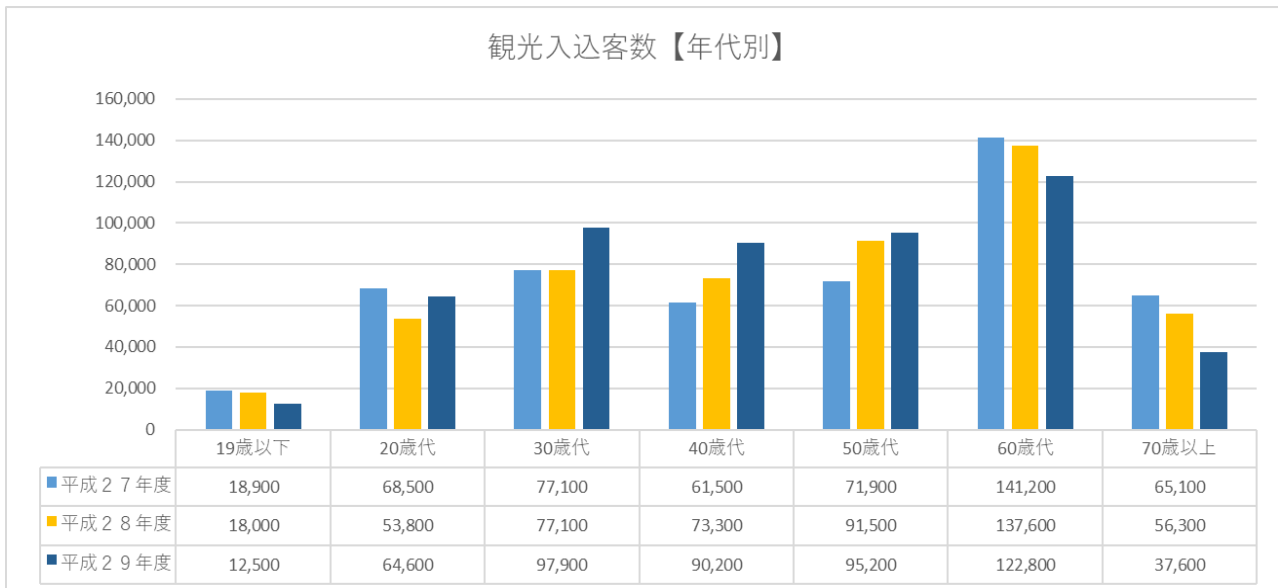
## (2) 道内・道外・日帰り・宿泊実(延)数



道内客に比べ道外客や日帰りの割合が高くなっています。日帰りの割合が高い要因としては、道内客及び道外客が稚内ではなく、利尻・礼文島に宿泊しているためです。

1人当たりの宿泊日数を計算すると各年度とも約1.2泊となり、上期よりも下期のほうが1人当たりの宿泊日数が平均で0.5ポイントほど高い状況となっています。

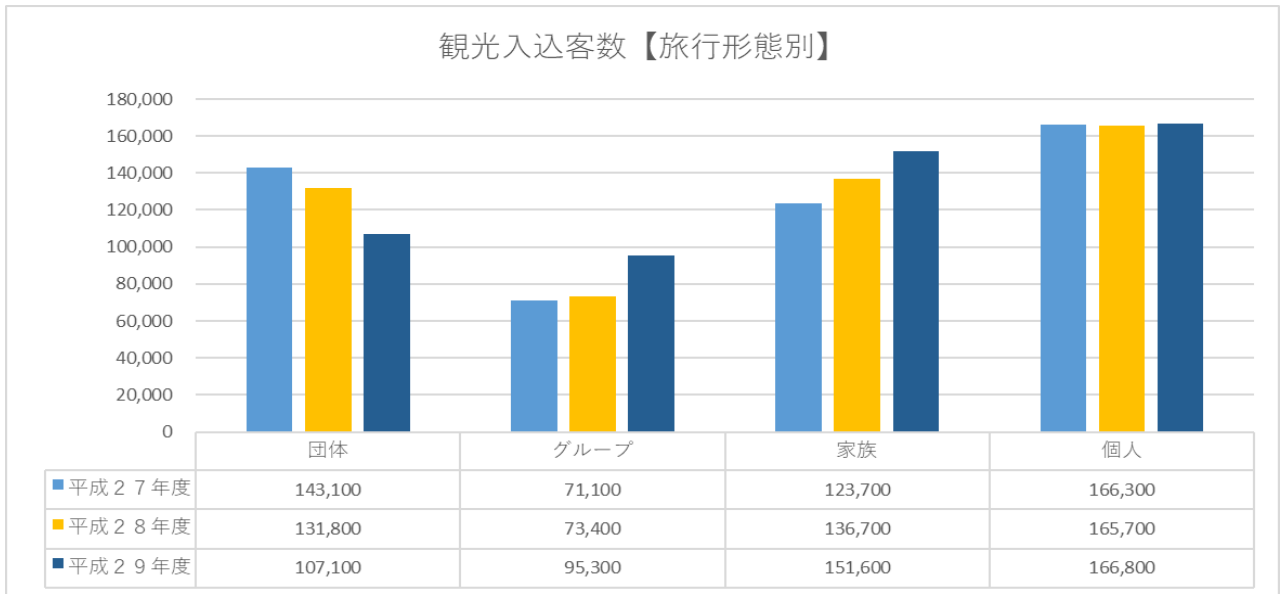
## (3) 年代別



60～70歳代が減少傾向にある反面、30～50歳代が増加しています。後段に記載している「旅行形態別」における団体型旅行の減少と個人型旅行の増加や、「旅行理由別」の変化における旅行会社の減少やWEBの増加と関連しており、シルバー世代が主に団体旅行であることや、スマホ等の所持率が高い現役世代の増加が見られます。

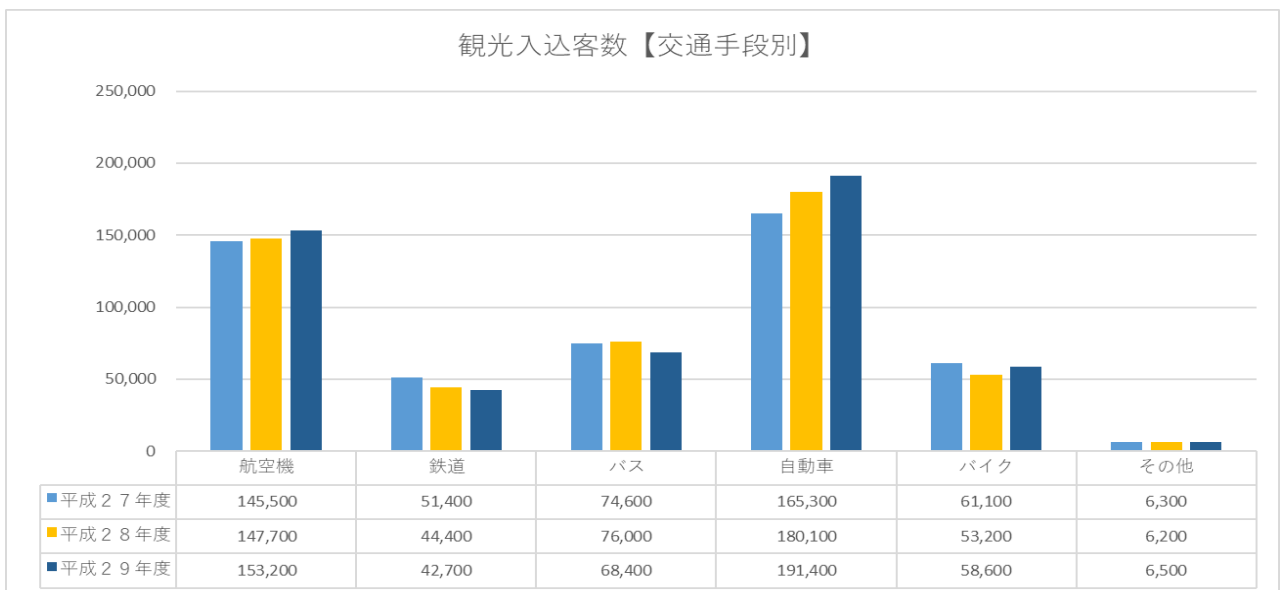
一方、19歳以下～20歳代が低調であり、全国的な課題でもある若年層の旅行離れが見て取れます。

#### (4) 旅行形態別



団体型旅行が減少傾向にあり、個人型旅行に分類されるグループ、家族、個人の割合が増加傾向にあります。WEB等での旅行手配の利便性・簡易性などが向上したことや、旅行目的の多様化、旅行中の自由度の高さ等の要因により、団体型旅行から個人型旅行への移行が進んでいます。

