



北海道観光のくにつくり行動計画

(平成25年度～平成29年度)

平成25年
北海道

はじめに

「百聞は一見にしかず」と申しますが、旅に出て、見知らぬ景色、風土、文化、そして人々と出会うとき、人は新鮮な驚きと感動を覚え、心身のリフレッシュを得るとともに、自らが暮らしている地域への認識を新たにします。

一昨年、東日本大震災という未曾有の出来事を経て、私たちは人と人との絆、地域のさまざまなつながりの大切さを再認識したところであり、観光による訪れる人、迎える人との心の交流、地域や産業の結びつきの重要性は、ますます高まっています。

北海道には、これまで、四季を彩る雄大な自然や豊富な食などの高い優位性から、国内外から多くの観光客が訪れてきました。また、観光客がもたらす消費は、宿泊、運輸、旅行業はもとより、サービス業、製造業、さらには農林水産業など幅広い産業に及ぶことから、観光は、北海道経済を牽引する総合産業として、なくてはならないものとなっています。

しかし、長引く景気の低迷や、人口減少社会の到来による国内旅行市場の縮小、かつての団体型旅行から家族中心の個人型旅行へのシフトなど、北海道観光は多くの課題を抱えており、これらを克服し、着実な発展を図っていくためには、私たち一人ひとりが観光の担い手であるという自覚を持ち、しっかりと手を携えて観光振興に取り組んでいくことが重要です。

平成27年度末に予定されている北海道新幹線開業という大きな好機を迎え、また来たい、もっと長く滞在したいと思っただけ、世界に誇れる観光地をめざし、道民の皆さまと創意工夫を重ねながら、観光のくにつくりを進めてまいります。

目 次

I	計画の基本的な考え方	1
1	計画の位置づけ・性格	
2	計画期間	
3	計画の点検・見直し	
II	北海道観光を取り巻く現状と課題	2
1	全国的な動向	
2	北海道観光の現状と課題	
(1)	観光入込の状況	
(2)	観光消費と経済効果	
(3)	旅行形態・旅行日程	
(4)	北海道観光の満足度	
III	計画の目標	10
1	自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり	
2	国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大	
3	観光振興による地域と経済の活性化	
IV	観光振興に向けた行動指針	13
1	地域にこだわり連携して地域の魅力を高める	
2	おもてなしの心で交流する	
3	地域の魅力を戦略的に発信する	
V	観光振興に関する道の施策	19
1	自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり	
2	国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大	
3	観光振興の基盤強化	
VI	計画の推進	27
1	計画推進の考え方	
2	推進体制（役割分担）	
附属資料		
1	用語解説	29
2	北海道観光のくにづくり条例	34
3	これまでの計画による取組の概略	38

I 計画の基本的な考え方

1 計画の位置づけ・性格

この計画は、北海道観光の振興に関する基本理念や道の施策の基本となる事項などを定めた「北海道観光のくにつくり条例」に基づき、観光事業者や観光関係団体、道民、道をはじめとする行政機関など、観光にかかわるすべての関係者が連携・協働して観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本的な計画であり、平成19年度に策定した条例施行後第2期の「北海道観光のくにつくり行動計画」に次ぐ、平成25年度からの第3期の計画として策定するものです。

また、この計画は、道政の基本方向を総合的に示す「新・北海道総合計画」において特定分野別計画として位置づけられていることから、今後、道において策定される観光振興に関する個別の計画は、この計画との整合を図り、策定、推進されるものです。

2 計画期間

この計画の計画期間は、平成25年度から平成29年度までの5年間とします。

これまでの計画の計画期間

北海道観光のくにつくり行動計画（第1期） 平成14年3月策定

計画期間：平成14年度から平成19年度までの6年間

北海道観光のくにつくり行動計画（第2期） 平成20年3月策定

計画期間：平成20年度から平成24年度までの5年間

（参考）北海道観光のくにつくり条例（平成13年10月19日公布・施行）

3 計画の点検・見直し

社会経済情勢の変化に適切に対応していくため、この計画の進捗状況を随時点検するとともに、必要に応じて見直すこととします。

Ⅱ 北海道観光を取り巻く現状と課題

現状	○人口減少社会の到来	○震災による観光入込客数の減少・外国人客の増加傾向	○地域経済への波及が大きい観光消費	○家族旅行など個人型の旅行の増加	○本道観光への高い期待度を下回る満足度
課題	○滞在型観光による交流人口の増加	○安全な受入環境づくりとLCCや新幹線効果を生かした誘客活動	○観光消費の拡大	○旅行形態の変化などに対応した情報発信や商品開発	○質の高いサービスの提供による満足度の向上

1 全国的な動向

人口減少・少子高齢化が進む我が国において、観光は、地域における消費の拡大、新たな雇用の創出など幅広い経済効果や交流人口の拡大に大きく貢献し、地域づくりに一層の活力をもたらすことから、その重要性はますます高まっています。

また、急速に経済成長が進むアジアにおいては、今後さらなる観光需要の拡大が見込まれており、こうした海外の観光需要を取り込んでいくためにも受入体制の整備などの取組が急がれています。

国においては、平成19年1月に「観光立国推進基本法」を施行し、平成20年10月には国土交通省に観光庁を設置するとともに、急速に経済成長するアジア等の旅行需要を取り込み、外国人旅行者の増加と観光需要の創出に向けた取組を積極的に推進してきました。

しかし、平成20年にはリーマンショック*に端を発した世界的な景気後退や急激な円高、平成21年には新型インフルエンザ*の感染拡大の影響などから国内外の旅行者数が減少しました。さらに、平成23年3月に発生した東日本大震災と原子力発電所事故は、被災した観光地に大きな打撃を与え、国民の自粛ムードや訪日旅行への不安などから国内外の旅行者が減少するなど、全国に影響を及ぼすこととなりました。こうした観光をめぐる情勢変化を踏まえ、国では、平成19年6月に策定した「観光立国推進基本計画」を見直し、平成24年3月、新たな基本計画を決定しました。この新たな「観光立国推進基本計画～観光でつくる日本のチカラと地域の魅力～」では、①震災からの復興、②国民経済の発展、③国民相互理解の増進、④国民生活の向上を基本的な方針として、国際・国内観光の拡大や観光の質の向上を図るなど、政府を挙げて観光立国実現に向けた政策を推進していくこととしています。

※印のある用語は29ページからの用語解説を参照ください。

2 北海道観光の現状と課題

(1) 観光入込の状況

<現状>

北海道は、世界自然遺産の知床をはじめとする豊かな自然環境、四季折々の彩り鮮やかな景観、心を癒す温泉や新鮮な食、地域の風土や歴史が育んだ生活・文化などが大きな魅力となって、国内外から多くの観光客が訪れています。

観光入込客数の月別変動からみた北海道観光の特徴は、夏期に入込数が集中することがあげられますが、近年、その傾向は幾分緩和されてきています。

「北海道観光入込客数調査」において、平成23年度の観光入込客数は、東日本大震災の影響により前年度と比較すると10.0%減少の4,612万人となり、この震災を契機として、安全・安心に関する課題や問題点をあらためて認識することとなりました。

近年の推移をみると、有珠山噴火のあった平成12年度以降、観光入込客数は横ばいの状況にありましたが、特に、本計画の前の第2期計画がスタートした平成20年に発生した世界的景気後退は、世界の国際観光客数を減少させるなど、観光にも大きな影響を与えました。

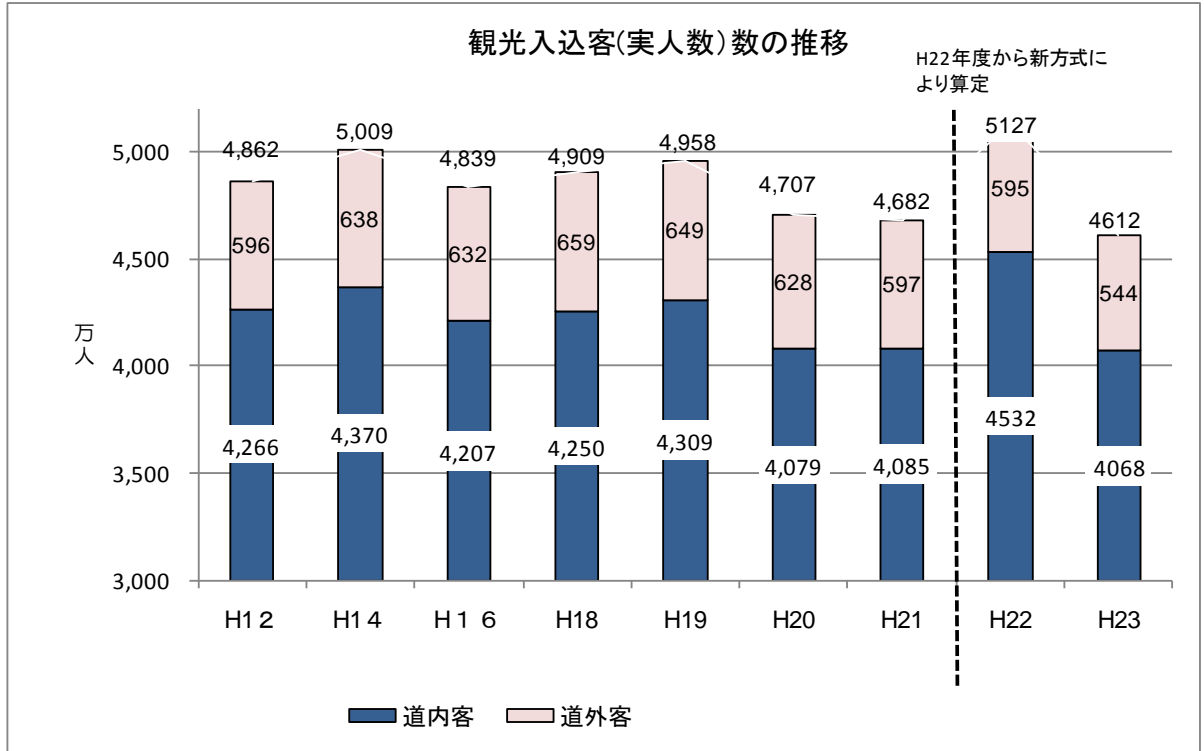
平成23年度の観光入込客数のうち外国人来道者数は、大震災や原子力発電所事故の直後には激減しましたが、その後、台湾からの来道者を中心に回復が進み、年末から年度末にはほぼ震災前の水準に戻ったものの年間を通じて57万人となり、前年度と比較すると、23.2%の減少となりました。

