

## 第1章 策定の趣旨

我が国の経済が、国際金融市場の混乱やエネルギー・原材料価格高の影響など不安定な状況が続いている中で、地方自治体の財政逼迫も相まって、北海道及び本市の景気は依然として厳しい状況にある。

その中で、地域経済に活力を与えるためには、力強い産業基盤を確立することに加え、域外からの交流人口を増やすことによって、地域への経済効果を高めることが重要な視点である。その意味で「観光」に真剣に取り組むことが必要であり、「観光」を起爆剤とした地域再生に期待するものである。

観光は、宿泊業、運輸業、飲食業はもとより、農業などの第一次産業や、製造業、建設業などの第二次産業、また多様なサービスに関連する第三次産業といった、幅広い産業の需要創出や雇用につながる経済効果の高い分野である。

本市においては、これまでも旭山動物園をはじめ地域の様々な魅力ある資源を積極的にPRしたことにより、近年は国内外から多くの観光客が訪れていることから、今後も質の高い「観光都市・旭川」としての基盤を整えていくことが必要であり、併せて地元への経済効果をより高めるためにも、オール旭川による官民一体となった推進体制の確立が急務である。

また、「行ってみたい」、「もう一度訪れてみたい」と思わせる魅力ある地域づくりこそが「観光振興」であり、観光振興のプロセスそのものが「まちづくり」につながることを、まち全体が強く認識しながら進めることが重要である。

## 第2章 本市を取り巻く観光の現状

### 1 国の動向

国土交通省が実施した「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」によると、平成18年度中に我が国に支払われた旅行消費額は23.5兆円であるが、前年度比では国内宿泊旅行消費額が減少したことが影響し、全体で1.4%の減少となっている。

国は少子高齢化で人口が減る中、「観光立国」の実現が21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な国家的課題であるとして、平成18年12月に「観光立国推進法」を制定し、昨年6月には同法に基づいて「観光立国推進基本計画」が閣議決定された。

計画では、国は必要な施策を総合的に策定・実施し、地方公共団体・民間の取り組みを支援するとともに、「日本ブランド」として我が国の魅力を発信する役割を担うこととされており、このため、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりや、観光産業の新たなビジネスモデル構築、人材の育成、国際会議の開催・誘致などに取り組んでいくことが示されている。

また、観光立国を総合的かつ計画的に推進するための新たな行政機関として、「観光庁」が本年10月に発足され、観光庁はこれらの施策推進の中心となるほか、観光振興に携わる他の関係省庁との総合調整役ともなる、いわば観光政策の司令塔としての役割が期待されている。

### 2 北海道の動向

北海道の観光統計では、観光入込客数は平成14年度から平成17年度まで連続して減少し、平成18年度で5年ぶりに前年度比2%の増加に転じたという厳しい状況であることから、今後の積極的な取り組みが必要である。

そのような中で、北海道においても観光にかかわるすべての者が連携・協働し、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として、平成20年度から平成24年度までの5年間を計画期間とする「北海道観光のくにつくりに行動計画」が策定され、「環境と共生する観光」、「地域の資源を活かした観光振興」、「観光振興による地域と経済の活性化」を目標にかかげている。

また、「各界の力の結集」、「民間主導」、「機動性と専門性を備えた組織」という3つの理念の下に、本年4月に、これまでの社団法人北海道観光連盟を母体として、新たに「社団法人北海道観光振興機構」が発足し、これからの北海道の観光振興推進の中核的な役割を担うことが期待されている。

### 3 本市の動向

市は第7次旭川総合計画において「恵まれた自然や農村、旭山動物園をはじめとした各種施設などの地域資源を活かした観光の推進」を重点目標の中に掲げ、市政方針でも観光を地域経済活性化の重点施策として位置づけている。

また、平成16年11月には概ね5年を目標に、「観光振興に関する重点的な取組の方針」を策定し、「外国人観光客の誘致と受入体制の整備」、「教育・文化施設を活かした滞在型観光の振興」、「冬の魅力を活かした観光の振興」、「新しい旅行形態である体験型ツーリズムの推進」、「中心市街地における観光客向けサービスの充実とにぎわいづくり」の5つを主要施策として、積極的な取り組みを進めている。