#### (5) 交通手段別

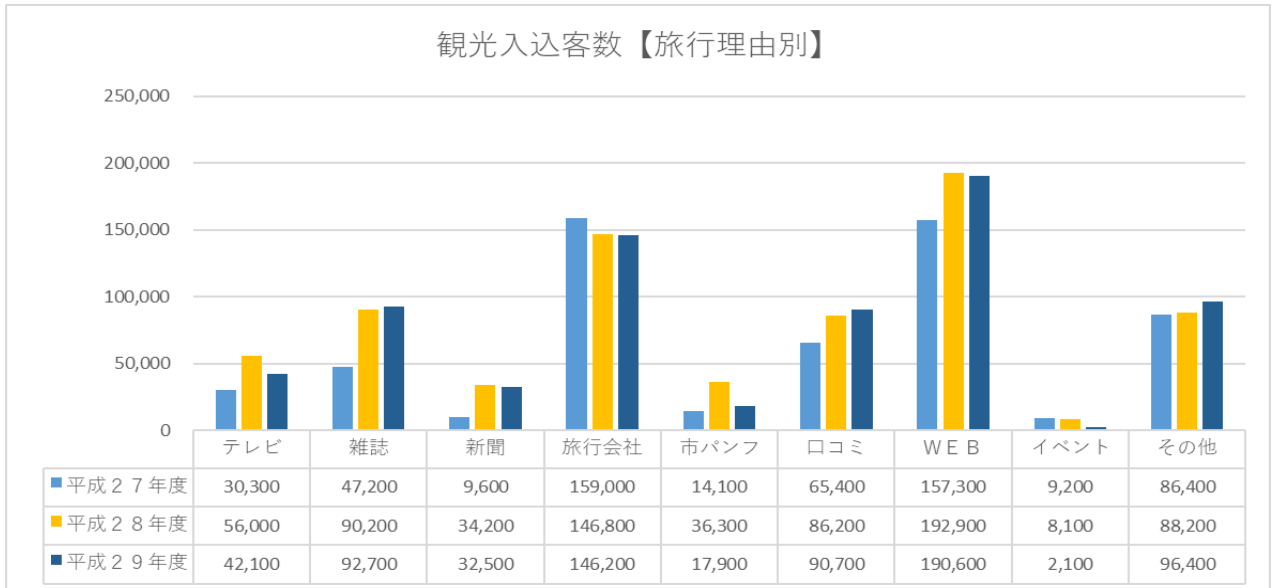


国全体における観光客の移動手段としては、列車利用割合が増加しているとの分析結果があるものの、本市に訪れる手段としての鉄道の割合は減少傾向にあります。

航空機については、FDAチャーター便の運航便数の増加や、定期便（千歳便）における割安運賃の適用などにより、増加傾向で推移しています。

自動車の利用割合が増加傾向にあります、主な要因としては、目的地における移動手段としてのレンタカー利用の増加があげられます。

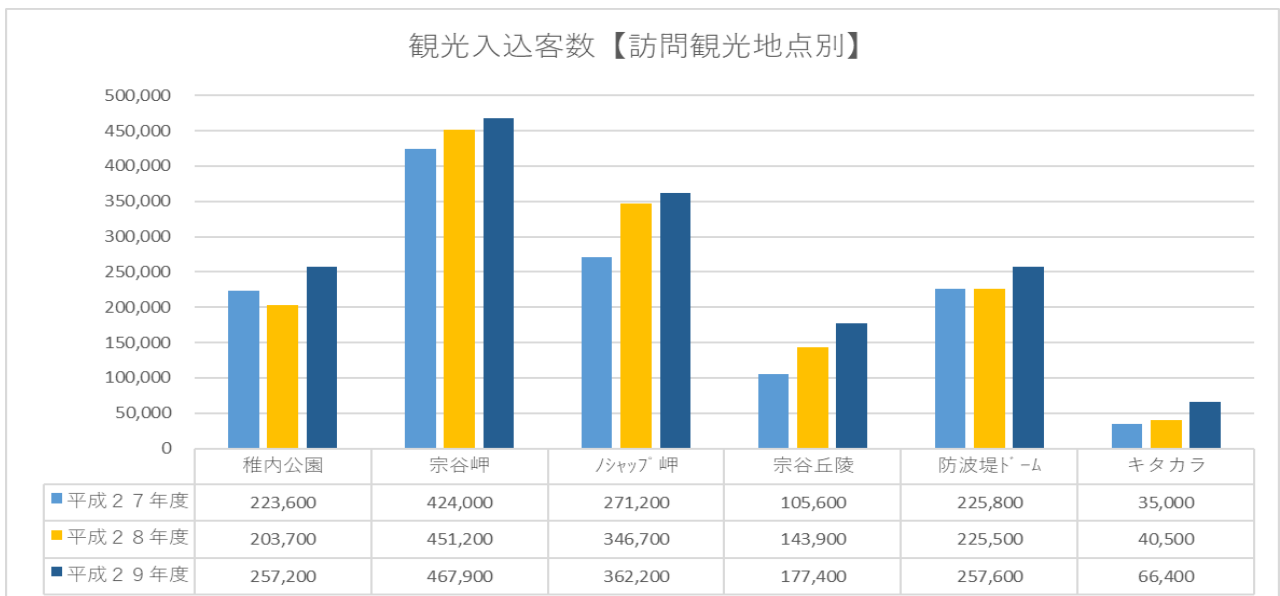
## (6) 旅行理由別



旅行会社の割合の減少とWEBの割合の増加から、団体型旅行から個人型旅行への移行が見られます。

口コミによる割合が旅行理由として比較的上位に位置していることから、本市へ訪れたことがある観光客等の満足度の向上や好印象を与えること、さらには「観光」と結びつきやすいSNSを活用した積極的な情報発信により、潜在的な観光客の掘り起こしに繋がる可能性があります。

## (7) 訪問観光地点別

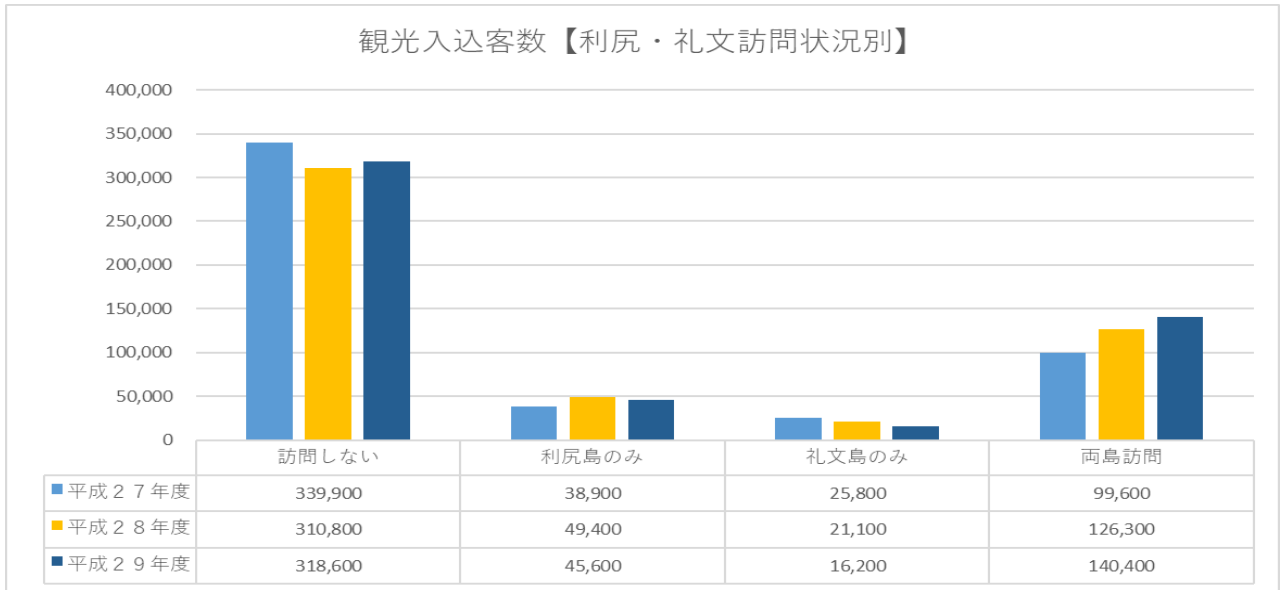


各観光地点とも増加傾向で推移していますが、これは観光入込客数全体の数値が増加していることによるものです。

宗谷丘陵においては、これまで実施してきた宗谷丘陵（白い道）のプロモーション効果により、2015（平成27）年度と2017（平成29）年度の数値比較における伸び率が約168%と、他の観光地点に比べ大きな伸びを示しました。