近年の推移をみると概ね増加傾向にあり、世界的な不況や急激な円高などの影響がありながらも、東アジア諸国の経済成長を背景に、特に中国からの来道者数が大きく増加するなど、明るい動きが見られます。

また、平成24年には、本道と本州間にLCC※（ローコストキャリア）が本格的に就航するとともに、平成27年度末には、北海道新幹線新青森・新函館（仮称）間の開業が予定され、北海道の経済発展につながるものと期待されています。

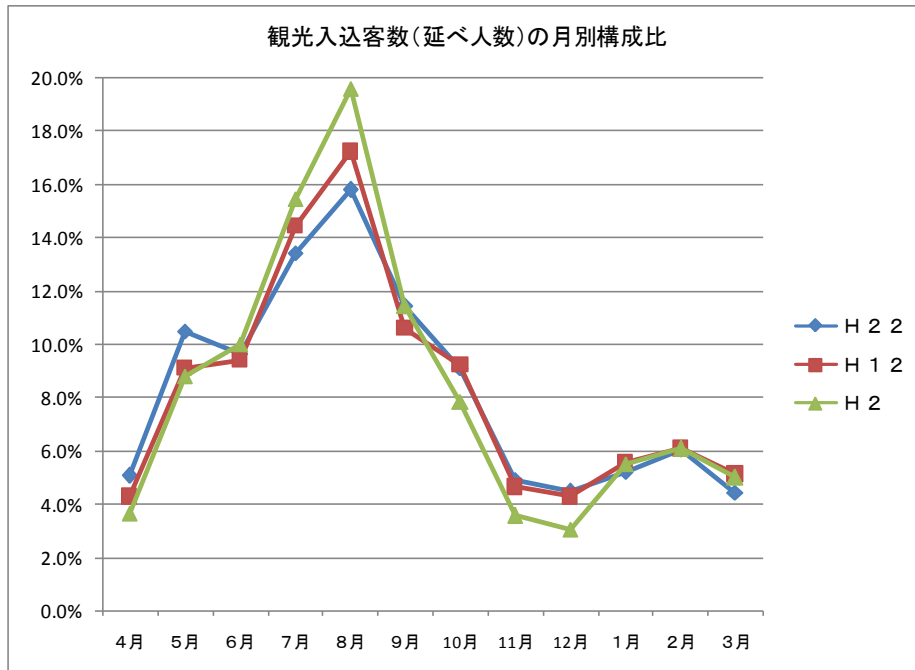
<課題>

LCCの就航や北海道新幹線開業などの好機を生かした効果的な誘客活動や、海外マーケットに対する戦略的な誘客活動を促進するとともに、これまで本道観光を支えてきたかけがえのない自然環境の保全に努めながら、安全・安心に配慮した受入環境を整え、北海道の魅力ある観光資源を活用した滞在型観光地づくりを進め、交流人口の増加と地域の活性化をめざしていくことが必要です。



[北海道 北海道観光入込客数調査]

※ 平成22年度から、観光庁が定めた「観光入込客統計に関する共通基準」に準じて、道が改正した「北海道観光入込客数調査要領」に基づき、新方式により実施しています。なお、平成21年度までの算定方式(旧算定方式)により算出した平成22年度の入込客数で21年度と比較すると、0.9%の減少となりました。



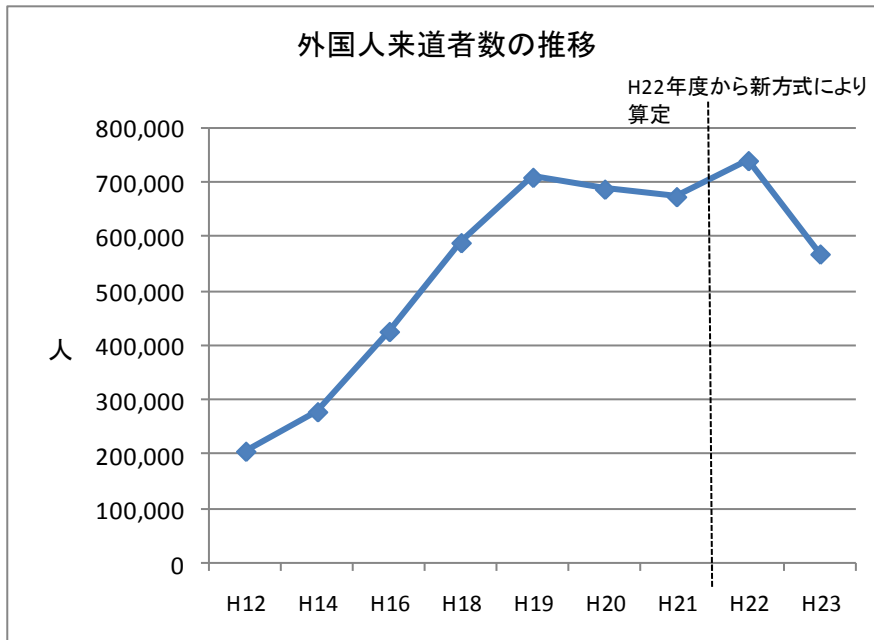
[北海道 北海道観光入込客数調査]

外国人来道者数(実人数)の推移

上段:人数(人)、下段:前年度対比(%)

年 度	総 数	う ち ア ジ ア								小 計
		中国	韓国	台湾	香港	シンガ ポール	その他アジア			
							マレーシア	タイ	その他	
平成12年度 (2000年度)	206,600 101.3	2,400 114.3	19,900 111.8	109,700 90.7	29,400 141.3	1,400 116.7	4,800 174.5			167,600 101.2
平成14年度 (2002年度)	279,350 118.3	5,200 133.3	41,900 150.4	133,200 111.5	55,450 120.8	2,250 145.2	4,800 123.1			242,800 119.9
平成16年度 (2004年度)	427,050 145.4	12,050 207.8	63,850 104.3	208,600 174.2	82,750 146.2	6,000 150.0	5,250 125.0			378,500 150.5
平成18年度 (2006年度)	590,650 115.0	17,350 110.9	133,850 191.1	267,900 96.8	86,050 99.5	18,950 160.6	10,350 183.2			534,450 114.6
平成19年度 (2007年度)	710,950 120.4	26,950 155.3	169,300 126.5	277,400 103.5	108,000 125.5	37,150 196.0	4,550	2,150	7,300	632,800 118.4
平成20年度 (2008年度)	689,150 96.9	47,400 175.9	139,100 82.2	227,600 82.0	126,000 116.7	45,300 121.9	10,300 226.4	3,800 176.7	8,800 120.5	608,300 96.1
平成21年度 (2009年度)	675,350 98.0	92,700 195.6	135,300 97.3	180,850 79.5	127,550 101.2	40,450 89.3	8,400 81.6	6,300 165.8	10,550 119.9	602,100 99.0
平成22年度 (2010年度)	741,700 113.0	135,500 127.6	148,900 121.9	183,700 109.3	87,100 101.0	28,800 107.9	21,700 193.8	18,400 140.5	-	624,100 117.0
平成23年度 (2011年度)	569,700 76.8	101,400 74.8	89,700 60.2	191,200 104.1	56,200 64.5	17,700 61.5	12,400 57.1	9,700 52.7	-	478,300 76.6

注) 平成22年度から新算定方式により調査。前年度対比は、前年度分を新方式に置き換えて算定した数値



[北海道 北海道観光入込客数調査]

※ 平成22年度から、観光庁が定めた「観光入込客統計に関する共通基準」に準じて、道が改正した「北海道観光入込客数調査要領」に基づき、新方式により実施しています。なお、新算定方式に置き換えて算出した平成21年度の来道者数により22年度を比較すると、13.0%の増加となりました。

(2) 観光消費と経済効果

<現状>

「第5回北海道観光産業経済効果調査」（平成23年3月取りまとめ）においては、道民1人当たりの観光消費額は13,271円、道外客1人当たりの観光消費額は69,670円、外国人来道者1人当たりの観光消費額は122,128円となっています。

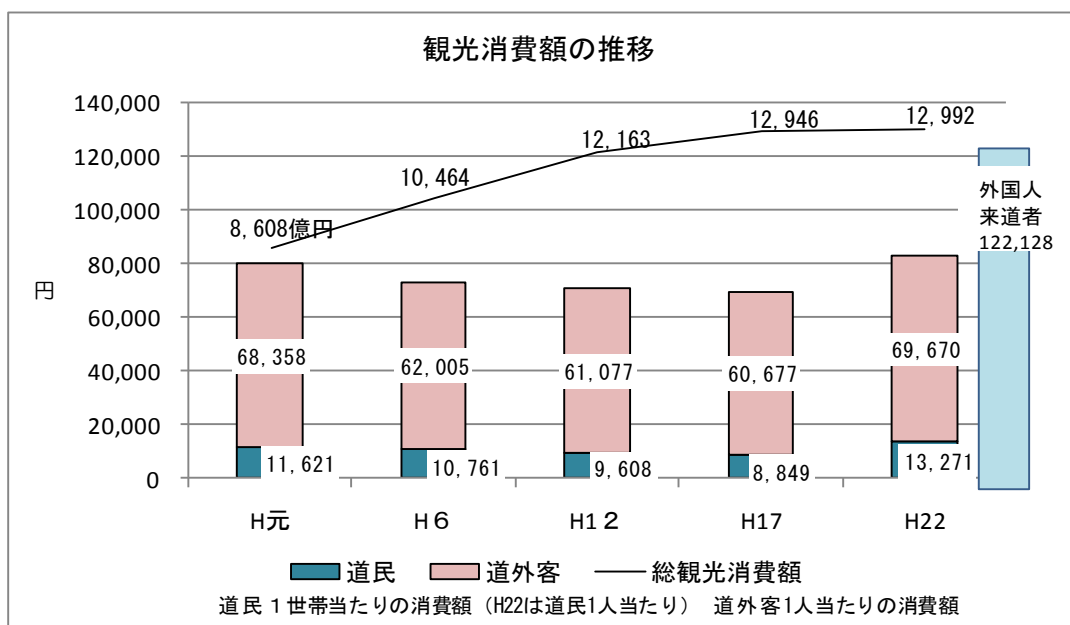
消費の特徴としては、「みやげ・買い物代」が道民、道外客及び外国人来道者ともそれぞれの消費額単価の3割前後を占めていますが、その支出額では、道外客は道民の4倍、さらに外国人来道者は道民の約8倍となっています。また、「飲食費」においても、道外客は道民の約6倍、外国人来道者は道民の約9倍の支出となっています。