その中で、特に重要となる国内外への誘致活動は、本市が主体となり3市3町で構成する「あさひかわ観光誘致宣伝協議会」が中核的な役割を果たしており、実効性のある広域連携を図りながら、トップセールスも含めて効果的な事業を実施しており、今後も本協議会を核とした戦略的な取り組みが期待されている。

### 資料01

#### 【あさひかわ観光誘致宣伝協議会平成19年度事業概要】

	対象地域	時期	事業種類	内容
国内観光客誘致	全国	5月～3月	招へい	各旅行会社の現地視察会への協力
		9月	広告掲載	おとなのいい旅広告掲載
		12月～3月	バス運行	スキーバス運行事業
		12月	広告掲載	おとなのいい旅広告掲載
		3月	プロモーション	ゆとりツーリズム北海道プレゼンテーション
	首都圏	4月	プロモーション	秋季・冬季観光素材説明会
		5月	プロモーション	北海道観光プロモーション
		5月	広告掲載	フリーほっかいどう広告掲載
		7月	キャンペーン	新宿キャンペーン
		9月	招へい	旅行エージェント等招へい
		10月	キャンペーン	ゆとりツーリズム北海道キャンペーン
		2月	招へい	旅行エージェント等招へい
	関西圏	3月	招へい	ドクターズツーリズム(食育・脳育)招へい
		4月	プロモーション	秋季・冬季観光素材説明会
		6月	広告掲載	御堂筋新聞広告掲載
		9月	招へい	旅行エージェント等招へい
	中部圏	10月	キャンペーン	ゆとりツーリズム北海道キャンペーン
		4月	プロモーション	秋季・冬季観光素材説明会
		9月	招へい	旅行エージェント等招へい
	教育旅行誘致	九州	10月	キャンペーン
九州			7月	キャンペーン
首都圏		5月	プロモーション	冬季修学旅行誘致プロモーション
		4月	プロモーション	鹿児島修学旅行誘致プロモーション
		4月	交流事業	鹿児島修学旅行誘致青少年交流事業(派遣)
		2月	交流事業	鹿児島修学旅行誘致青少年交流事業(受け入れ)
		3月	プロモーション	宮崎修学旅行誘致プロモーション
道内		7月	プロモーション	学習メニュー説明会(札幌)
		9月	招へい	学習メニュー現地視察会
		3月	プロモーション	学習メニュー説明会(苫小牧)