宗谷岬への訪問数が観光入込客数と近い数値を示しており、観光客のほとんどが当該地点へ訪問している状況となっています。

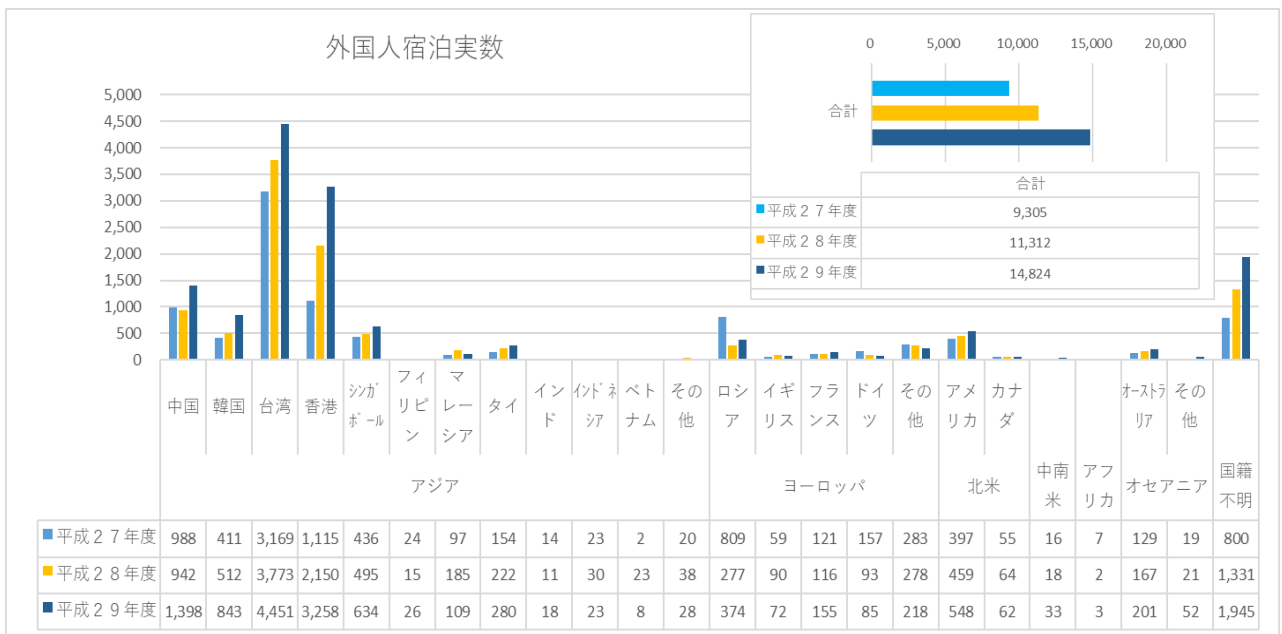
(8) 利尻・礼文訪問状況別



利尻島、礼文島へ訪問しないという割合が減少傾向にある反面、両島ともに訪問するという割合が増加傾向にあります。これは、旅行日程の自由度が高い個人観光客の増加や、比較的滞在日数が長い訪日外国人観光客が増加しているためです。

礼文島よりも利尻島への訪問が高い理由としては、2次交通間における接続の関係や、夏季の登山、冬季のバックカントリースキーなど、1年を通じて体験できる利尻山という観光資源を活かした体験型観光の充実があげられます。

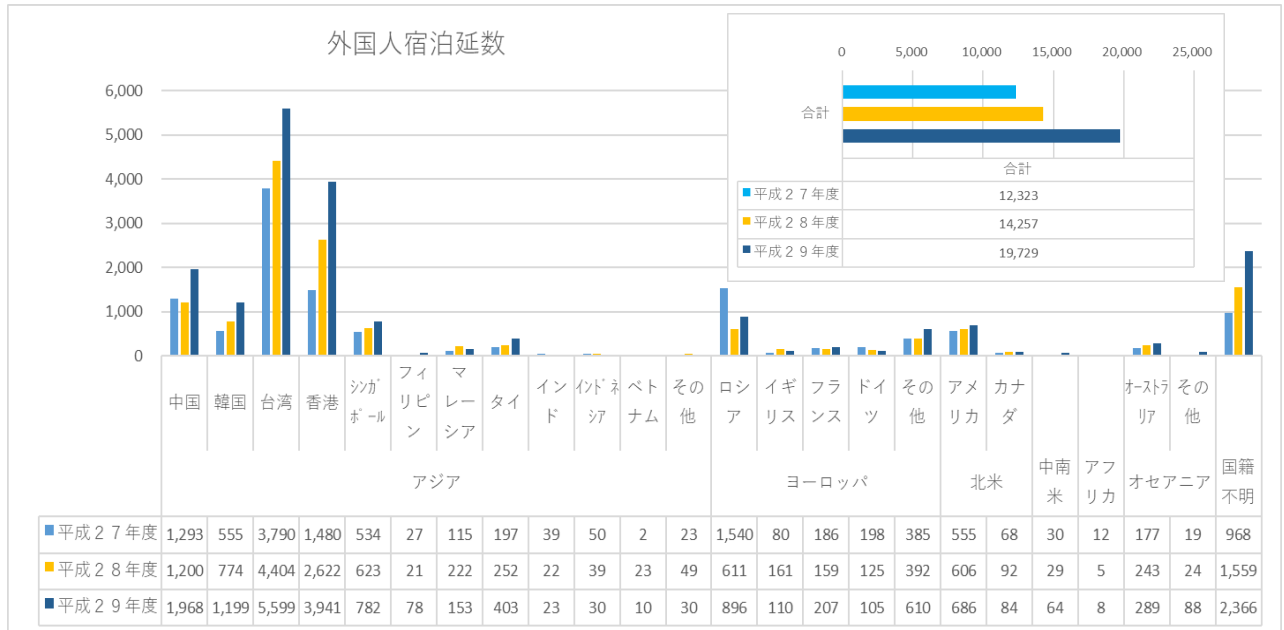
(9) 外国人宿泊実数



訪日外国人観光客は増加傾向で推移しており、2015（平成27）年度から2016（平成28）年度にかけての伸び率が122%、2016（平成28）年度から2017（平成29）年度にかけての伸び率が131%となっています。

本市の訪日外国人観光客の主力はアジアからの来訪であり、中でも現地プロモーションを行ってきた台湾、香港、シンガポールにおいては着実な増加に繋がっています。

(10) 外国人宿泊延数



宿泊延数において上位を占める国は、宿泊実数と同様の状況となっています。

本市を訪れる訪日外国人観光客1人当たりの宿泊日数は約1.3泊となっており、国内の観光客よりも0.1ポイント高くなっています。

台湾については、宿泊実数では大きな割合を示しているものの、1人当たりの宿泊日数は少なくなっており、中国や韓国、においては1人当たりの宿泊日数が多くなっています。

1人当たりの宿泊日数が多い国については個人型旅行、少ない国については団体型旅行が主流となっています。

### 3 「観光都市わっかない」を実現するための取組状況

前ビジョンでは「観光都市わっかないの目指すところ」として定めた5項目について、具体的に何を検討、実践していかなければならないのかを明確にしたところですが、期間中に各項目において実施した事業や取組状況について整理し（重複有）、その成果や効果を検証します。

～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、 <b>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</b> 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）	
実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27年度	サハリンアンサンブル招聘事業（夏季）	① 冬季間に実施している「稚内サハリン館」アンサンブルメンバーを夏季に招聘し、市内各所で公演活動を通じて観光客の満足度の向上を図り、冬季サハリン館のプロモーションを実施。	稚内夏季観光客誘致協議会
27～29年度	朝カフェ事業	① 通称「こうほねの家」を活用し、観光客滞在時間の長期化を目的に早朝時間帯において期間限定のカフェを開設。昆布漁の風景や自然の中での軽食にストーリー性を持たせた事業を展開。 <b>新</b>	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会 稚内観光協会
27～29年度	満足度アップ事業	① 宗谷ふれあい公園に冬季の体験型観光としてスノーランドを開設。 ② 国境の街である特性を活かし異国文化を味わってもらうため冬季間限定の「稚内サハリン館」を開設。観光客の満足度向上と団体ツアー用観光コンテンツとして商品への組込みを実施。 ③ 旧瀬戸邸を冬季開館し、冬の観光コンテンツの一つとして活用。 <b>新</b> ④ 日本のでっぺんで「初日の出」を迎えるという地理的特性を活かしたイベントの開催	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	着地型観光整備事業	① 個人観光客を対象とした市内観光スポットを周遊するガイド付きの「まち歩き事業」を展開し、繁華街への誘因を図る。	稚内観光協会
27～29年度	グッズ販売事業	① マスコットキャラクターをモチーフにしたオリジナルグッズを製作、販売等を実施。	稚内観光協会
27～29年度	最北端・食マルシェの開催	① 食・賑わい・歴史をテーマとした官民一体で実施する食の一大イベントを開催し、地域の安全、安心な食を広く発信することで、観光客誘致に繋げる。	最北端・食マルシェ実行委員会
27～29年度	全国犬ぞり稚内大会の開催	① 南極観測で活躍した犬ぞりの訓練基地であった歴史的背景から、ストーリー性のある全国規模のイベントとして開催し、閑散期である冬季の誘客に繋げる。	全国犬ぞり稚内大会実行委員会



実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
28年度	バードウォッチング観光客誘致事業	① バードウォッチングをテーマとした観光客受入整備としてホームページの開設やマップを製作、広域での取組として展開。新	稚内観光協会
28～29年度	日本のでっぺん。きた北海道ルート。	① 訪日外国人観光客の誘致促進を図るため、道北地域を巡るモデルルートや観光コンテンツの開発、海外の誘致対象国への調査事業、2次交通体系実態調査など誘客に資する事業を展開。新	きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会
29年度	国立公園魅力再発見プロジェクト	① 利尻礼文サロベツ国立公園所在自治体で構成する協議会において、新たな観光資源の再発見や共通する観光資源を結ぶ、国立公園域内の周遊ルートを構築し、広く情報発信する。(検討会議開催)新	稚内・利尻・礼文・サロベツ観光振興協議会

新は前ビジョン期間中の新規事業として実施・展開されたもの。

#### 項目1 / 検証等

地理的な特性や風土、歴史的背景などを活用した事業等について整理しています。

魅力ある観光地づくりを進めるため様々な事業を展開しており、継続して実施している事業等については、団体旅行のツアー行程への組み込みや、認知度の向上によりメディア等への露出が増えるなど、高いプロモーション効果を発揮しています。