これら道民、道外客、外国人来道者による総観光消費額は、年間約1兆3千億円にのぼり、そのうちの約7千億円が道民の消費額、約6千億円が道外客及び外国人来道者の消費額となっています。

また、観光消費による生産波及効果*はサービス業、運輸・通信業、製造業をはじめとする様々な産業に及び、1兆8千億円を超えると推計されます。

<課題>

今後、観光客の長期滞在化の取組や消費額単価の高い海外からの観光客をはじめ道内外からの誘客の促進、さらに魅力ある商品開発などを通じて観光消費の一層の拡大を図るとともに、地産地消や産業連携などにより地域への経済波及を拡げて、本道経済の活性化を図っていくことが重要です。



費目別消費額単価

(単位: 円)

区分	宿泊・交通費	飲食費	みやげ・買い物代	その他	計
道民	5,572	1,793	4,430	1,476	13,271
道外客	36,537	10,612	18,012	4,509	69,670
外国人来道者	61,651	16,528	36,536	7,413	122,128

[北海道 (北海道観光産業経済効果調査委員会) 北海道観光産業経済効果調査]

※外国人来道者の観光消費額は、H17以前は未調査

(3) 旅行形態・旅行日程

<現状>

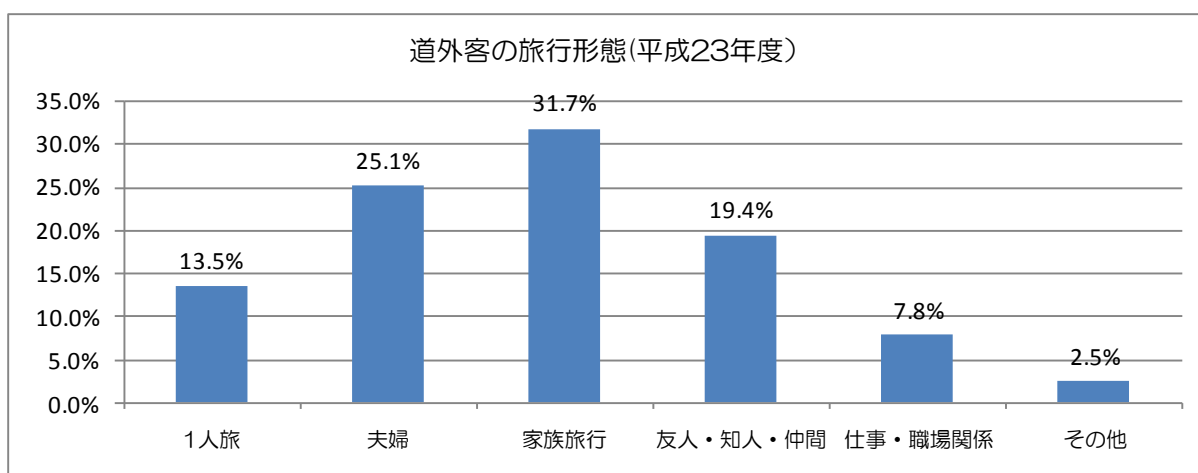
「平成23年度観光客動態・満足度調査」において、道外客の旅行形態は、「家族旅行（夫婦を含む）」が半数以上を占め、次いで「友人・知人・仲間」が約2割となっています。旅行日程では、「2泊3日」が3割以上を占め、次いで「3泊4日」、「5泊以上」となっています。

旅行者の年齢構成は、50代以上が約半数を占めており、北海道にまた来たいという意向のある方は約99%と高い比率を示しています。

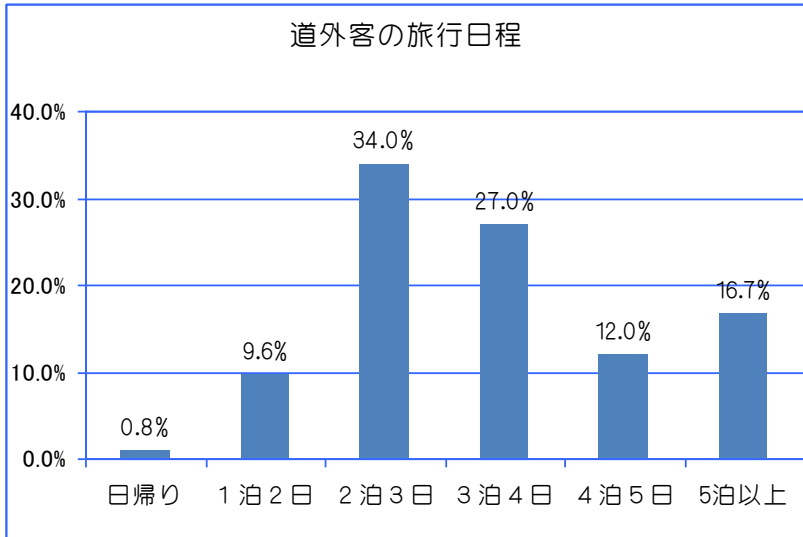
<課題>

高齢化が進み、人口減少の加速が予想されている中、シニア層*を中心とした方々や三世代旅行など家族ぐるみでゆっくり滞在し、また何度も訪れたいくなるよう、北海道の魅力をあますことなく伝えることのできる情報発信の工夫や案内機能の充実が重要となっています。

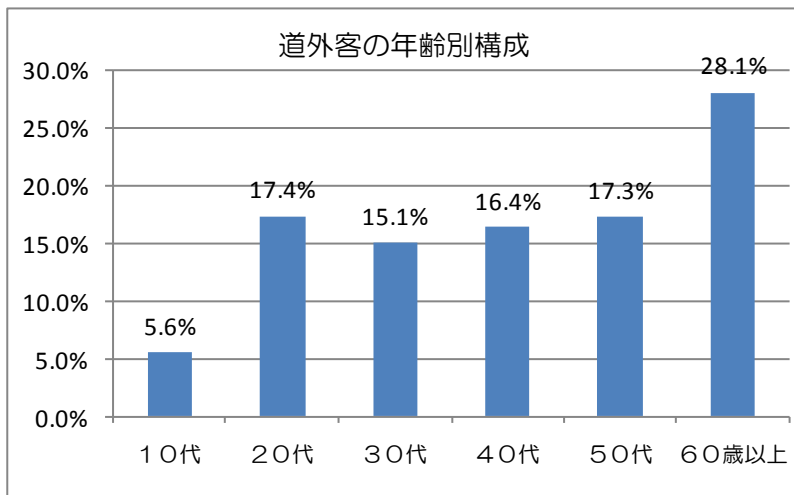
また、次代を担う多くの若者に旅を経験してもらい、新しい感動や地域の人々とのふれあいにより、自己を成長させると同時に本道への親しみなどを培っていくことが大切であり、平成23年度の教育旅行の増加を契機として、道内への教育旅行をしっかりと定着させていくことが重要となっています。



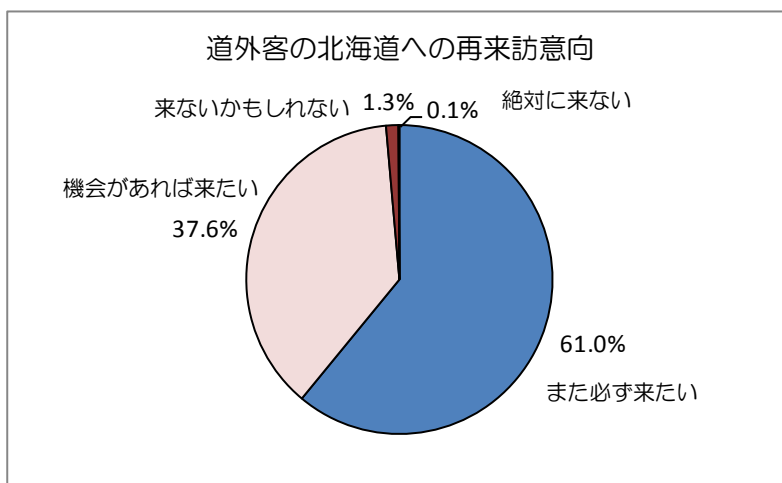
[北海道 平成23年度観光客動態・満足度調査]



[北海道 平成 23 年度観光客動態・満足度調査]



[北海道 平成 23 年度観光客動態・満足度調査]



[北海道 平成 23 年度観光客動態・満足度調査]

(4) 北海道観光の満足度

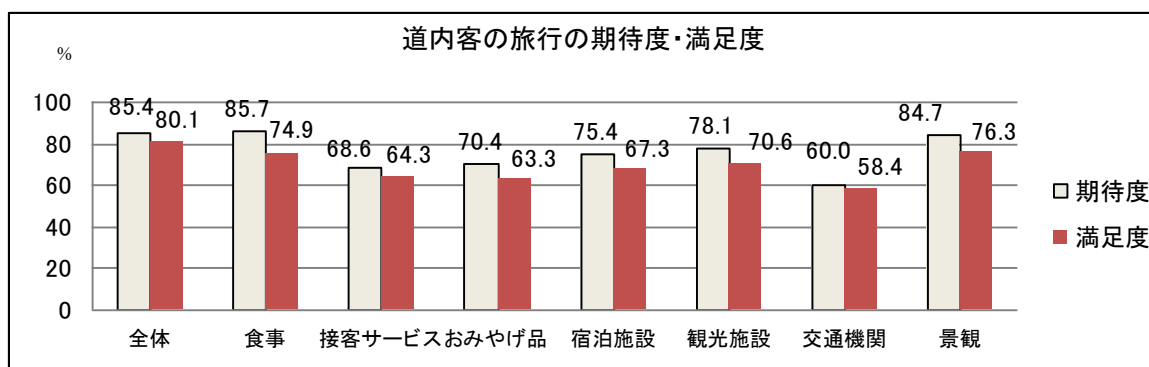
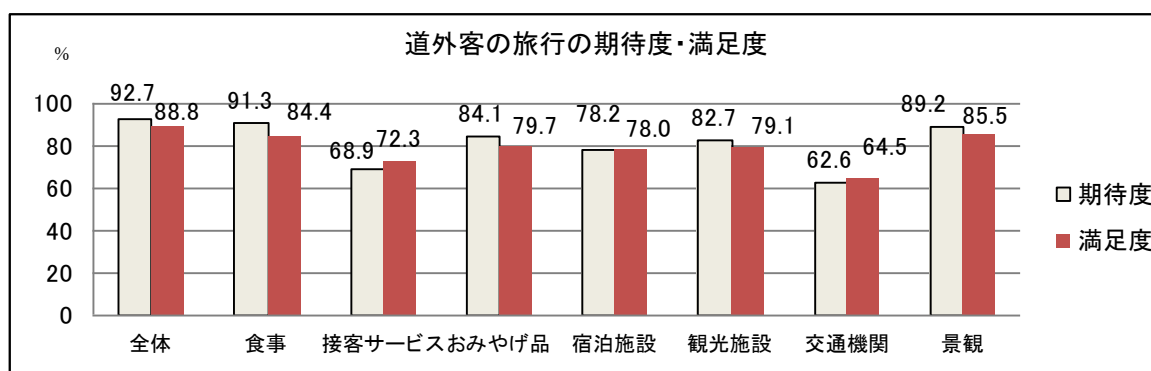
<現状>