外国人観光客誘致

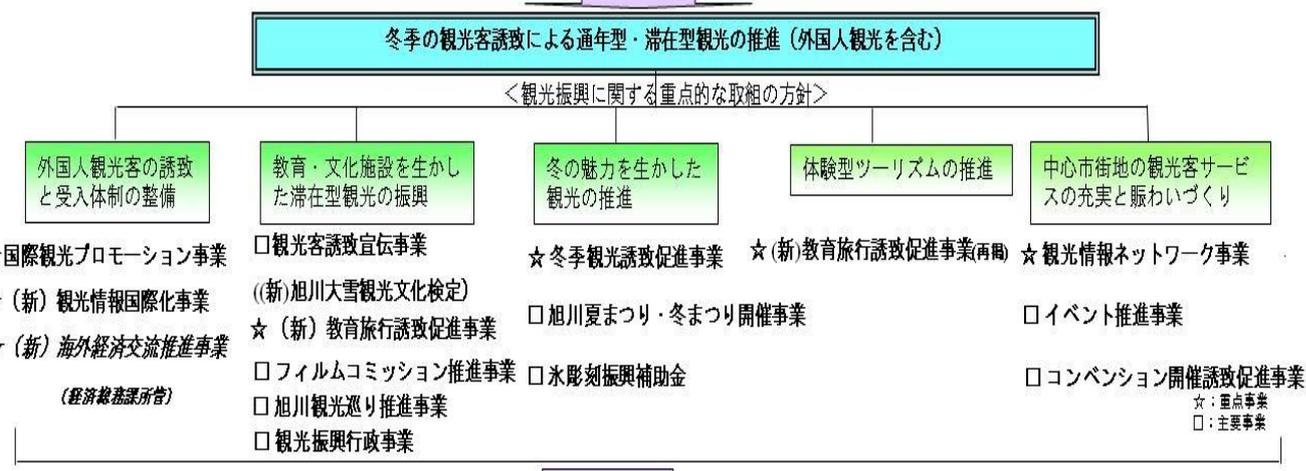
各国	2月	フォーラム	ビジネスフォーラム
台湾	5月	招へい	雑誌社招へい
	6月	広告掲載	MORE北海道広告掲載
	7月	招へい	ライター招へい
	9月	プロモーション	観光ミッション
	9月	招へい	TV局招へい
	11月	広告掲載	台湾版じゃらん広告掲載
	11月	プロモーション	観光プロモーション
	12月	プロモーション	旅行博出展
	2月	招へい	マスコミ招へい
	2月	招へい	TV局招へい
香港	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
	9月	招へい	TV局招へい
	11月	プロモーション	観光プロモーション
韓国	12月	広告掲載	アップル・クリスマスマガジン広告掲載
	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
	4月～3月	広告掲載	日本観光新聞(韓国)広告掲載
	6月	招へい	新聞社招へい
	6月	招へい	TV局招へい
	6月	プロモーション	観光プロモーション
	7月	招へい	新聞社招へい
	10月	プロモーション	冬季観光プロモーション
	1月	招へい	TV局招へい
	1月	招へい	雑誌社招へい
	1月	招へい	TV局招へい
	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
	2月	招へい	雑誌社招へい
	2月	招へい	TV局招へい
中国	3月	招へい	旅行エージェント等招へい
	6月	プロモーション	旅行博出展, プロモーション
	7月	招へい	TV局招へい
	8月	セミナー	物産・観光セミナー
シンガポール	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
	7月	プロモーション	観光プロモーション
	9月	招へい	TV局招へい
オーストラリア	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
	3月	招へい	旅行エージェント等招へい
	3月	プロモーション	旅行博出展, プロモーション
	5月～6月	プロモーション	スキー博出展, プロモーション
イギリス	10月～11月	プロモーション	スキー博出展, プロモーション
	12月	招へい	マスコミ招へい
	2月	招へい	マスコミ招へい
	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
ロシア	8月	招へい	マスコミ招へい
	9月	プロモーション	観光プロモーション(サハリン)
タイ	7月	プロモーション	観光プロモーション
	2月	招へい	旅行エージェント等招へい
インドネシア	1月	招へい	マスコミ招へい

< 出典 > あさひかわ観光誘致宣伝協議会

資料 0 2

【旭川市経済観光部観光課平成 2 0 年度施策概要】

現 状(H19年度)	課 題
<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 観光入込客数過去最高～733万人（前年比105.1%）</li> <li>◎ 観光客宿泊延べ数過去最高～74.8万泊（前年比107.3%）</li> <li>◎ 旭山動物園入園者数過去最高～307万人（前年比101%）</li> <li>◎ 外国人客宿泊数過去最高～40,427泊（前年比139.9%）</li> <li>◎ ホテル稼働率～8シティH平均77%（夏季93.5%, 冬季64.7%）</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 北海道総数に占める本市の割合～5.2%（札幌9.9%, 小樽5.3%に次ぐ3位）</li> <li>② 本市総数に占める冬季（12-3月）の割合～約21%（前年比6万人減） 夏季（6-9月）の割合～約53%（前年比27万人増）</li> <li>③ 本市宿泊延数に占める冬季の割合～約21%（前年比8千人増） 夏季の割合～約55%（前年比41千人増）</li> <li>④ 外国人宿泊数北海道総数に占める本市の割合～約1.9%（前年比1.1万人増）</li> </ul> </div>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 夏季と冬季における観光入込客数及び宿泊客数の格差是正</li> <li>2 外国人観光客を取り巻く状況変化（地域間競争激化, 個人旅行化, 多国化）</li> <li>3 旭山動物園人気の継続と動物園を核とした市内観光ルートの開発・提案</li> <li>4 観光客受入環境の充実 (ホスピタリティ, 情報提供, 移動手段, 多言語対応 等)</li> <li>5 地域経済への波及拡大</li> </ol> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>【施策評価（2次評価）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・更なる施策の充実を図ること</li> <li>・本市滞在の長期化やリピーターの増加に努めることが重要</li> <li>・ホスピタリティの向上や観光資源のネットワーク化を更に進めることが必要</li> </ul> </div>