また、新規事業の構築にあたっては、広域での取り組みや様々な団体等が参画し進めてきた事業も多く、今後、様々な事業を展開していく上で、良い事例となりました。

一方、新規事業については、地域の特性等を活かした事業展開を図っているが、事業認知度が低いことや、プロモーション（宣伝等）期間が短い等の理由より、観光客の取り込みに繋がりにくい状況があったことから、早期の事業構築と集客ターゲットを定めた効果的なプロモーションを展開していく必要があります。

～観光都市わっかないの目指すところ～			
項 目		項目の具体化	
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「 <u>個人観光客</u> 」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)	
実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27～29年度	航空路線対策事業	① ANA とタイアップした首都圏旅行会社へのツアー造成販売促進施策の展開や、WEB を活用した誘客キャンペーンの実施、個人観光客へのインセンティブ事業の展開。 ② FDA チャーター便機内での稚内ブランド商品の提供	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	2次交通対策事業	① 一定期間中、フェリー及びバス路線（一部）が乗り放題になるチケット（45° NPASS）を造成・販売し、外国人観光客向けにも事業を展開。 <b>新</b>	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会 稚内観光協会 稚内市
27～29年度	朝カフェ事業 ※項目1再掲	① 通称「こうほねの家」を活用し、観光客滞在時間の長期化を目的に早朝時間帯において期間限定のカフェを開設。昆布漁の風景や自然の中での軽食にストーリー性を持たせた事業を展開。 <b>新</b>	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会 稚内観光協会
27～29年度	東京直行便支援事業（冬季）	① 冬季間の誘客促進を図るため、東京直行便を利用するツアー客及び個人客に対し地域商品券をインセンティブとして提供し、観光消費を促進するとともに、半日観光バスを提供。	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	周遊型観光客誘客事業	① 道内空港発着のツアー行程で稚内宿泊を伴う旅行商品造成に対し、バス費用の助成を実施。	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	道内観光客誘客事業	① 札幌を中心とした道内客及び新千歳空港着の道外客の集客強化対策として、稚内札幌間のバス運行を実施。	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会
28～29年度	JR 対策事業	① JR 利用の観光客誘致を図るため、札幌駅発着の旅行商品造成への助成事業を実施。 ② JR とタイアップした旅行商品造成に係るインセンティブ費用について助成事業を実施。 <b>新</b>	わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	満足度アップ事業 ※右記①②③項目1再掲	① 宗谷ふれあい公園に冬季の体験型観光としてスノーランドを開設。 ② 国境の街である特性を活かし異国文化を味わってもらうため冬季間限定の「稚内サハリン館」を開設。観光客の満足度向上と団体ツアー用観光コンテンツとして商品への組み込みを実施。 ③ 旧瀬戸邸を冬季開館し、冬の観光コンテンツの一つとして活用。 <b>新</b> ④ 冬季間、稚内紋別間を結ぶ「北オホーツク流氷ライナー（バス）」を運行し、個人観光客をターゲットにした道北・道東の周遊観光を促進。	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会

(次ページへ続く)

実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27年度	海外メディア・旅行会社受入事業	① 旭川空港への路線を運航する台湾航空会社及び商品造成を行う旅行会社の担当者等を招聘し、本地域の視察を実施し商品造成を促進。	稚内外国人観光客誘致受入実行委員会
27～29年度	現地観光プロモーション事業	① 本市のインバウンドの多数を占める台湾現地に訪問し、北宗谷関係者合同による航空会社及び旅行会社へのプロモーション活動を実施 ② アジア圏からのインバウンドにおいて個人型旅行が主流である香港をターゲットに北宗谷関係者合同による個人旅行者向けセミナーを開催。 <sup>新</sup>	稚内外国人観光客誘致受入実行委員会 稚内観光協会 稚内市
27～29年度	サハリン観光客誘致促進事業	① サハリンで多様化している北海道ツアーの中で安価なモニターツアーを催行し、当地への送客に向けた需要を探る。 ② サハリンのTVメディア招聘によるプロモーションとモニターツアーを連動させた企画を実施し、サハリンからの観光客誘致を図る。	稚内外国人観光客誘致受入実行委員会
27年度	冬季道外圏誘致事業	① 首都圏等の旅行会社に対する冬季観光事業のプロモーション及び販売促進に係る意見交換の実施。	稚内観光協会 稚内市
27年度	広域連携事業	① ANAセールス等旅行会社による北宗谷モニターツアーの実施や、北海道新幹線開業に合わせた仙台旅行会社との商談会、インバウンドルート創出に係るアンケートの実施。	稚内観光協会
27～29年度	着地型観光整備事業 ※右記② 項目1再掲	① 第3種旅行業による着地型旅行企画の実施。 ② 個人観光客を対象とした市内観光スポットを周遊するガイド付きの「まち歩き事業」を展開し、繁華街への誘因を図る。	稚内観光協会
27～29年度	着地案内業務	① 稚内市民観光ボランティアガイド活動支援、観光案内カウンターの設置、観光案内マップの作製。	稚内観光協会 稚内市
28年度	観光客誘致事業	① 首都圏開催の旅行博への出展、関西圏旅行会社との商談会参加など、北宗谷及び北海道、あさひかわ誘致宣伝協議会との広域による取組。 ② シンガポールのLCC航空会社によるファムトリップ（現地視察）の受入及び情報発信素材の提供。	稚内観光協会
27～29年度	最北端・食マルシェの開催 ※項目1再掲	① 食・賑わい・歴史をテーマとした官民一体で実施する食の一大イベントを開催し、地域の安全、安心な食を広く発信することで、観光客誘致に繋げる。	最北端・食マルシェ実行委員会
27～29年度	全国犬ぞり稚内大会の開催 ※項目1再掲	① 南極観測で活躍した犬ぞりの訓練基地であった歴史的背景から、ストーリー性のある全国規模のイベントとして開催し、閑散期である冬季の誘客に繋げる。	全国犬ぞり稚内大会実行委員会

実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27～29年度	誘致宣伝事業	① 旅行系雑誌、WEB等を活用した国内外向けの広告宣伝。 ② 観光ガイドブック及びパンフレットの製作。 ③ アウトソーシング（プロポーザル方式）による観光プロモーションの実施。	稚内市
28年度	観光活性化促進事業	① 市内観光スポット（5か所）への公衆無線LAN（Wi-Fi）環境の整備。 <b>新</b>	稚内市
28～29年度	日本のおてっぺん。きた北海道ルート。 ※項目1再掲	① 訪日外国人観光客の誘致促進を図るため、道北地域を巡るモデルルートや観光コンテンツの開発、海外の誘致対象国への調査事業、2次交通体系実態調査など誘客に資する事業を展開。 <b>新</b>	きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会

**新**は前ビジョン期間中の新規事業として実施・展開されたもの。

## 項目2／検証等

団体・個人観光客、訪日外国人観光客も含めた観光客の誘致に関する事業や、観光客の受入体制の整備に資する取組について整理しています。

前段の「数値から見る観光客の推移」において旅行形態別の状況からもわかるように、団体ツアーと個人観光客の比率は、おおよそ3対7の割合となっており、個人型旅行が主流といえる状況となっています。

期間中の取組としては、観光入込客数の底支えとなる団体ツアー誘致のための旅行会社との情報交換や商談会への参加のほか、販売促進策の展開を行うとともに、さらなる積み上げを図るため個人観光客を対象とした着地型観光コンテンツの創出などにも取り組んでいます。

また、訪日外国人観光客の誘致を推進するため、アジア諸国へのプロモーションや隣国ロシアからのモニターツアー等を展開するとともに、無料公衆無線LAN環境の整備を進めるなど受入環境の充実にも取り組んでいます。

今後は、これまで同様に、団体観光客の誘致促進を行っていくほか、増加傾向にある個人観光客への滞在期間を延ばすことができる受け入れ体制の強化を図っていきます。

～観光都市わっかないの目指すところ～			
項 目		項目の具体化	
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 <u>観光客を温かく迎え入れる基盤づくり</u> 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。	
実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27～29年度	観光大使・ふるさと大使事業	① 観光大使任命や市民へのふるさと大使制度の認知度向上を図り、観光客を迎え入れる意識を醸成し、市民自らのプロモーション活動に繋げる。	稚内観光協会
27～29年度	着地案内業務 ※項目2再掲	① 稚内市民観光ボランティアガイド活動支援、観光案内カウンターの設置、観光案内マップの作製。	稚内観光協会 稚内市
27～29年度	稚内観光マイスター推進事業	① 市民への「我が街を知る」学習機会の提供と、我が街に対する誇りを持ち市民自らガイド役となってもらうため、「稚内観光マイスター」制度を創設し、年1回検定試験を実施、合格者の認定・登録を行う。	稚内観光マイスター推進委員会

### 項目3 / 検証等

観光客への「おもてなし」意識の醸成や、温かく迎え入れる基盤づくりに資する事業について整理しています。

民間調査会社が作成している「国家ブランド指数」において、2015（平成 27）年の調査では日本人の長所とされる「歓迎」や「おもてなし」について他国の人々からは必ずしも評価されていないという結果もでています。（観光庁：平成 27 年度 観光の状況 平成 28 年度 観光施策より引用）