「平成23年度観光客動態・満足度調査」において、道外客の北海道に対する総合的な満足度は、事前の期待度が92.7%に対し、満足度は88.8%、最も期待度の高かった「食事」は、期待度91.3%に対し、満足度84.4%となったほか、「おみやげ品」、「観光施設」などでも満足度が期待度を下回りました。なお、「接客サービス」については、期待度68.9%に対し、満足度はそれを上回る72.3%となっています。

また、道内客の総合的な満足度は、事前の期待度が85.4%に対し、満足度は80.1%、最も期待度の高かった「食事」は、期待度85.7%に対し、満足度は74.9%、「接客サービス」については期待度68.6%に対し、満足度は64.3%となっており、全体的に道外客に比べ満足度は低くなっています。

<課題>

北海道観光の高いブランド力*から、多くの方が食事や景観、おみやげ品などに対する高い期待を持って本道の観光地を訪れていますが、これにかなう満足を得られていないことを踏まえ、地元食材を活用したクオリティの高い料理の提供や、地域資源を生かした特産品の開発、観光に関わる人材の育成などを進めて、北海道観光に対する満足度をさらに高めていくことが必要です。

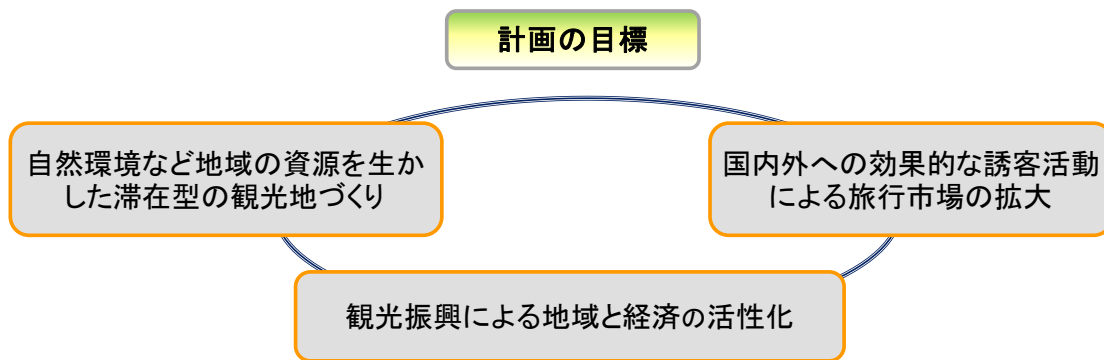


[北海道 平成23年度観光客動態・満足度調査]

Ⅲ 計画の目標

北海道観光を取り巻く環境は、長らく低迷する経済情勢や災害などの影響により厳しいものとなっています。しかし、いつの時代も、旅は人々にやすらぎと感動を与え、人生を生き抜く活力をもたらすものです。また、人口減少、少子高齢化が進む中、観光は交流人口の拡大に貢献し、新たな消費や雇用を生み出すなど地域の活性化に寄与することから、その重要性が高まっています。

このような中、本道と本州を結ぶLCCや新幹線などの新たな交通インフラ*を最大限に生かしながら、旅行形態に応じた魅力ある滞在型の観光地づくりや国内外からの誘客活動を通じて、地域経済の活性化を図っていくことが課題であり、このため、この計画では次の目標を定め、その着実な推進を図っていきます。



1 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

近年、本道の観光入込客数が伸び悩む中、観光による経済効果を高めていく上からも、道内における滞在日数、各観光地における滞在時間を伸ばしていくことが重要となっています。

世界自然遺産などをはじめ、北海道が世界に誇る自然や環境を守り育てながら、温泉や食をはじめ、伝統や生活、文化など豊かな資源を最大限に活用するとともに、質の高いサービスを提供して、繰り返し訪れ、安心してゆっくりと滞在できる北海道らしい魅力ある観光地づくりを進めていきます。

2 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

人口の減少が進んでいる北海道において、観光による交流人口の増加がもたらすにぎわいや消費効果が今後も大変重要です。首都圏をはじめ大都市圏など道外からの誘客はもとより、道民の道内旅行を促進していくとともに、国内の旅行需要の減少が懸念される中、将来有望な市場であるアジアなど、海外への戦略的な誘客活動を積極的に推進し、国内外に本道の魅力を広く発信して旅行市場の拡大を進めていきます。

3 観光振興による地域と経済の活性化

北海道観光を大きく発展させるためには、まず、道民一人ひとりが自分たちの暮らす地域はもとより道内各地域の魅力を体感し、さらにその魅力を守り、育て、素晴らしさを多くの人々に伝える活動の輪を広げることが大切です。そして、道民を含め、国内外の多くの観光客がもたらす消費をさらに広げて、観光を地域の総合産業として大きく発展させていくことにより、地域と経済の活性化につなげていくことをめざします。

目標指標

○ 目標1 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

自然や食などを生かした観光の推進や質の高いサービスの提供による滞在型の観光地づくりの成果を示す指標

	現 状	目 標
道外観光客の平均宿泊数	(H22) 2.5泊 (北海道観光産業経済効果調査)	→(H29) 2.8泊
観光消費額	道内客1人当たり 道外客1人当たり 外国人1人当たり	(H22) 13,271円 →(H29) 14,000円 (H22) 69,670円 →(H29) 74,000円 (H22) 122,128円 →(H29) 155,000円 (北海道観光産業経済効果調査)
道外観光客が、食事において満足したとする割合	(H23) 84.4% (観光客動態・満足度調査)	→(H29) 85%
道内観光客が、食事において満足したとする割合	(H23) 74.9% (観光客動態・満足度調査)	→(H29) 80%
道外観光客が、接客サービスにおいて満足したとする割合	(H23) 72.3% (観光客動態・満足度調査)	→(H29) 80%
道内観光客が、接客サービスにおいて満足したとする割合	(H23) 64.3% (観光客動態・満足度調査)	→(H29) 80%
道外観光客のリピーターの割合(5回以上来道)	(H23) 42.5% (観光客動態・満足度調査)	→(H29) 50%
体験型観光*を目的として訪れる道外観光客の割合	(H23) 6.4% (観光客動態・満足度調査)	→(H29) 8%

○ 目標2 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

国内外への本道の魅力の発信や戦略的な誘客活動による成果を示す指標

	現 状	目 標
観光入込客数(実人数)	(H22) 5,127万人 うち道内観光客 4,532万人 うち道外観光客 595万人 (北海道観光入込客数調査)	→(H29) 6,600万人 5,600万人 1,000万人
外国人の来道者数(実人数)	(H22) 74万人 (北海道観光入込客数調査)	→(H29) 120万人

注) H23の観光入込客数は、東日本大震災による影響が大きいため、基準としていません。

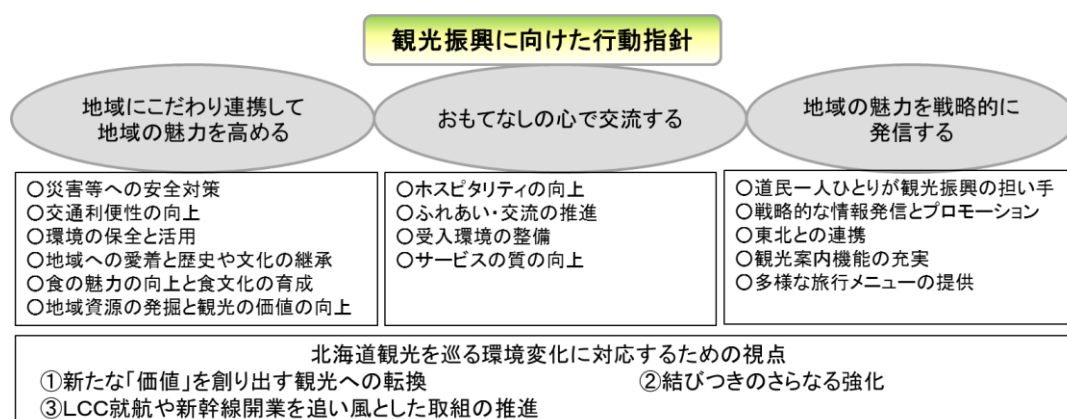
○ 目標3 観光振興による地域と経済の活性化

観光消費による地域と経済の活性化を示す指標

	現 状	目 標
観光消費額(再掲)	道内客1人当たり 道外客1人当たり 外国人1人当たり	(H22) 13,271円 →(H29) 14,000円 (H22) 69,670円 →(H29) 74,000円 (H22) 122,128円 →(H29) 155,000円

IV 観光振興に向けた行動指針

この計画の目標の達成に向けて、観光にかかわる人々が連携、協働しながら取組を進めて行くための行動指針を次のとおり定めます。北海道観光振興機構をはじめ観光関係団体、道民、観光事業者それぞれが、この指針をもとに積極的に取り組み、観光のくにづくりに向け行動することが何より大切です。



北海道観光の着実な進展を図るためには、近年の旅行形態の変化や計画期間中における交通インフラの整備など、北海道観光を巡る環境変化に対応するため、次のような視点により、この指針による取組を進めていくことが重要です。

① 新たな「価値」を創り出す観光への転換

観光にかかわる様々な担い手が、観光客一人ひとりのニーズに応えることのできる質の高いサービスを提供するとともに、観光客の予想を超える発見や感動を呼ぶ新たな「価値」の創造に努め、他の地域にはない魅力を磨き上げていくことが求められています。

② 結びつきのさらなる強化

地域内の人々や産業間のつながり、ほかの地域との連携といった様々な結びつきをさらに強め、地域の資源を活用して域内循環を高め、観光消費を地域でしっかりと受け止めていくことが求められています。

③ LCC就航や新幹線開業を追い風とした取組の推進

平成24年から北海道に国内のLCCが本格的に就航し、平成27年度末には北海道新幹線新青森・新函館（仮称）間の開業が予定されています。これらの新しい交通インフラを最大限に生かして、訪れる観光客に道内各地域の魅力を満喫していただくよう、観光の担い手それぞれが観光の魅力づくりや二次交通*など受入環境の整備に取り組んでいくことが求められています。