<b>◆交流人口全体の底上げ</b>	
目標値（H23年度）	観光入込客：733万人→746.6万人      観光客宿泊延数：748千泊→868千泊
	外国人観光客宿泊数：40,427泊→64,000泊      コンベンション参加人数：235千人→248千人
<b>◆地域経済波及効果の増大（平成18年度 観光に関する経済波及効果 総合効果 88,566百万円）</b>	

＜出典＞旭川市経済観光部観光課

(1)本市の観光入込客数・宿泊延数

本市観光統計の推移を見ると、観光入込客数は平成17年度に過去最高の564万人を記録、前年度比で33%増加し、平成18年度は698万人、平成19年度は733万人と3年連続で過去最高を更新しており、北海道では札幌、小樽について第3位となっている。

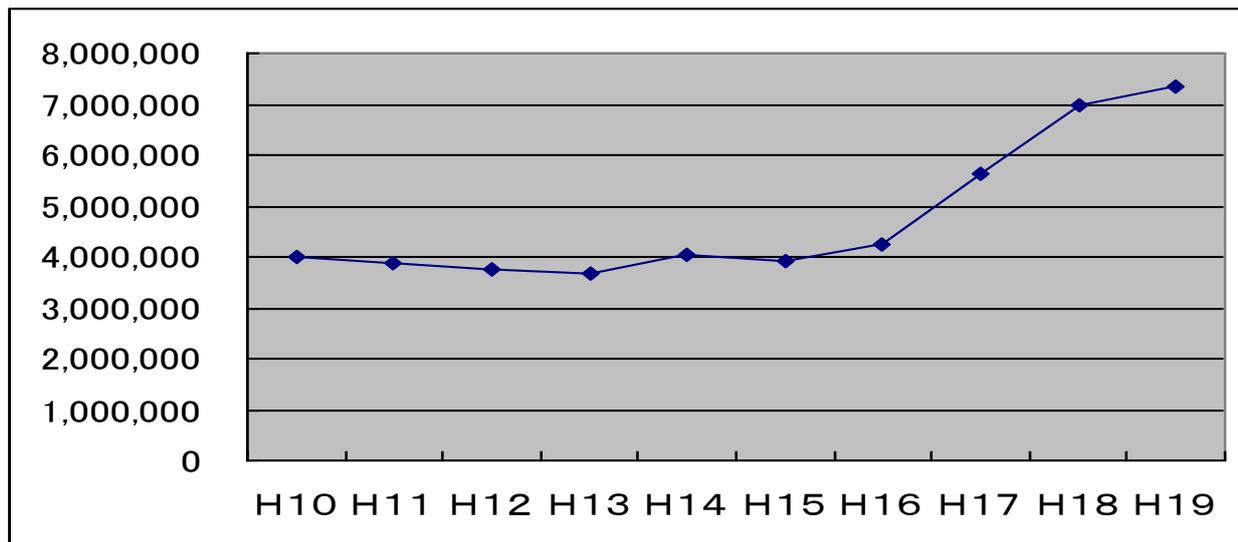
また、宿泊延数は平成18年度で過去最高の697千泊を記録し、平成19年度

は748千泊と2年連続で過去最高を更新している。市内シティホテルの年間宿泊稼働率(客室稼働率)も平成18年度で78.6%,平成19年度で76.7%であり,5年前の平成15年度65%から大幅に上昇している。特に6月から9月までは90%から96%の高稼働率となっている。