観光マイスター制度が平成 19 年度にスタートしてから 10 年以上が経過し、これまで多くの市民や企業等の職員、学生など幅広い層の認定を行っているところであり、確実に制度の認知度が向上してきている一方、資格取得後の活動に結びついていない状況もあることから、資格取得者へのフォローアップをはじめ、稚内市民観光ボランティアガイドへの登録など、活躍できる場や機会への参画を促進していくことも重要です。

また、前段の「数値から見る観光客の推移」において、旅行理由別の状況からも「口コミ」による来訪の割合が多いことから、ふるさと大使制度の認知度向上を図り、観光客の誘致を市民自らが実践する基盤づくりを進めていくことが必要となっています。

～観光都市わっかないの目指すところ～			
項 目		項目の具体化	
4	稚内市は <u>近隣市町村と連携を図ることで広域観光を推進</u> 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)	
実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27～29年度	2次交通対策事業 ※項目2再掲	① 一定期間中、フェリー及びバス路線（一部）が乗り放題になるチケット（45° NPASS）を造成・販売し、外国人観光客向けにも事業を展開。 <b>新</b>	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会 稚内観光協会 稚内市
27～28年度	満足度アップ事業 ※項目2再掲	① 冬季間、稚内紋別間を結ぶ「北オホーツク流氷ライナー（バス）」を運行し、個人観光客をターゲットにした道北・道東の周遊観光を促進。	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	誘致宣伝事業  ※右記④ 項目1「国立公園魅力再発見プロジェクト」と同内容	① サッポロビール主催の「道産子感謝 DAY」など道内イベントへの出展や STV ラジオへの出演やCM収録による道内プロモーションを実施。 ② 「旅まつり名古屋」など、道外イベントへの出展、開催地周辺の旅行会社へのセールスコールやメディアへの出演によるプロモーションの実施。 ③ あさひかわ誘致宣伝協議会への参画による道北圏域での広域観光の推進。 ④ 利尻礼文サロベツ国立公園所在自治体で構成する協議会において、新たな観光資源の再発見や共通する観光資源を結び、国立公園域内の周遊ルートを構築し、広く情報発信する。(検討会議開催) <b>新</b>	稚内・利尻・礼文・サロベツ観光振興協議会
27年度	海外メディア・旅行会社受入事業 ※項目2再掲	① 旭川空港への路線を運航する台湾航空会社及び商品造成を行う旅行会社の担当者等を招聘し、本地域の視察を実施し商品造成を促進。(利尻礼文観光協会連携)	稚内外国人観光客誘致受入実行委員会
27～29年度	現地観光プロモーション事業 ※項目2再掲	① 本市のインバウンドの多数を占める台湾現地に訪問し、北宗谷関係者合同による航空会社及び旅行会社へのプロモーション活動を実施 ② アジア圏からのインバウンドにおいて個人型旅行が主流である香港をターゲットに北宗谷関係者合同による個人旅行者向けセミナーを開催。 <b>新</b>	稚内外国人観光客誘致受入実行委員会 稚内観光協会 稚内市
27年度	広域連携事業 ※項目2再掲	① ANA セールス等旅行会社による北宗谷モニターツアーの実施や、北海道新幹線開業に合わせた仙台旅行会社との商談会、インバウンドルート創出に係るアンケートの実施。	稚内観光協会

実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
28年度	観光客誘致事業 ※右記①項目2「バードウォッチング観光客誘致事業」と同内容 ※右記②項目2再掲	① バードウォッチングをテーマとした観光客受入整備としてホームページの開設やマップを製作、広域での取組として展開。❶ ② 首都圏開催の旅行博への出展、関西圏旅行会社との商談会参加など、北宗谷及び北海道、あさひかわ誘致宣伝協議会との広域による取組。	稚内観光協会
27～29年度	広域観光振興事業	① 利尻・礼文島、近隣町村との合同による観光プロモーションの実施や、国立公園協議会、宗谷観光連盟、あさひかわ誘致宣伝協議会等との広域による取組を実施。	稚内市
28～29年度	日本のてっぺん。きた北海道ルート。 ※項目1,2再掲	① 訪日外国人観光客の誘致促進を図るため、道北地域を巡るモデルルートや観光コンテンツの開発、海外の誘致対象国への調査事業、2次交通体系実態調査など誘客に資する事業を展開。❶	きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会

❶は前ビジョン期間中の新規事業として実施・展開されたもの。

#### 項目4／検証等

観光客の誘致に関して、広域連携により取り組んできた事業等について整理しています。

プロモーション活動にあたっては、複数の自治体からなる地域を一つの観光地として捉え、奥行きのある観光情報の提供や域内における周遊型観光を促進するため、積極的な広域連携による取組を進めている。また、周遊型観光に欠かすことのできない2次交通の充実については、個別の案件毎に関係自治体等との取組を進めています。

「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」においては、様々な調査事業や実証実験を経て、コンセプトに応じた魅力あるモデルコースが構築されたところであり、今後も訪日外国人観光客の誘致関連事業が展開されることから、これら事業と連動した取組を進めていく必要があります。

また、今後は、プロモーションの連携のみならず、観光地経営の視点で複数の地域を一つの観光地として、より多くの観光客を誘致し、地域全体の経済に好影響を与える仕組みづくりに発展させていく必要があります。

～観光都市わっかないの目指すところ～			
項 目		項目の具体化	
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。	
実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27～29年度	2次交通対策事業 ※項目2,4再掲	① 一定期間中、フェリー及びバス路線（一部）が乗り放題になるチケット（45° NPASS）を造成・販売し、外国人観光客向けにも事業を展開。新	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会 稚内観光協会 稚内市
27～29年度	朝カフェ事業 ※項目1,2再掲	① 通称「こうほねの家」を活用し、観光客滞在時間の長期化を目的に早朝時間帯において期間限定のカフェを開設。昆布漁の風景や自然の中での軽食にストーリー性を持たせた事業を展開。新	稚内夏季観光客誘致協議会 わっかない観光活性化促進協議会 稚内観光協会
27～29年度	満足度アップ事業 ※項目1再掲	① 日本のでっぺんで「初日の出」を迎えるという地理的特性を活かしたイベントの開催	稚内冬季観光振興実行委員会 わっかない観光活性化促進協議会
27～29年度	誘致宣伝事業 ※項目4再掲	① サッポロビール主催の「道産子感謝 DAY」など道内イベントへの出展や STV ラジオへの出演やCM収録による道内プロモーションを実施。 ② 「旅まつり名古屋」など、道外イベントへの出展、開催地周辺の旅行会社へのセールスコールやメディアへの出演によるプロモーションの実施。 ③ 利尻礼文サロベツ国立公園所在自治体で構成する協議会において、新たな観光資源の再発見や共通する観光資源を結び、国立公園域内の周遊ルートを構築し、広く情報発信する。（検討会議開催） 新	稚内・利尻・礼文・サロベツ観光振興協議会
27～29年度	サハリン観光客誘致促進事業 ※項目2再掲	① サハリンの TV メディア招聘によるプロモーションとモニターツアーを連動させた企画を実施し、サハリンからの観光客誘致を図る。	稚内外国人観光客誘致受入実行委員会
27～29年度	観光情報発信事業	① 稚内観光協会のホームページ情報の更新、道内外メディアへの情報提供、宗谷シーニックバイウェイ「ルート内情報」の発信	稚内観光協会
28年度	観光活性化促進事業	① 新たな観光コンテンツ開発のための調査事業の実施。（アートイベント実施のための可能性調査） 新	稚内市
27～29年度	最北端・食マルシェの開催 ※項目1,2再掲	① 食・賑わい・歴史をテーマとした官民一体で実施する食の一大イベントを開催し、地域の安全、安心な食を広く発信することで、観光客誘致に繋げる。	最北端・食マルシェ実行委員会



実施年度	事業名称	取組内容	実施主体等
27～29年度	誘致宣伝事業 ※項目2再掲	① 旅行系雑誌、WEB等を活用した国内外向けの広告宣伝。 ② アウトソーシング（プロポーザル方式）による観光プロモーションの実施。	稚内市
27～29年度	全国犬ぞり稚内大会の開催 ※項目1,2再掲	① 南極観測で活躍した犬ぞりの訓練基地であった歴史的背景から、ストーリー性のある全国規模のイベントとして開催し、閑散期である冬季の誘客に繋げる。	全国犬ぞり稚内大会実行委員会
29年度	観光活性化促進事業	① 稚内アートフェスティバル2017の開催。新たな観光客層の掘り起こしや、インバウンド誘致に繋げるとともに、観光コンテンツとしての2次利用を図る。新	稚内市

新は前ビジョン期間中の新規事業として実施・展開されたもの。

#### 項目5／検証等

観光目的地に選ばれるような「訪れてみたくなる」イメージの創出に繋がる事業等について整理しています。

地域特性や歴史的背景などを活かした事業構築に取り組んだほか、プロモーションビデオを製作し視角に訴えることで、より具体的なイメージの創出を図りました。

また、前段の「数値から見る観光客の推移」における訪問観光地点別においては、「宗谷丘陵」へ訪問する観光客が増加していますが、これは宗谷丘陵「白い道」の積極的な情報発信によるものです。