1 地域にこだわり連携して地域の魅力を高める

- 災害等に対応した、安全・安心のための環境づくりや観光客が旅行しやすい交通環境の整備に取り組んでいきましょう。
- 地域に誇りと愛着を持ち、次世代に引き継ぐべき自然環境や歴史、生活・文化などを大切に守り育てましょう。
- 地場特産品や個性豊かな食メニューの開発など、地域の様々な主体が連携して知恵を出し合い、取り組んでいきましょう。

【主な行動】

（災害等への安全対策）

- 東日本大震災などの教訓を踏まえ、観光客の受入施設などにおいては、災害時行動マニュアルなどの策定及び運用に努め、自主点検を十分に行い、避難誘導など防災対策の徹底を図っていきましょう。

（交通利便性の向上）

- LCC就航や北海道新幹線開業の効果を生かすとともに、主要空港、鉄道駅と地域の観光地間を結ぶバスの運行や、周遊バス、観光タクシーなど様々な交通手段を各地の創意工夫で活用し、アクセスの充実、接続の改善に努めましょう。
- 案内板の整備など観光利便機能の整備や「シーニックバイウェイ北海道*」（風景街道）にかかる様々な取組などを通じて、交通環境の快適性や利便性向上に努めましょう。

（環境の保全と活用）

- 環境の保全と環境に負荷が少ない持続可能な利用という視点に立って、観光地の清掃や廃棄物の発生抑制、省エネルギーに取り組むなど、環境に配慮した行動に努めましょう。
- 北海道の豊かな自然にふれあい、さまざまなアクティビティ*を安全に安心して楽しめるようアウトドア資格制度*の普及、活用を進め、体験型観光のメニューの充実、アウトドアガイドの育成などに努めましょう。

（地域への愛着と歴史や文化の継承）

- 地域に愛着を持ち、歴史や生活・文化、産業などを大切に守り育て、次世代に引き継ぐとともに、環境と調和した暮らしを伝えるアイヌ文化や北の縄文文化をはじめ、産業遺産などを訪れた方々に誇りを持って伝えていきましょう。

(食の魅力の向上と食文化の育成)

- 地元の旬の食材の提供に努めるとともに、地域の食材に工夫を加えて付加価値を高め、地域ならではの食の魅力づくりに努めていきましょう。
- 地域の食材を生かした新たな食メニューづくりへの意識啓発や、調理技術の向上に努めましょう。
- 地域の伝統的な郷土料理などを生かしていくとともに、ワインやチーズなどの食材を生かした食文化の芽を育みながら、食をテーマとした新たなツーリズム*の創出に努めましょう。

(地域資源の発掘と観光の価値の向上)

- 地域の外からの視点を生かして、身近な素材や地元の人が気づかない隠れた資源を発掘するとともに、既存の観光施設なども含めて、観光資源として磨き上げていきましょう。
- 関係者が連携して、一次産品など地域の資源や素材を生かした特産品開発などに努めましょう。
- 北海道の冬ならではのパウダースノウ*、流氷、雪まつりやウィンタースポーツといった資源を生かすとともに、春や秋の閑散期における地域特有の観光メニューの開発を通じて観光の通年化に努めましょう。

2 おもてなしの心で交流する

- 訪れた旅行者が「また来たい」と思えるよう、期待に応える満足や感動を与えることのできる観光地をめざして、ホスピタリティ*やサービスの質を高めていきましょう。
- 誰もが安心して快適・安全に観光を楽しめるよう、バリアフリー*化や事故防止などに配慮した受入環境を整備していきましょう。

【主な行動】

（ホスピタリティの向上）

- 観光客に対して、私たち一人ひとりが、“道に迷っている人に声をかける”、“カメラのシャッターを押してあげる”といった、温かなおもてなしの心で接し、良い思い出をつくってもらえるよう努めましょう。
- 観光ホスピタリティの研修会の開催や、観光ボランティアガイド*の育成に努め、地域全体のホスピタリティを高めていきましょう。

（ふれあい・交流の推進）

- 地域のお祭りやイベント、環境保全活動など、地域に根付いた活動を守り育てるとともに、地域以外の活動に参加してふれあいや交流を深め、地域の良さを磨き上げていきましょう。

（受入環境の整備）

- 多くの住民、観光客が訪れるイベントや観光施設などでは、バリアフリー化を進めるとともに、日頃から事故防止対策や災害発生時の緊急避難誘導策を講ずるなど、安全面に気を配り、安心して楽しんでもらえるよう常に配慮しましょう。
- 観光客のニーズや動向を的確に把握し、評価や意見を共有して、一層の改善に向け努力していきましょう。

（サービスの質の向上）

- 観光産業従事者の接客サービスが、観光全体の満足度につながることから、観光コンシェルジュ*のような質の高いサービスの提供を心がけ、またぜひ来たい、長く滞在したいと思ってもらえる観光施設・観光地づくりを進めていきましょう。
- 明日の地域観光を支えるリーダーとなる優れた観光人材の育成を進めていきましょう。

3 地域の魅力を戦略的に発信する

- 国内外からの来訪を促し、交流人口の増加や消費の拡大を図っていくため、対象とする旅行市場のニーズに応じた集客効果の高い、戦略的なプロモーション*活動に取り組んでいきましょう。
- 地域に誇りを持ち、北海道やそれぞれの地域ならではの素晴らしさやきめ細やかな観光情報を情報通信技術等を活用して積極的に発信していきましょう。

【主な行動】

（道民一人ひとりが観光振興の担い手）

- 私たち一人ひとりが、地域の観光振興の担い手として、地域の魅力や隠れた資源を掘り起こし、その素晴らしさを他の地域の方々に発信していきましょう。
- 私たち道民自らが道内観光を楽しむことにより、旅のもたらす感動や人々との交流などを通して、地域経済の活性化につなげていきましょう。

（戦略的な情報発信とプロモーション）

- インターネットなどの情報通信技術を活用し、地元の人だからこそ知っているきめ細やかな情報を提供することや、新聞や雑誌、テレビといったメディア*を活用するなど、ターゲット*とする旅行市場のニーズに応じた戦略的、効果的な情報発信や誘客活動に努めましょう。
- 海外からの観光客の誘致促進のため、国・地域別や階層別の戦略的なプロモーション活動の展開と多言語によるきめ細やかな情報発信に取り組んでいきましょう。

（東北との連携）

- 北海道新幹線開業に向けて、東北地域との相互交流を深め、観光客誘致など連携した活動を進めていきましょう。

（観光案内機能の充実）

- 観光案内所をはじめ、「道の駅」など観光客が多く立ち寄る施設を活用して、広域的な観光案内機能を充実していきましょう。

(多様な旅行メニューの提供)

- 多くの方を楽しんでもらえる集客イベントの企画や多様な資源を結ぶ広域的な観光ルートの開発、テーマ性、物語性を持った旅行メニューの開発などに取り組んでいきましょう。
- 国内外のコンベンション*や教育旅行といったターゲットを定めた誘致活動のほか、グリーン・ツーリズム*やスポーツ、健康、歴史・文化などをテーマとした多様なツーリズムの推進により、さまざまな国、世代、多くの方々に地域の魅力を伝えていきましょう。

V 観光振興に関する道の施策

道は、北海道観光を巡る現状と課題を踏まえ、計画期間中におけるLCCの就航拡充や北海道新幹線の開業による効果を生かしていくとともに、さまざまな変化に的確に対応しながら、次の施策を推進していきます。

道の施策

○自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

- (1)地域の資源を生かした競争力ある観光地づくり
- (2)満足度の高いサービスの提供

○国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

- (1)道外からの誘客促進、道民の道内旅行の活性化
- (2)ターゲットを定めた戦略的な海外からの誘客促進

○観光振興の基盤強化

- ・ マーケットデータの収集や融資制度などの活用による観光基盤の強化
- ・ 観光に関する普及啓発、観光を学ぶ機会の充実

(施策展開の方向)

1 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

(施策の柱)

(1)地域の資源を生かした競争力ある観光地づくり

人口減少社会の到来や観光地間の誘致競争の激化など、観光を巡る環境が変化する中で、本道のさらなる観光発展のためには、自然、食、温泉といった北海道の持つ優位性や、歴史、生活・文化、産業などの地域の特性を活用して観光地のブランディング※を推進し、他地域にはない魅力を発掘・磨き上げ、競争力のある滞在型の観光地づくりを進めていく必要があります。

そのためには、地域の広域的な連携はもとより、農林水産業や食料品製造業など幅広い産業との結びつきを深めて多彩な観光商品づくりを進めていくことや、次代を担う若者が将来のリピーター※になるよう、本道の魅力を体感して心に刻む教育旅行の定着などが効果的です。

また、地域の魅力を様々な情報伝達技術を使って発信することや、観光客の目線に立った案内機能の充実を図っていくことが重要です。

(小柱)

○ 自然環境と共生する観光地づくり

(自然環境の保全)

本道の豊かな自然環境を守り育てて、訪れる人々がその豊かさを堪能できる観光地づくりを進めていきます。

(主な施策)

- ・自然公園など優れた自然の保全と自然公園施設の整備
- ・知床世界自然遺産の厳格な保全
- ・観光地の環境保全活動の促進

(体験型観光などの促進)

質の高いアウトドアガイドを育成するとともに、アウトドア体験など自然を活用した観光を進めていきます。

- ・アウトドア資格制度によるアウトドアガイドなどの育成
- ・自然とふれあう環境整備と体験型観光の推進
- ・自然環境を生かした健康・保養メニューの充実

(北海道らしい美しい景観の形成)

雄大な自然や沿道景観、のどかな農村風景など、北海道らしい美しい景観を観光資源として活用していく取組を進めていきます。

- ・地域の特色を生かした景観の形成促進
- ・街路の整備などによる都市環境の向上

○ 滞在型や通年化に向けた観光地づくり

他地域との連携、様々な主体との協力により、四季を通じた豊富な観光資源を活用し、ゆっくりと滞在して四季それぞれの良さを堪能できる、多様な楽しみ方を提供する魅力的な観光地づくりを進めていきます。

- ・滞在時間の延長や長期滞在に向けた新たな観光商品の開発促進
- ・自然とふれあう環境整備と体験型観光の推進（再掲）
- ・花観光の促進
- ・農林漁業体験などグリーン・ツーリズムの推進
- ・健康や産業、アート*などをテーマとした新しいツーリズムの促進
- ・文化・歴史的遺産や北海道遺産*などの観光資源としての活用促進
- ・道立施設の観光資源としての活用促進
- ・個性を生かした各種イベントの促進
- ・北海道の冬を楽しむ機会の拡充