資料03

【旭川市の観光入込客数の推移】

単位：人

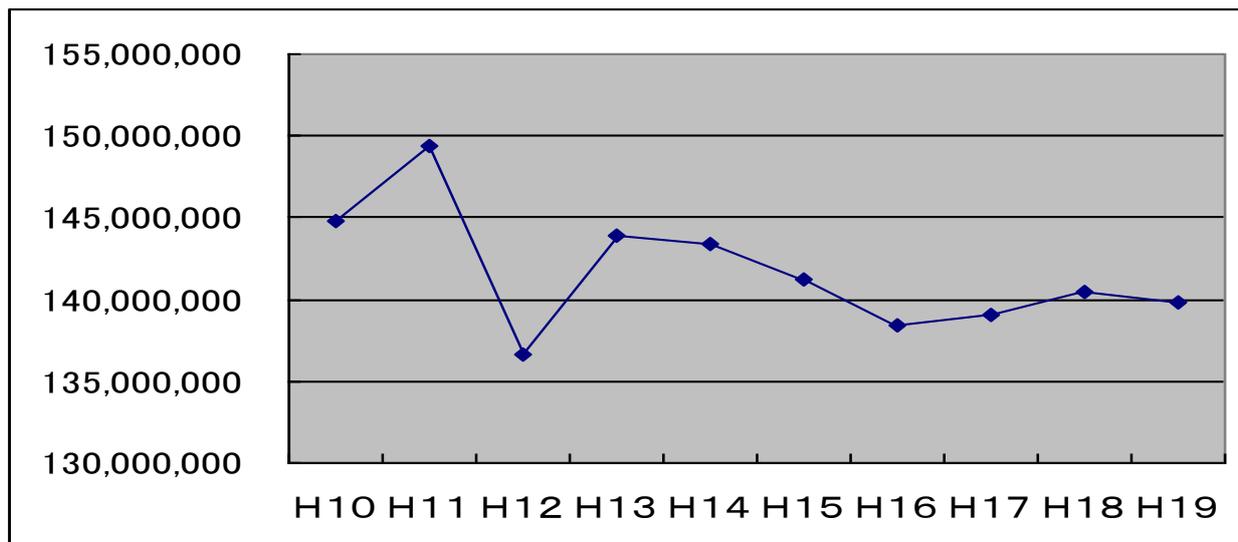


<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

資料04

【北海道の観光入込客数の推移】

単位：人

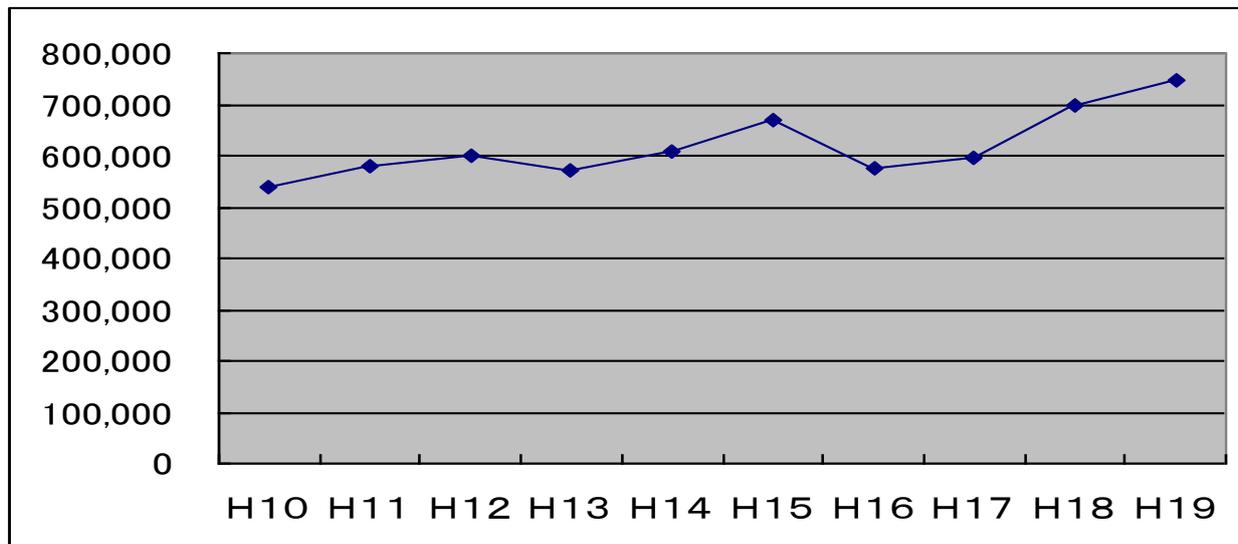


<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

資料05

【旭川市の観光宿泊客延べ数の推移】

単位：泊

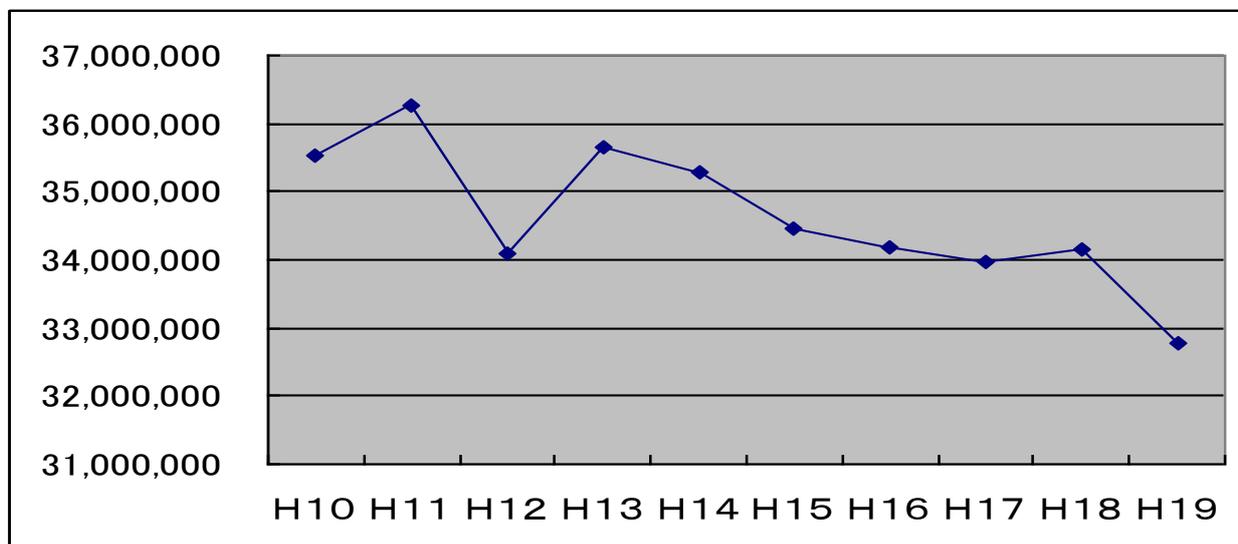


<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

資料06

【北海道の観光宿泊客延べ数の推移】

単位：泊



<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

資料07

【北海道の観光入込客数の上位10市町村の推移】

単位：万人

平成10年度			平成15年度			平成19年度		
1位	札幌市	1,308	1位	札幌市	1,368	1位	札幌市	1,378
2位	小樽市	666	2位	小樽市	800	2位	小樽市	741
3位	函館市	539	3位	函館市	525	3位	旭川市	733
4位	喜茂別町	461	4位	旭川市	394	4位	千歳市	559
5位	旭川市	402	5位	喜茂別町	350	5位	函館市	482
6位	登別市	369	6位	虻田町	336	6位	釧路市	377
7位	虻田町	369	7位	登別市	332	7位	洞爺湖町	338
8位	七飯町	287	8位	上川町	257	8位	登別市	330
9位	上川町	285	9位	釧路市	252	9位	喜茂別町	300
10位	釧路市	257	10位	富良野市	246	10位	上川町	250