今後も「稚内市＝〇〇〇〇の街」というイメージ構築ができるよう継続した事業展開、効果的な情報発信を行い、観光客に選ばれる観光地づくりを進めていくことが必要です。

#### 4 「展望」における課題等の達成状況

前ビジョンにおいては、「観光都市わからない」の将来像を明確にした上で、目指すべき方向性や、それらを実現していくための取組等について「展望」という形で整理をしたところでありま  
す。また、各展望については、期間中に解決していかなければならない課題や、必要と思われる  
取組等について明らかにしたところです。

以下においては、前段の「3.『観光都市わからない』を実現するための取組状況」で整理した  
実施事業等について、各展望における課題等の解決に直接関係する事業や、実施事業の主たる目  
的以外に間接的に効果があった事業を洗い出し、その達成状況について検証していきます。

1. 新たな体制の構築	
展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域の様々な主体が「観光事業」を「自分事」として考える意識の醸成</li> <li>◆「観光事業」が地域経済を活性化させる仕組みづくり、それらを継続・持続するための新たな組織体制の確立</li> </ul>
課題等に対する達成状況	
<p>◆「自分事」として考え、如何に積極的にかかわってもらうのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 稚内市観光マイスター認定制度の推進（認定者 879 人/H29 年度末時点）</li> <li>⇒ 新たに設立した「わからない観光活性化促進協議会」への観光関係団体以外の団体の参画</li> </ul>	
<p>◆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として考えるか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 「わからない観光活性化促進協議会」の設立</li> <li>⇒ 下部組織として「作業検討部会」、「誘客推進部会」、「おもてなし向上部会」を設置</li> <li>⇒ 日本版 DMO 組織の設立に向けた関係者による勉強会等の実施</li> </ul>	
<p>◆新体制における事務局機能の役割はどうするか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 稚内観光協会、稚内商工会議所、稚内市の三者で構成する事務局体制を構築、総括を稚内市観光協会が担い、実施事業に応じて三者で役割を分担</li> </ul>	
<p>◆人数規模は何名とするか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ わっかない観光活性化促進協議会 構成団体数 20 団体</li> <li>⇒ 下部組織として「作業検討部会」、「誘客推進部会」、「おもてなし向上部会」を設置</li> </ul>	
<p>◆行政、他団体との役割の明確化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ わっかない観光活性化促進協議会の構成メンバー（行政除く）による事業立案の推進（朝カフェ事業、グルメパスポート事業）</li> </ul>	
<p>【検証等】</p> <p>◎ わっかない観光活性化促進協議会について</p> <p>平成 28 年度に、これまで夏季・冬季とそれぞれに活動していた協議会や実行委員会を解散し、通年で観光振興策が講じられるよう、新たに「わからない観光活性化促進協議会」を設立しました。これまで観光に直接関係することのなかった団体等の参画に繋がりました。</p> <p>観光客の長期滞在化や繁華街等への観光客の流れをつくるための新規事業の構築や、これまでの観光事業内容に対する提言により、既存事業のブラッシュアップを図るなど、これまでになかった動きが生まれています。</p>	

（次ページへ続く）

今後は、こうした小さな変化を継続していくことが重要であることを認識しつつ、昨今、増加傾向にある個人観光客や訪日外国人観光客を意識した新たな取組も進めていく必要があります。

◎ **日本版 DMO 組織の設立について**

観光庁においては、国外の観光における成功事例を参考に DMO（Destination Management/Marketing Organization）組織の設立を推進しているところであり、平成 29 年度末時点においては、全国で 70 法人が登録されています。

本市においても、関係者等による勉強会や検討が開始されているところであり、今後、マーケティングやマネジメントに基づいた観光振興策を推進していく上で、法人設立は必要不可欠なものと考えます。

**2. 「観光都市わっかない」のプロモーション**

展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地理的な優位性を活かし、魅力ある観光地づくりに連動した「稚内市＝〇〇〇〇の街」というイメージ創出</li> <li>◆時代背景（トレンド）、ターゲットに応じた戦略的なプロモーションの実施</li> </ul>
-------	--

**課題等に対する達成状況**

◆稚内＝「〇〇〇〇の街」というイメージの早急な構築（複数可）  
 ⇒ 各種イベントの実施による街のイメージ創出（最北端・食マルシェ／初日の出inてっぺん／全国犬ぞり稚内大会／稚内アートフェスティバル）

◆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  
 ⇒ 利尻礼文サロベツ国立公園内の所在自治体の観光資源を結ぶ周遊観光モデルコースの開発検討  
 ⇒ 広域連携による台湾・香港・シンガポール現地でのプロモーション実施、海外航空会社及び旅行会社の商品造成担当者を招聘するファミツアーの実施

◆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  
 ⇒ 広告宣伝において専門的知識・経験を有する民間事業者への外部委託の実施

◆継続性と話題性をどのように演出するか  
 ⇒ 2次交通対策事業（45° NPASS）におけるプロモーション用動画の製作・配信  
 ⇒ SNS（フェイスブック）を活用した広告宣伝の実施

◆どういった広告宣伝媒体を選択していくか  
 ⇒ 旅行雑誌、WEB、SNS、ラジオによる広告宣伝の展開

◆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  
 ⇒ SNS インフルエンサーを招聘した情報発信事業の実施  
 ⇒ FDA チャーター便の運航に合わせた航空機内誌への出稿

**【検証等】**  
 ◎ **イベント開催について**  
 イベントの開催にあたっては、集客力を高めるための事前のプロモーションと継続開催による街へのイメージの構築が重要であり、「全国犬ぞり稚内大会」については、古くから継続

開催されており、時期的にもイベント開催が減少する季節に行われるイベントとして、数多くのメディアが取り上げており、“稚内市”の知名度向上という2次的な効果も有しています。

平成29年度に初開催となった「稚内アートフェスティバル」については、集客力のある「最北端・食マルシェ」と同時開催することで、認知度の向上を図ったところであり、終了後におけるイベント動画をSNSで配信したところ、4万件以上の閲覧数を数えました。

しかしながら、どのイベントにおいても事前のプロモーションに弱さを感じられるところであり、より効果的な宣伝告知を実施していくことが求められます。

### ◎ プロモーションの手法について

個人旅行客の増加の背景には情報入手・発信の手段としてスマートフォン等の普及が一つの要因と考えられ、WEBやSNS等によるプロモーションは欠かすことのできないツールとなっている。特に若年層の来訪が弱い本地域において、これらを活用したプロモーションは効果的であり、広告宣伝においても重点的に取り組んでいく必要があります。

## 3. 観光（中核）施設の基盤整備

展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新たな観光（中核）施設の基盤整備の見送り</li> <li>◆既存観光施設の機能強化や利便性向上と、新たな価値の創出</li> </ul>
-------	---

### 課題等に対する達成状況

◆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  
 ⇒ 市内観光スポット5カ所（宗谷岬／稚内港北防波堤ドーム／稚内公園／ノシャップ岬／大沼野鳥観察館）への無料公衆無線LAN【Wi-Fi】の設置

◆既存観光施設等の新たな価値の創出  
 ⇒ 国立公園内の自然景観を活用した浜勇知展望休憩施設（こうほねの家）での期間限定カフェの開設  
 ⇒ 副港市場「石蔵」を活用した団体ツアー向け「稚内サハリン館」の特別公演の実施  
 ⇒ 映画「北の桜守」ロケセットの観光施設としての活用

### 【検証等】

#### ◎ 既存観光施設等の活用について

本市における観光施設等の機能としては、観光客が休憩することのみを目的とした施設が多く、その施設周辺で長時間滞在できるような仕組みを備えていない反面、多くの観光客が訪れる場所であったり、素晴らしい景観を有する場所であったりと、施設自体の付加価値を高めることができる素材がある場合が多いです。

こうしたことから、国立公園内における既存施設を利用したカフェ事業などを展開してきたところですが、今後は観光施設が単なる休憩場所から、観光行動への支援や、長時間滞在できる仕組みがあるなど、施設機能を高める取組を進めていくことが必要です。

#### ◎ 観光施設への市民の来訪促進

観光施設の利用は観光客以外に、多くの市民も出入りしていることが望ましく、施設の賑わいが創出されることはもとより、観光客と“地元の人”との触れ合いに繋がることも期待されることから、市民が楽しめる場所の一つになるという視点も重要です。

#### 4. 観光資源の見直し・発掘

##### 展望の要旨

- ◆観光資源の魅せ方や伝え方、付加価値の向上など、観光客の目にどのように映るかを意識した観光資源の見直しや磨き上げ
- ◆既存の観光資源の新たな価値の創出、新たな観光資源発掘

##### 課題等に対する達成状況

##### ◆既存観光資源を抽出し、どのような見直し（磨き上げ）をしていくのか

- ⇒ 冬季間の体験アクティビティである遊覧雪上車の大沼氷上走行

##### ◆新たな観光資源の発掘及び既存観光資源等の組合せの模索

- ⇒ 稚内アートフェスティバルの開催及び作品の展示
- ⇒ 個人観光客を対象とした市内「まち歩き」事業の展開
- ⇒ 旧瀬戸邸の冬季開館における観光コンテンツ化
- ⇒ 利尻礼文サロベツ国立公園内の所在自治体の観光資源を結ぶ周遊観光モデルコースの開発検討

##### ◆（観光資源に対する）観光客目線での判断（評価）をどうするか

- ⇒ 国立公園内の自然景観を活用した浜勇知展望休憩施設（こうほねの家）での期間限定カフェ利用者へのアンケート調査の実施
- ⇒ 広域連携によるバードウォッチングをテーマとした受入環境整備及びモニターツアーの実施