○ 食の付加価値向上など魅力を磨く取組の推進

新鮮で安全・安心な食材を生かし、一次産業や食料品製造業、研究機関などが連携して付加価値を高めながら、観光客に満足してもらえる食づくりを進めていきます。

- ・地場産品を活用した料理・特産品の開発
- ・安全・安心な食の魅力づくり
- ・道産品のブランド化など高付加価値化の促進
- ・食の魅力あふれるイベントの充実

○ 効果的な観光情報提供・案内機能の充実

近年、スマートフォン*の急速な普及などにより、インターネットを利用して個人で手配し旅行する国内、海外からの観光客が増加しています。このため、観光地のきめ細やかな情報をソーシャルメディア*等の活用により正確かつ迅速に提供するとともに、個人旅行者や外国人旅行者にとっても利用しやすい観光案内板の整備や案内機能の充実などを進めています。

- ・「食と観光の情報館」など観光情報案内機能の充実
- ・ドライブ観光などを目的とした個人旅行者に対するパンフレット等の情報提供ツールの充実
- ・インターネットなどによる誰もが利用しやすい観光情報の提供
- ・「ビジット・ジャパン案内所*」など外国人観光客にも対応できる観光案内拠点の整備促進
- ・宿泊施設への外国語放送の導入促進
- ・関係機関との協力による外国語表記やピクトグラム*を使用した統一的な観光案内板等の整備促進

○ 教育旅行など若者の受入環境整備

高齢化が進む地域においては、若い世代の交流人口が増加することにより、地域の活気やにぎわいを取り戻す効果があり、本道への教育旅行の定着を促す取組や、若者をひきつけるアウトドアや文化、産業などの観光資源を生かした取組を促進して、将来の本道へのリピーターとなる若者の受入環境整備を進めています。

- ・本道への教育旅行の定着促進
- ・自然とふれあう環境整備と体験型観光の推進（再掲）
- ・農林漁業体験などグリーン・ツーリズムの推進（再掲）
- ・健康や産業、アートなどをテーマとした新しいツーリズムの促進（再掲）
- ・文化・歴史的遺産や北海道遺産などの観光資源としての活用促進（再掲）

(施策の柱)

(2) 満足度の高いサービスの提供

北海道旅行に満足し、リピーターになってもらうためには、道民一人ひとりがおもてなしの心で迎えることが重要であり、観光ホスピタリティ運動の推進や観光に関わる方々の人材育成を進めていきます。また、交通ネットワークの充実や防災・減災に向けた取組などを促進して、家族連れ、外国人、高齢者の方など誰もが安心して快適に旅行できる受入環境整備を進めていきます。

(小柱)

○ リピーターにつながる心が通うおもてなし

観光ホスピタリティへの意識の醸成を進め、ボランティアガイドや通訳ガイドの育成を図るとともに、観光産業従事者の接遇研修などを進め、おもてなしの心を広げていきます。

(主な施策)

- ・観光ホスピタリティ運動の推進
- ・観光ホスピタリティ実践者等を対象とした表彰の実施
- ・観光ボランティアガイドの組織化と研修の実施
- ・通訳ガイドの育成や能力を發揮できる環境整備と観光産業従事者への接遇研修の促進
- ・国際観光通訳ボランティアの育成や外国人観光客への対応マニュアル、会話ツール*の活用促進

○ 安全で快適な受入環境づくり

震災を踏まえ、災害から観光客を守る体制づくりを進めるとともに、高齢者や障がい者、外国人など誰もが安心して快適に旅行できるよう、バリアフリー化や外国語対応などの環境整備を促進し、安全な観光地づくりを進めていきます。

- ・防災・減災に向けた体制づくりの推進
- ・誰もが利用しやすい公共施設や公共交通機関などの整備
- ・バリアフリー化のための融資制度の活用促進
- ・宿泊滞在施設の充実や人材の育成など、外国人観光客に配慮した環境整備の促進
- ・外国語で受診できる医療機関情報の周知促進

○ 旅行しやすい交通ネットワークの形成

旅行しやすい環境づくりを進めるため、国内外から本道へのアクセスはもとより、空港や駅などの交通拠点から観光地間の交通ネットワークの充実を図るとともに、外国人観光客の利便性をさらに向上させるためにも、国に対してC I Q体制*の整備・充

実や中国人観光客への訪日個人観光数次ビザ*の導入などを働きかけていきます。

- ・道内外航空路線網の拡充
- ・[新千歳空港] 世界に開かれた国際的な拠点空港としての機能の拡充
- ・[他の道内空港] 国際化の推進
- ・ビザ発給条件緩和と数次ビザ*導入や特定免税店*制度創設に向けた国への働きかけ
- ・北海道新幹線（新青森・新函館（仮称）間）の早期開業と札幌までの整備促進
- ・冬期間の安全で円滑な交通を確保する道路交通環境の整備
- ・高規格幹線道路及びアクセス道路の整備促進
- ・交通機関の接続の円滑化（乗継）など旅行者に配慮した取組の促進

○ 観光を支える人材の育成

北海道観光を支える人づくりは重要であり、これからの地域観光や観光産業を支えていくために必要なマネジメント*人材などを大学等と連携して育成していきます。

- ・観光産業を支える人材育成の促進
- ・通訳ガイドの育成や能力を発揮できる環境整備と観光産業従事者への接遇研修の促進（再掲）
- ・アウトドア資格制度によるアウトドアガイドなどの育成(再掲)

(施策展開の方向)

2 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

(施策の柱)

(1) 道外からの誘客促進、道民の道内旅行の活性化

人口減少、高齢化が進む中、観光による交流人口の増加がもたらす、にぎわいや消費効果が期待されており、LCCといった新たな交通インフラによる誘客や北海道新幹線の開業も視野に入れ東北と連携するなど、道外からの一層の誘客促進や教育旅行など集客力のあるマーケットの拡大を図るとともに、道民の道内旅行の促進による道内マーケットの活性化を通じて旅行市場を拡大していくことが必要です。

(小柱)

○ 北海道新幹線開業などの効果を生かす戦略的誘客の展開

LCC就航や北海道新幹線開業効果を視野に入れ、ターゲットを絞った戦略的な観光客誘致活動、季節キャンペーンの展開や広くメディアなどを活用し、地域と一体となって道外からの誘客を進めていきます。

(主な施策)

- ・全国主要都市における宣伝誘致キャンペーン活動などの充実
- ・メディアなどを活用した全国的なPR活動の展開
- ・冬季観光の推進など通年化に向けた宣伝誘致活動の展開
- ・北海道へのロケーション*の誘致促進
- ・地域が行う宣伝誘致への支援

○ 教育旅行の拡大

東日本大震災の影響で、道内中学校の教育旅行先が道外から道内へと振り替えになる事例が数多くあり、体験型観光やグリーン・ツーリズムなどを生かして、道内外からの教育旅行の誘致を一層促進していきます。

- ・教育旅行の誘致促進
- ・自然とふれあう環境整備と体験型観光の推進（再掲）
- ・農林漁業体験などグリーン・ツーリズムの推進（再掲）

○ 道民の道内旅行の促進

北海道の観光入込客数の8割以上を占める道民の道内観光を促進し、観光消費を高め、経済の活性化を図っていきます。

- ・道民の道内旅行の促進
- ・教育旅行の誘致促進（再掲）

(施策の柱)

(2) ターゲットを定めた戦略的な海外からの誘客促進

国際観光においては、韓国、台湾、中国をはじめとする従来からのターゲットはもとより、今後増加が見込まれるタイ、マレーシアなど国・地域ごとにターゲットを絞り、新規の旅行者のみならずリピーターを獲得するため、対象マーケットの的確な現状把握に努めながら、北海道各地域の魅力を発掘してアピールするなど誘客対策を推進するとともに、「MICE*」の誘致促進、さらには基盤となる国際航空路線の充実が重要です。

(小柱)

○ 対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進

アジア地域を中心とする有望な国や地域に誘客ターゲットを絞り、対象市場の旅行ニーズや旅行形態に即した機動的で効果的なプロモーションやマスコミなどの招へい事業を意欲的に展開していきます。

(主な施策)

- ・アジア地域を中心とした戦略的な宣伝誘致活動の展開
- ・旅行エージェントや海外のマスコミなどの招へい事業の推進
- ・東アジア地域などにおける観光情報提供機能の整備
- ・地域が行う宣伝誘致への支援(再掲)

○ 特定分野にターゲットを定めたプロモーションの推進

海外旅行が一般化してきた地域においては、より満足度の高い特別な旅行へのニーズが高まってきていることから、スポーツなどテーマを絞ったツアーや訪日教育旅行、国際会議やインセンティブ旅行*などの「MICE」の誘致を進めていきます。

- ・特定テーマの観光ツアーなど誘客対象の層を絞ったプロモーションの推進
- ・訪日教育旅行*の誘致促進
- ・国際会議等(MICE)の誘致促進
- ・北海道へのロケーションの誘致促進(再掲)

○ 国際定期航空路線等の誘致促進

海外からの誘客の基盤となる路線拡充などに向けて、経済界と連携してプレゼンテーション*などを実施するとともに、道外拠点空港とのアクセスの向上を図っていきます。

- ・国際定期航空路線の拡充や道内の空港と道外拠点空港とのアクセスの向上に向けた誘致活動の強化

(施策展開の方向)

3 観光振興の基盤強化

(施策の柱)

(1) 観光振興の基盤強化

観光地の競争力を高め、その基盤を強化していくためには、観光に関する統計やマーケットデータ*を収集・分析し、結果を広く発信していくことや、事業の拡大など経営に資する融資制度などの活用を進めていくことが必要です。

さらに、観光の持つ重要性や意義などを学ぶ機会を通じて、観光への知識や理解を広く一般に啓発していくことが効果的です。

(小柱)

○ マーケットデータの収集や融資制度などの活用による観光基盤の強化

観光入込客数や消費額、観光動態など、観光振興に資する調査データを広く収集し、迅速・効果的に分析していくとともに、経営基盤の強化に向け融資制度や専門家派遣制度の活用を進めるなど、観光産業の発展を促進していきます。

(主な施策)

- ・観光客の動態や消費の動向、関連産業の実態などの把握
- ・外国人観光客誘致のための市場の実態などの把握
- ・産業振興資金や専門家派遣事業の活用促進

○ 観光に関する普及啓発、観光を学ぶ機会の充実

北海道観光のくにつくり条例やこの計画に掲げる行動指針の普及・啓発を進めていくとともに、観光に関するセミナーなどを通じて観光の役割や重要性を学ぶ機会を促進していきます。