##### 【検証等】

##### ◎ 観光行動を誘導するための観光資源の活用

潜在的な観光客への興味喚起を促進し、来訪してもらうことのみを目的とした観光資源の付加価値の向上から、さらに、来訪した観光客にどのような観光行動を起こさせるのかということ考虑した観光資源の活用が求められており、個人観光客の市内「まち歩き」事業については、観光客を繁華街へ誘引するための仕組みとして実施したところであり、また、カフェ事業についても、早朝の時間帯に実施することで市内での宿泊を促すことを目的として実施したものです。

既存観光資源の見直しや新しい観光資源の創出は、それ自体に誘客効果も期待できるが、これらの取組を進める際には、観光客の消費行動を促進させる視点も持ちながら進めていくことが重要です。

##### ◎ 多様な主体の参画

観光資源をより観光客にとって価値のあるものにするためには、価値向上の目的や手段に応じて多様な主体が関わっていくことが求められるところであるが、浜勇知展望休憩施設でのカフェ事業については、観光関係団体の立案から始まり、地元住民の積極的な参画が得られた事業であり、今後のモデルケースとなるような事業展開が図られたところです。

## 5. 観光客の満足度向上

展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光客一人ひとりの満足度の向上</li> <li>◆体験メニューや観光スポットにおける演出、新たな活動メニューの創出</li> <li>◆観光客を温かく迎え入れる市民意識の醸成</li> </ul>
-------	---

### 課題等に対する達成状況

- ◆既存の体験メニュー等の見直し（磨き上げ）
  - ⇒ 冬季間、宗谷ふれあい公園で実施していた「遊覧雪上車体験」のコース設定を園内から大沼氷上へ変更し、ツアー催行する旅行会社から好評を得た
  - ⇒ 冬季開館する「稚内サハリン館」について、団体ツアーのみ副港市場「石蔵」における特別公演を実施、軽食（ロシア料理）の提供も合わせて実施することで特別感を演出
- ◆新たな活動の場や活動メニューの創出
  - ⇒ 広域連携によるバードウォッチングをテーマとした受入環境整備及びモニターツアーの実施
  - ⇒ 個人観光客を対象とした市内「まち歩き」事業の展開
- ◆「感動」を醸成し、さらには良い「思い出」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
  - ⇒ 国立公園内の自然景観を活用した浜勇知展望休憩施設（こうほねの家）での期間限定カフェの開設
- ◆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
  - ⇒ 具体的な取組なし

#### 【検証等】

#### ◎ 観光客を主人公とする満足度の向上

観光資源としての価値は、訪れる観光客が決めるものであり、その評価基準もそれぞれです。しかしながら、観光客が観光資源に高い価値があると判断する場合、そこには何かしらの理由や要因が存在しており、訪れた観光客を主人公として、観光資源を使った演出や雰囲気づくりによる新たな体験や感動を生み出すことが、観光資源への高い評価を印象付け、価値の向上に繋がることを認識し、様々な取組を進めていくことが重要です。

昨今、SNS で話題となっている「インスタ映え」も、自身の体験等を写真や動画で切り取り、希少性や特別感等を演出することで自身のファンを増やしていくというものであり、こうしたツールを意識した観光資源の活用方法も検討していく必要があります。

#### ◎ 市民一人ひとりの観光客へのおもてなし

観光旅行中における地元住民との触れ合いは、思い出の一つとして印象に残るものであり、その時の体験によっては、良くも悪くも地域への印象に繋がってしまうものです。

観光客に対する市民一人ひとりの「おもてなし」行動を促進するためには、観光客であると思われる判断材料が必要であり、観光客の可視化ができることにより、地元住民と観光客という関係性において、観光客の満足度の向上につながるような行動を起こしやすくなり、街の好印象に繋がるものと思われまます。

今後、観光客の可視化について関係者間による検討を進め、観光客が気持ちよく旅行を楽しめる環境の充実を図っていくことが必要です。

## 6. 観光情報基盤の整備

展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"><li>◆観光行動の場面に応じた良質な観光情報の提供</li><li>◆稚内市のイメージを伝えるわかりやすい情報発信</li><li>◆観光情報の充実・集約化、情報基盤の整備</li></ul>
課題等に対する達成状況	
◆観光情報の多言語化 ⇒ 観光ガイドブック及び観光パンフレットの多言語化とWEBへの掲載	
◆無料公衆無線LANの整備 ⇒ 市内観光スポット5カ所（宗谷岬／稚内港北防波堤ドーム／稚内公園／ノシャップ岬／大沼野鳥観察館）への無料公衆無線LAN【Wi-Fi】の設置	
◆観光情報のカテゴリー化や情報の集約 ⇒ 具体的な取組なし	
◆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 ⇒具体的な取組なし	
【検証等】	
◎ 観光客の利用目的に応じた観光情報の発信 観光客によって観光情報が利用される場合、その理由として大きく2つが想定される場所ですが、1つ目は、目的地を決定する際の利用、2つ目は、現地での観光行動を決定する際の利用です。 昨今においては個人型旅行が主流になり、目的地の決定から宿、交通手段までもWEBでの手配が可能であることから、WEB上での観光情報については、街の魅力をイメージでき、かつ、街に関する様々な情報を集約することが求められます。一方、現地での観光行動のための情報については、行動の目的が明確になるような観光情報の発信を行うことで、その行動を起こした時に体験として記憶され、より印象深いものとなります。 これらのことから、観光情報の発信にあたっては、観光客の情報の利用目的を意識しながら内容の充実等を進めていくことが重要です。	
◎ 外国人観光客への情報発信について 外国人観光客が増加傾向にあり、国内での情報入手手段としてスマートフォン等が利用されている割合が多いことから、市内観光スポット等に無料公衆無線LAN【Wi-Fi】環境を整備したところですが、今後はこれら通信環境を利用した多言語対応による積極的な情報発信を軸に、外国人観光客の目線に立った観光行動への支援を強化していく必要があります。	

## 7. 広域観光の推進

### 展望の要旨

- ◆広域観光を推進するための近隣自治体との連携
- ◆周遊観光の移動時にも観光客が満足できる仕組みづくり

### 課題等に対する達成状況

#### ◆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

- ⇒ 利尻礼文サロベツ国立公園内の所在自治体の観光資源を結ぶ周遊観光モデルコースの開発検討
- ⇒ 広域連携によるバードウォッチングをテーマとした受入環境整備及びモニターツアーの実施
- ⇒ 広域連携による台湾・香港・シンガポール現地でのプロモーション実施、海外航空会社及び旅行会社の商品造成担当者を招聘するファミツアーの実施
- ⇒ 利尻・礼文・稚内及び交通事業者の連携による2次交通対策事業として、一定期間中、フェリーやバス路線の一部が乗り放題になるチケット「45° NPASS」を造成、販売
- ⇒ 冬季間に稚内紋別間を1日1往復する「北オホーツク流氷ライナー」（バス）を運行
- ⇒ 広域連携による旅行博出展や旅行会社との商談会へ参加し、地域としてプロモーションを展開
- ⇒ 「日本のでっぺん。きた北海道ルート。」の事業展開

#### ◆既存の広域連携組織の取り組み等について検証

- ⇒ 稚内利尻礼文サロベツ観光振興協議会や北宗谷広域観光推進協議会など、同一の自治体や観光協会が参加している広域の協議会について、重複事業の洗い出し

#### ◆シーニックバイウェイとの連携

- ⇒ わっかない観光活性化促進協議会へのシーニックバイウェイの参画

#### 【検証等】

##### ◎ 広域連携による観光客誘致への強み

本地域においては、観光振興に取り組むための様々な枠組みによる広域連携協議会等がありますが、その主な活動内容としては、プロモーション事業となっています。観光客誘致のためのプロモーションについては、潜在的な観光客へ直接的に訴求する旅行博への出展や、旅行会社への地域の情報提供や具体的な商談を行い商品造成に繋げる間接的なプロモーションに区分されます。どちらの場合においても、地域単体で行うプロモーションに比べ、提供できる観光情報・素材量が多くなることから、地域を1つの観光地に見立てた奥行きのあるプロモーションが可能となり、観光客の誘致や商品造成に繋がりやすいメリットがあります。

また、広域連携によるプロモーションを進めるにあたっては、提供する観光情報等がマンネリ化しないよう、地域ごとの観光資源をテーマ毎に組み合わせるなど、地域の魅力を十分に訴求できるような取組が重要です。

##### ◎ 「日本のでっぺん。きた北海道ルート。」の活用と連携

外国人観光客の誘客を促進することを目的に、2016（平成28）年に観光庁から認定を受けた「日本のでっぺん。きた北海道ルート。」は道内で2つ目となる観光庁認定ルートであり、これまで各種調査事業や交通体系に関する実証実験のほか、海外へのプロモーション活動などの取組を進めており、その成果の1つとして、3つのコンセプトに基づいたモデル



コースの策定が行われています。

今後においては、2020年度まで同ルートの魅力を高めるため様々な事業が行われることから、実施される事業や成果を活用した事業展開のほか、連携した取組を進めていくことで、外国人観光客はもとより、国内観光客の誘致に繋げていくことが必要です。

## 8. 交通基盤整備の推進

### 展望の要旨

- ◆ 稚内市と各地域を結ぶ空路・陸路・鉄道・航路の維持、交通基盤整備の推進
- ◆ 2次交通の利便性向上

### 課題等に対する達成状況

#### ◆ 交通事業者等との連携による周遊券等の発行

- ⇒ 利尻・礼文・稚内及び交通事業者の連携による2次交通対策事業として、一定期間中、フェリーやバス路線の一部が乗り放題になるチケット「45° NPASS」を造成、販売
- ⇒ 冬季間に稚内紋別間を1日1往復する「北オホーツク流水ライナー」（バス）を運行

#### ◆ 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の発行

- ⇒ 利尻・礼文・稚内及び交通事業者の連携による2次交通対策事業として、一定期間中、フェリーやバス路線の一部が乗り放題になるチケット「45° NPASS」を造成、販売

#### ◆ 全国地方空港及び海外からのチャーター便の誘致促進

- ⇒ フジドリームエアラインズ（FDA）による全国各地からのチャーター便の就航

### 【検証等】

#### ◎ 2次交通体系の充実について

団体型旅行の主な移動手段が、大型の貸切バスであるとすれば、個人型旅行における移動手段は観光目的地における公共交通、レンタカー等であり、本市のように行政面積が広く、観光スポット等が点在している地域においては、2次交通体系が脆弱か充実しているかが、観光目的地を決める際の重要な要素の一つであると言えます。

公共交通の本来の目的を考えたとき、観光客の移動都合に合わせた2次交通体系を構築・維持することは非常に困難である一方、個人型旅行は確実に増加していることから、今後、観光客の誘致を進めていく上では、解決していかなければならない課題となっています。

しかしながら、2017（平成29）年度においては、宗谷観光連盟の事業として、タクシー事業者と連携し北海道観光振興機構の補助制度を活用した市内観光地を巡る観光タクシーモニタープランの造成を行うなどの取り組みが始まっており、多様な移動手段による2次交通のあり方として1つのモデルケースとなっています。

9. MICE 等の誘致促進	
展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆セミナーやイベント、クルーズ船寄港など、集客力の高い事業誘致の推進</li> <li>◆官民一体となって進める受入体制の充実と強化</li> </ul>
課題等に対する達成状況	
◆MICE 等の誘致に必要な情報の集約化 ⇒ 市内宿泊施設規模・設備等に関する調査の実施	
◆MICE 等誘致のための戦略的なプロモーション ⇒ クルーズ船誘致のためのポートセールスの実施	
◆誘致した場合における関係団体等の連携体制の構築 ⇒ 映画撮影に関するロケ支援協議会の設立及び関係団体の参画 ⇒ 道内フィルムコミッション連絡会議への参加、情報収集	
【検証等】	
◎ 受入可能な MICE 等の規模と誘致のための情報収集	
<p>MICE 等の開催において、大規模なイベント等の開催の場合、本市のみでは対応できない可能性も考えられることから、本市のみで開催できる規模、開催できない場合の近隣自治体との連携や、どのようなイベントや規模であれば受入可能であるかをしっかりと把握することが重要です。国においても MICE の誘致を推進しており、昨今では歴史的な建造物を利用した世界規模の会議が開催されるなど、参加者の興味を喚起するような仕掛けや演出により誘致を進めているところです。</p> <p>本市の観光入込客数をみると9月をピークに大きく減少する傾向にあることから、閑散期対策として MICE 等の開催を誘致することは効果的であり、食や自然といった地域ならではの素材が多いこと、東京などの大都市と空路で結ばれていることなど、開催地候補に成り得る可能性を有していることから、誘致に向けた情報収集を進めていくことが必要です。</p>	

10. 外国人観光客の誘致促進	
展望の要旨	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆外国人観光客の訪日旅行の成熟度等に応じた誘致活動と受入環境の整備</li> <li>◆グローバルな視点での観光地づくりの推進</li> <li>◆外国人観光客の観光行動に対する支援強化</li> </ul>
課題等に対する達成状況	
◆通訳案内士の確保対策 ⇒ 具体的な取組なし	
◆案内板、標識等の多言語化 ⇒ 「日本のでっぺん。きた北海道ルート。」関連事業による外国人旅行者受入環境基盤調査の実施、外国語表記「統一表記リスト」等の作成	
◆無料公衆無線 LAN 環境の整備 ⇒ 市内観光スポット5カ所（宗谷岬／稚内港北防波堤ドーム／稚内公園／ノシャップ岬／大沼野鳥観察館）への無料公衆無線 LAN【WI - FI】の設置	
◆コミュニケーション向上のためのツール製作 ⇒ 英語版散策マップ及び指差し確認シートの作成	

## 課題等に対する達成状況

### ◆ピクチャーメニューの導入促進

⇒ 写真付き、英語表記による市内飲食店のピクチャーメニューの導入（WEB）

### ◆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

⇒ 具体的な取組なし（※ANAより訪日外国人観光客のカード決済等導入にあたっての提案があり、2018（平成30）年度に関係者による打合せを予定）

### ◆消費税免税店の拡大促進

⇒ 具体的な取組なし（民間事業者独自での導入）

### ◆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

⇒ 具体的な取組なし

#### 【検証等】

#### ◎ 外国人観光客の受入に関する民間事業者の積極的な参画

国においては2020年に開催が予定されている東京オリンピックに向けて、訪日外国人観光客のさらなる誘致を進めるため、様々な取組を進めており、昨年認定を受けた「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」の形成もその一つです。

訪日外国人観光客の増加は我が街にとっても同様であり、今後においても増加傾向で推移していくものと捉えており、さらなる上積みを目指し、積極的に誘致活動を展開したい国や、誘致した時期などを検討した上で、広域連携による取組も視野に入れた海外プロモーション等の事業を実施していくものです。

しかしながら、実際の受入に関しては民間事業者による参画が偏っている状況にあり、観光消費意欲の高い訪日外国人観光客来訪による効果が、必ずしも広く行き渡っていない現状となっています。

例えば、団体ツアー等の受入に関しては、一定程度の宿泊容量を備えている宿泊施設に受入が偏ってしまうということは考えられますが、昨今では、訪日旅行に対する成熟度や、文化等の違いによって、個人型旅行を主流とする国からの来訪も増加しており、こうした需要を取り込むことで、経済波及効果への広がりにも期待が持てるところです。

訪日外国人観光客の受入にあたって、民間事業者の障害になっているのは外国人とのコミュニケーションが上手くできないということが一つの要因になっていると考えられるが、現在のAI（人工知能）の発達やICT等技術の進歩により、外国人とのコミュニケーションが身近なものになりつつあり、日本人にも広く普及しているスマートフォン等のアプリとしても多くのコミュニケーションツールが提供されているところです。

受入側の体制が十分ではないと、これまで以上に訪日外国人観光客の誘致を進めることが困難な状況にもなってしまうことから、受入側が何に困っているのか、または何があれば受入が可能なのかをしっかりと把握し、それらの対策と並行した誘致活動を進めていくことが重要です。

## 5 これまでの国や北海道における主な観光施策と観光市場の変化

前ビジョン期間中の国や北海道における主な観光施策等や観光市場の変化について抽出します。

国	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆訪日外国人旅行者数の目標値を 2020 年に 4,000 万人、2030 年に 6,000 万人に設定</li> <li>◆外国人旅行者向け免税制度の改正（免税対象となる購入金額の引き下げ）</li> <li>◆広域周遊ルート形成計画の認定（11 ルート認定）</li> <li>◆日本版 DMO 法人の登録及び候補法人登録制度（日本版 DMO 法人 70 法人／日本版 DMO 候補法人 128 法人 2017（平成 29）年度末現在）</li> <li>◆観光立国ショーケース（誘客モデルケース）の形成（全国 3 都市）</li> <li>◆「明日の日本を支える観光ビジョン」の策定（2016（平成 28）年 3 月策定）</li> </ul>
北海道	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆北海道新幹線の開業（2016（平成 28）年 3 月）</li> <li>◆2015（平成 27）年度の観光入込客数が 5,477 万人と過去最高を記録</li> <li>◆北海道観光振興機構ほか 7 団体が日本版 DMO 法人として登録（2017（平成 29）年度末現在）</li> <li>◆「北海道インバウンド加速化プロジェクト」の策定</li> <li>◆国管理空港を含む道内 7 空港の空港運営民間委託の実施（2020 年度～）</li> <li>◆広域観光周遊ルート形成計画に道内 2 ルートが認定（道北、道東）</li> </ul>
市場等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆日本人の国内旅行消費額は 2010（平成 22）年以降、約 20 兆円で横ばい</li> <li>◆訪日外国人旅行者の消費額は 2010 年に 1.3 兆円、2016（平成 28）年に 3.7 兆円に拡大</li> <li>◆交通手段について列車の利用割合が増加と自家用車の割合の低下、ただし、目的地でのレンタカー利用割合が増加（新幹線網の充実、若年層の車離れ）</li> <li>◆LCC 旅行需要の増加</li> <li>◆観光との親和性の高い SNS による観光行動への影響</li> <li>◆訪日外国人旅行者にとって日本人による「おもてなし」の評価が相対的に低い</li> <li>◆国内旅行ニーズは「温泉」「自然」「歴史・文化」「テーマパーク」といったコンテンツが上位となっている。</li> </ul>