- ・観光の重要性や観光振興に関する道民の役割などの啓発
- ・観光振興に尽力した人や団体等を対象とした表彰の実施
- ・研修会やセミナーなど観光に関する学習機会の確保
- ・観光ホスピタリティ実践者等を対象とした表彰の実施(再掲)

VI 計画の推進

1 計画推進の考え方

この計画を着実に推進していくためには、道をはじめとする行政機関や北海道観光振興機構はもとより、道民や観光事業者、観光関係団体、さらには大学など、観光に携わるすべての者が「北海道観光のくにつくり条例」に基づくそれぞれの役割を認識し、人脈や情報、ノウハウなどお互いに活用するなど、これら産官民学が連携・協働して観光振興を推進していくことが必要です。

このため、道では、この計画の推進に向け、庁内各部や振興局はもとより、北海道観光振興機構や国をはじめ市町村、地域の観光協会など、観光振興に携わるすべての方々と連携・協力しながら、この計画の実現に向けて推進していきます。

2 推進体制（役割分担）

- 道をはじめとする行政は、地域の資源や特性からテーマ性などを見だし、戦略的なプランのもとに観光地づくりや誘客促進を進めていくことが重要です。
- 北海道観光振興機構においては、本道観光の中核的推進組織として、国や道、市町村をはじめ関係機関・団体や地域と一体となって、民間組織としての感覚や発想を生かしつつ、機動性と専門性を発揮し、北海道観光の振興に向けた取組を積極的に展開していくことが重要です。
- 道民の皆さんは、積極的に観光客とふれあい交流の輪を広げ、心が通うおもてなしを推進することや地域の自然、歴史、生活・文化などを守り育てて、その素晴らしさを積極的にアピールしていくことが重要です。さらに、道内企業においても、観光をひとつの大きなビジネスチャンスととらえて、それぞれの力を生かしながら、北海道観光を盛り上げることが重要です。
- 観光事業者においては、一次産業をはじめ、地域の他産業との連携による地元食材の提供や地域特産品の開発といった、観光にかかわる地産地消の推進に取り組むとともに、観光客のニーズに応えられる質の高いサービスの提供や交通ネットワークにおける利便性向上など、旅行形態の変化や観光ニーズの多様化に配慮して、事業活動を拓げていくことが重要です。
- 観光関係団体においては、観光振興の主体として、観光客の誘致や観光情報の発信、地域の資源を生かした多様な観光商品づくり、ホスピタリティの向上や人材育成に取り組むとともに、様々な産業の連携・協力が円滑に進むよう、調整に努めていくことが重要です。
- 大学等においては、本道の観光振興に求められる人材の育成に努めるとともに、観光に関する研究やその成果を社会に還元するなど、観光の振興につなげていくことが重要です。

附 属 资 料

用語解説

ア行

- アウトドア資格制度
誰もが安全で快適にアウトドア活動を楽しめるよう、専門的な知識や技術を有し、安全で質の高いガイドサービスを担う人材や事業者の育成を目的として、平成 14 年に創設した北海道独自の資格制度。
- アクティビティ
活気。活動。特に、リゾート地などでのさまざまな遊びについていう。
- アート
美術。芸術。
- インセンティブ旅行
企業などが業績アップを目的に成績優秀な社員や販売店などに対し報奨として提供する旅行。
- インフラ
(インフラストラクチャーinfrastructure の略) もともとは「下部構造」という意味。これが転じて「産業や生活の基盤として整備される施設」を指すようになった。
- LCC
(ローコストキャリア Low Cost Carrier の略称)効率的な運営により低価格の運賃で運航サービスを提供する航空会社を指す。

カ行

- 会話ツール
「指さし会話集」など、自身が外国語を理解することや話すことができなくても、外国人と意思の疎通を図ることのできる道具。
- 観光ボランティアガイド
地域を訪れる旅行者に対して、自分の居住している地域などを無料又は低廉な料金で案内・紹介する方々の総称。

- グリーン・ツーリズム

ファームイン（農家が経営する民宿）や農村体験など、農山漁村地域に滞在し、農山漁村の自然・文化・人々との交流などを楽しむ滞在型の余暇活動。
- コンシェルジュ（観光コンシェルジュ）

ホテルにおいて、お客様の様々な要望に応えるスタッフの名称に用いられていたが、最近では、観光施設や商業店舗など多くの施設に設置されており、ここでの観光コンシェルジュは、一人ひとりの観光客の要望にあった旅の楽しみ方や観光コースを提案するなど、よりきめ細やかなおもてなしを提供できる人を指す。
- コンベンション

国際的または全国的な規模で開催される学会、総会、会議、見本市・展示会など。

サ行

- SARS（サーズ）

病気 病名（Severe Acute Respiratory Syndrome）。重症急性呼吸器症候群。2003年初頭から、香港などを中心に流行した病気。
- CIQ体制

税関(Customs 出入国する旅客の携帯品などの検査)、出入国管理(Immigration 外国人の出入国審査、日本人の出帰国確認)、検疫(Quarantine 外国からの検疫伝染病侵入防止のための検査)のこと。
- シニア層

定年で第一線を退いたサラリーマンや子育てを終えた人々など、第一の人生で相応の知識と経験を蓄え、第二の人生で自由な自分の時間を十分に持てるようになった人々。
- 「シーニックバイウェイ北海道」

景観・シーン(Scene)の形容詞シーニック(Scenic)と、わき道より道を意味するバイウェイ(Byway)を組み合わせた言葉シーニックバイウェイとは、地域に暮らす人が主体となり、企業や行政と手をつなぎ、個性的で活力ある地域づくり、景観づくり、魅力ある観光都市空間づくりを目指す取り組み。平成17年よりスタート。2012年10月現在、「函館・大沼・噴火湾ルート」など道内11の指定ルート、1つの候補ルートがシーニックバイウェイ北海道推進協議会から指定されている。
- 新型インフルエンザ

新たに人から人に伝染する能力を有することとなったウイルスを病原体とするインフルエンザであって、一般に国民が当該感染症に対する免疫を獲得していないことから、当該感染症の全国的かつ急速なまん延により国民の生命及び健康に重大な影響を与えるおそれがあると認められるもの。

- 数次ビザ

数次査証（Multiple-Entry Visa）。ビザ（査証）の有効期間内はその国に何度でも出入りできるビザ。平成23年7月1日より沖縄県、翌24年7月1日からは東北3県（岩手、宮城、福島）を訪問する中国人個人観光客で、十分な経済力を有する者とその家族に対して、数次ビザ（3年）が発給されている。
- スマートフォン

インターネットとの親和性が高く、パソコンの機能をベースとして作られた多機能携帯電話・PHS（簡易型携帯電話）。
- 生産波及効果

－「第5回北海道観光産業経済効果調査」報告書から抜粋－

観光する際に支払ったお金は、支払先だけではなく、支払先の取引を通じて他の産業にも影響を及ぼす。例えば、旅行者が北海道土産として買ったお菓子の売り上げは、お菓子を売っていた会社やその会社にお菓子を卸した会社だけではなく、お菓子を製造した会社、さらにはその会社に牛乳や小麦粉、砂糖等の原材料を納入している会社やその会社の従業員が給与を使って買い物した店にまで影響を及ぼしている。このうち、産業間のやりとりを踏まえた効果を「生産誘発効果」といい、関連する産業に働く人の給与を通じて誘発される効果（上記の例でいうと、会社の従業員が給与で買い物した店に与える効果）を「家計迂回効果」という。

「生産誘発効果」と「家計迂回効果」を合わせたものが「生産波及効果」である。
- ソーシャルメディア

ウェブ上で提供されるサービスのうち、ユーザーの積極的な参加によって成り立ち、ユーザー間のコミュニケーションをサービスの主要価値として提供するサービスの総称。電子掲示板、ブログ、ソーシャルネットワークワーキングサービス、動画共有サイトなど多彩な形態がある。

夕行

- 体験型観光

自然、アウトドアスポーツ、産業や文化などに旅行者自身が直接触れたり、参加したりすることを目的とした観光。
- ターゲット

標的。目標。
- ツーリズム

観光事業。観光旅行。旅行業。
- 特定免税店

沖縄県限定の免税店制度。空港内旅客ターミナルや観光振興地域内のショッピングモールにおいて指定を受けた場所で営業する免税店で販売される商品の関税が免除される。ただし、観光客が個人用として沖縄県

外に持ち出すものに限られる。

ナ行

○ 二次交通

複数の交通機関等を使用する場合の、2種類目の交通機関のこと。主には、鉄道駅から路線バスなどを使って、学校や観光地などへ赴く交通手段のことが言われる。

ハ行

○ パウダースノウ

気温の低いときに降る細かい粉状の雪。水分が少なく、スキーに好適。

○ バリアフリー

高齢者や障がい者、外国人などが、社会生活をしていく上で障壁（バリア）となるものを除去（フリー）することであり、物理的、社会的、制度的、心理的な障壁、情報面での障壁などすべての障壁を除去するという考え方。

○ ピクトグラム

絵や図を用いた記号のこと。言葉のバリアを取り除く目的で開発され、海外からの旅行者や細かい文字の見えにくい高齢者などに、一目で直感的に内容が伝わることから、コミュニケーションの手段として非常に有効である。

○ ビジット・ジャパン案内所

訪日外国人旅行者（外国人観光客）に対応できる観光案内所。

○ ブランディング

顧客や消費者にとって価値のあるブランドを構築するための活動。

○ ブランド力

そのブランドが持つ魅力。消費者に「このブランドだけは特別」と思い込ませる力。

○ プレゼンテーション

聴衆に対して情報を提示し、理解・納得を得る行為。

○ プロモーション

販売促進のための宣伝。観光における誘客促進活動。

- 訪日教育旅行
引率者と児童・生徒で構成される団体旅行で、学校等を訪問するもの。若年層の外国人訪日旅行形態の一つ。
- ホスピタリティ
厚遇，歓待，心のこもったサービス。ここでは観光客が安心して快適に観光できるように、地域の人々がおもてなしの心で接し、観光客をあたたかく迎えること。
- 北海道遺産
次の世代へ引き継ぎたい北海道の豊かな自然、人々の歴史や文化、生活、産業など、有形・無形の財産の中から、北海道民全体の宝物として選定されたもの。平成13年10月22日に第1回選定分25件が、平成16年10月22日に第2回選定分27件が決定・公表されている。

マ行

- M I C E 【Meeting, Incentive, Convention/ Congress, Event/Exhibition】
国際会議、インセンティブ旅行、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市等のこと。国際貢献、地域の国際化や活性化、訪日外国人旅行者の拡大、経済効果などの面でその効果が期待されている。
- マーケットデータ
市場調査による情報、資料。
- マネージメント
経営、管理。 目標、目的を達成するために必要な要素を分析し、成功するために手を打つこと。
- メディア
媒体。手段。特に、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの媒体をいう。

ラ行

- リピーター
買い物・食事・宿泊・旅行などで、同じ店やホテル、観光地を何度も利用したり訪れたりする人のこと。
- リーマンショック
2008年9月15日に、アメリカ合衆国の投資銀行であるリーマン・ブラザーズが破綻した出来事を、これが世界的金融危機（世界同時不況）の引き金となったことに照らして呼ぶ表現。
- ロケーション
「位置」や「立地」などの意味を持つ英語であるが、ここでは、映画・テレビなどで、撮影所または放送局の外へ出て自然の景色や町並みを背景に撮影すること。

北海道観光のくにづくり条例

(平成13年10月19日 条例第56号)

今、私たちは、自然との共生という考え方、心のゆとりや潤いを求める意識の変化や生活様式の多様性を背景に、互いに支え合い、尊重し合いながら、精神的な豊かさを大切に生きていく時代を迎えている。

観光は、日常生活を離れ、異なる文化や価値観の交流を通して、人々が相互の理解を深め、訪れる人は安らぎや明日への活力を得、迎える人は地域のすばらしさに目覚め、新たな魅力づくりに努める営みであり、心豊かなゆとりある生活を求める私たちにとって、生活の大切な一部となっているとともに、地域にとっても、地域を訪れる人々との交流を通じて経済の活性化につながっているものである。

四季を彩る雄大な自然、新鮮な山海の恵み、人々の暮らしとともに形成された景観やおおらかな気風が漂う、恵み豊かな北の大地は、人々の心を潤し、活力や感動を与えてくれる憧（あこが）れの地として、国内外から高い評価を得るようになった。

こうした優位性や地域の個性を生かしつつ、北海道を誰もが安心して快適に滞在することができる国際的にも通用する観光地とするよう取り組み、観光にかかわる産業を北海道経済のリーディング産業とすることは、自主的かつ自律的な北海道の形成につながるものである。

先人から受け継いだ北海道の豊かで優れた環境を大切に守りながら、道民のみならず、北海道を訪れるすべての人がその豊かさを享受できるように観光の振興に努めることは、私たちの重要な役割であり、それぞれの地域が観光の意義と可能性を認識し、地域を愛するすべての者が協働し、知恵を出し合いながら観光のくにづくりを進めていくことが必要である。

このような考え方に立って、道民の総意として観光の振興に取り組むため、この条例を制定する。

第1章 総則

(目的)

第1条

この条例は、観光の振興に関し、基本理念を定め、並びに道の責務並びに道民、観光事業者及び観光関係団体の役割を明らかにするとともに、道の施策の基本となる事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって豊かで活力ある地域社会の実現及び北海道経済の発展に資することを目的とする。

(基本理念)

第2条

観光の振興は、道民、観光事業者、観光関係団体及び行政機関が協働し、次に掲げる事項を基本として、道民及び観光客が共に楽しめる地域の特性を生かした個性豊かな観光地を形成するとともに、観光にかかわる産業を地域経済を牽引する産業とすることを旨として、推進されなければならない。

- (1) 自然、景観等の環境の保全に配慮しながら、それらの魅力を十分に活用すること。

- (2) 豊かな自然にはぐくまれた食材及び食文化の魅力（以下「食の魅力」という。）を生かすこと。
- (3) 高齢者、障害者、外国人等すべての人々が安心して快適に観光ができるよう配慮すること。

（道の責務）

第3条

道は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、観光の振興に関する総合的かつ計画的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 道は、観光の振興を図る上で市町村が果たす役割の重要性にかんがみ、市町村が参画する広域的な観光振興に関し総合調整を行うとともに、市町村相互の連携が図られるよう努めるものとする。

（道民の役割）

第4条

道民は、基本理念にのっとり、観光客を温かく迎えるよう努めるとともに、地域の観光資源を活用した観光地づくりに参画するよう努めるものとする。

（観光事業者の役割）

第5条

観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うよう努めるものとする。

- 2 観光事業者は、その事業活動を行うに当たっては、地域の他産業との連携に配慮するものとする。

（観光関係団体の役割）

第6条

観光関係団体は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うよう努めるものとする。

- 2 観光関係団体は、ホスピタリティ（観光客を温かく迎える接遇をいう。）の向上、観光客の誘致等に積極的に取り組む等観光の振興に貢献するよう努めるものとする。

第2章 観光の振興に関する基本的施策

（施策の基本方針）

第7条

道は、次に掲げる基本方針に基づき、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するものとする。

- (1) 道民、観光事業者、観光関係団体及び行政機関が協働して行う取組を促進すること。
- (2) 環境を保全し活用する取組を促進すること。
- (3) 食の魅力を生かした取組を促進すること。
- (4) 観光客が安心して快適に観光を行うことができる環境づくりを促進すること。
- (5) 観光にかかわる産業の発展のための取組を促進すること。
- (6) 国内及び海外からの観光客の誘致を促進すること。
- (7) 観光に関する普及啓発及び学習機会の確保を図ること。
- (8) 観光に関する基礎的データの収集及び調査を実施すること。

(観光の振興に関する基本的な計画)

第8条

知事は、観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光の振興に関する基本的な計画（以下「計画」という。）を定めなければならない。

2 計画は、観光の振興に関する道の施策並びに道民、観光事業者及び観光関係団体の行動の指針について定めるものとする。

3 計画は、観光の振興に関する適切な目標について定めるものとする。

4 知事は、計画を定めるに当たっては、あらかじめ、道民の意見を反映することができるよう必要な措置を講じなければならない。

5 知事は、計画を定めるに当たっては、あらかじめ、北海道観光審議会の意見を聴かななければならない。

6 知事は、計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

7 前3項の規定は、計画の変更について準用する。

(財政上の措置)

第9条

道は、観光の振興に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

第3章 北海道観光審議会

(設置)

第10条

北海道における観光の振興を図るため、知事の附属機関として、北海道観光審議会（以下「審議会」という。）を置く。

(所掌事項)

第11条

審議会の所掌事項は、次のとおりとする。

(1) 知事の諮問に応じ、観光の振興に関する重要事項を調査審議すること。

(2) 前号に掲げるもののほか、この条例の規定によりその権限に属させられた事務

2 審議会は、観光の振興に関し必要と認める事項を知事に建議することができる。

(組織)

第12条

審議会は、委員15人以内で組織する。

2 審議会に、特別の事項を調査審議させるため必要があるときは、特別委員を置くことができる。

(委員及び特別委員)

第13条

委員及び特別委員は、学識経験を有する者及び関係行政機関の職員のうちから、知事が任命する。

2 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、

前任者の残任期間とする。

3 委員は、再任されることができる。

4 特別委員は、当該特別の事項に関する調査審議が終了したときは、解任されるものとする。

(会長及び副会長)

第14条

審議会に会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員が互選する。

3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第15条

審議会の会議は、会長が招集する。

2 審議会は、委員の2分の1以上が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 会議の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(部会)

第16条

審議会は、必要に応じ、部会を置くことができる。

2 部会は、審議会から付託された事項について調査審議するものとする。

3 部会に部会長を置き、会長が指名する委員がこれに当たる。

4 部会に属すべき委員及び特別委員は、会長が指名する。

(会長への委任)

第17条

この章に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

1 この条例は、公布の日から施行する。

2 北海道観光審議会条例（昭和36年北海道条例第42号）は、廃止する。

3 この条例の施行の際現に前項の規定による廃止前の北海道観光審議会条例第3条第2項の規定により北海道観光審議会の委員又は特別委員に任命されている者は、第13条第1項の規定により委員又は特別委員に任命された者とみなし、その任期は、委員にあっては同条第2項の規定にかかわらず平成14年12月14日までとし、特別委員にあっては同条第4項の規定にかかわらず同年3月31日までとする。

4 知事は、平成21年4月1日から起算して5年を経過するごとに、社会経済情勢の変化等を勘案し、この条例の施行の状況等について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

これまでの計画による取組の概略

北海道観光のくにつくり行動計画（第1期）

平成13年10月に公布・施行された「北海道観光のくにつくり条例」に基づく、観光振興に関する基本的な計画として平成14年3月に策定された第1期の計画においては、

「誰もが満足できる質の高い観光地をつくり、国内外の多くの方に何度でも本道を訪れていただく。」、「**観光振興により本道経済の活性化を図る。」**

を目標とし、観光に関わる主体が目標の達成に向けて取組を進めてきました。

温泉観光地の活性化に向けた取組や広域連携イベント開催への支援、環境や食を生かした観光地づくりを進めるとともに、知床の世界自然遺産登録や旭山動物園の人気などを追い風に、ターゲットを絞った効果的な宣伝誘致活動を推進しました。

計画期間においては、「知床」効果や旭山動物園人気など明るい動きがある一方、感染症（SARS*）の世界的流行や十勝沖地震、大型台風などの影響がありました。

また、北海道の豊かな自然や雪、温泉などが人気を呼び、東アジア地域やオーストラリアなどからの外国人来道者数が急増しました

北海道観光のくにつくり行動計画（第2期）

平成20年3月に策定した第2期の北海道観光のくにつくり行動計画においては、

「環境と共生する観光」、「地域の資源を生かした観光振興」

「観光振興による地域の経済の活性化」

を目標とし、観光にかかわる主体が目標の達成に向けて取組を進めてきました。

地域の様々な産業、団体、行政などが連携し、北海道洞爺湖サミットの開催を契機に、自然環境を共生する観光を推進するとともに、「食」をはじめとする多様な地域資源を生かした観光地づくりの取組や国内外への積極的な宣伝誘致活動を推進しました。

計画期間においては、急成長するアジア経済を背景に、外国人来道者数が増加するなど明るい動きがありましたが、計画スタート直後のリーマンショックや急激な円高、新型インフルエンザの感染拡大の影響、道内においては航空路線の減少や機材の小型化などのマイナス要因に加え、平成23年3月11日に発生した東日本大震災による深刻な影響を受けました。

北海道観光のくにつくり行動計画

平成25年5月

発行 北海道

編集 北海道経済部観光局

TEL 011-231-4111 (内線26-564)

011-204-5303 (直通)

URL <http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/index.htm>