<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

資料08

【北海道の観光宿泊延べ数の上位10市町村の推移】

単位：万泊

平成10年度			平成15年度			平成19年度		
1位	札幌市	921	1位	札幌市	950	1位	札幌市	924
2位	函館市	359	2位	函館市	402	2位	函館市	421
3位	登別市	157	3位	登別市	154	3位	釧路市	137
4位	阿寒町	103	4位	阿寒町	91	4位	登別市	130
5位	上川町	103	5位	上川町	86	5位	上川町	90
6位	帯広市	81	6位	帯広市	81	6位	帯広市	84
7位	虻田町	81	7位	小樽市	80	7位	旭川市	75
8位	小樽市	72	8位	虻田町	74	8位	洞爺湖町	74
9位	斜里町	69	9位	旭川市	67	9位	小樽市	73
10位	網走市	68	10位	倶知安町	61	10位	倶知安町	71

<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

(2)本市の外国人観光客の動向

外国人観光客の誘致については、平成13年の台湾にはじまり、対象国や地域を韓国、香港、中国、シンガポール、ロシア、オーストラリア、イギリスなどに拡大してきたところであり、現地でのプロモーション活動やトップセールス、また旅行代理店、メディアなどを当地に招へいしPR活動をするなど積極的に取り組んでいる。

平成15年度はSARS発生の影響で、外国人宿泊延数は一時減少したが、それ以降は旭川空港へのチャーター便の急激な増加や、韓国との定期便の就航などによ

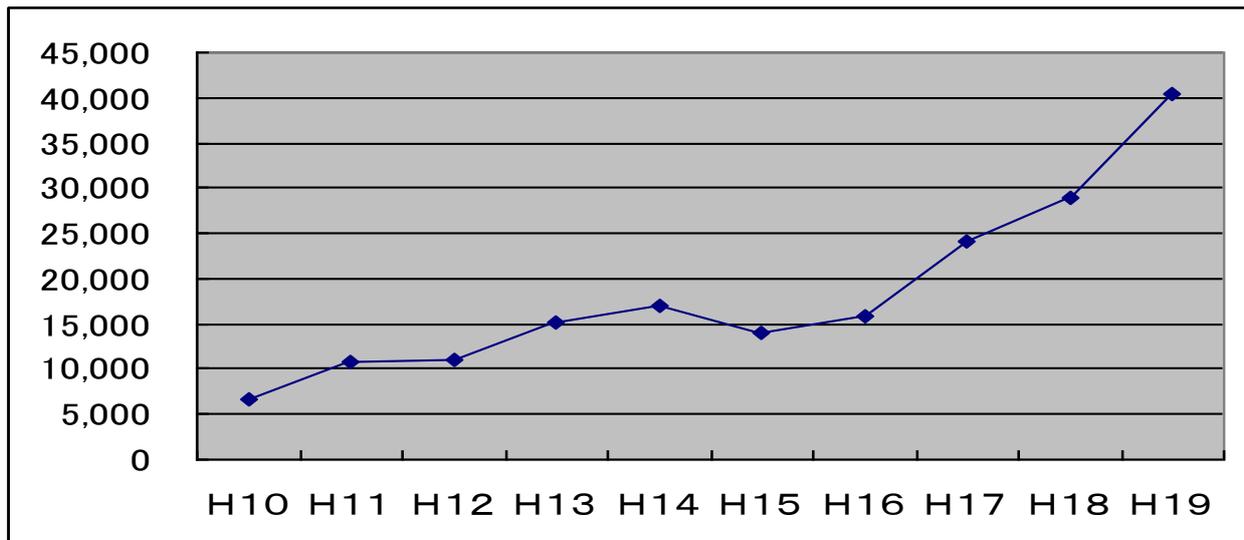
り順調に伸びており，平成16年度の15,749泊から平成19年度は40,427泊となっている。また，国別では，香港，台湾，シンガポール，韓国の順位であり，特にシンガポールの伸びが顕著である。

全国的に国内観光客の需要が減少傾向にある中で，外国人観光客の増加はそれを補完する意味もあり，特に本市の場合は秋，冬の宿泊につながる客であるとともに宿泊にもつながる重要な顧客である。

資料09

【旭川市の外国人宿泊延べ数の推移】

単位：泊

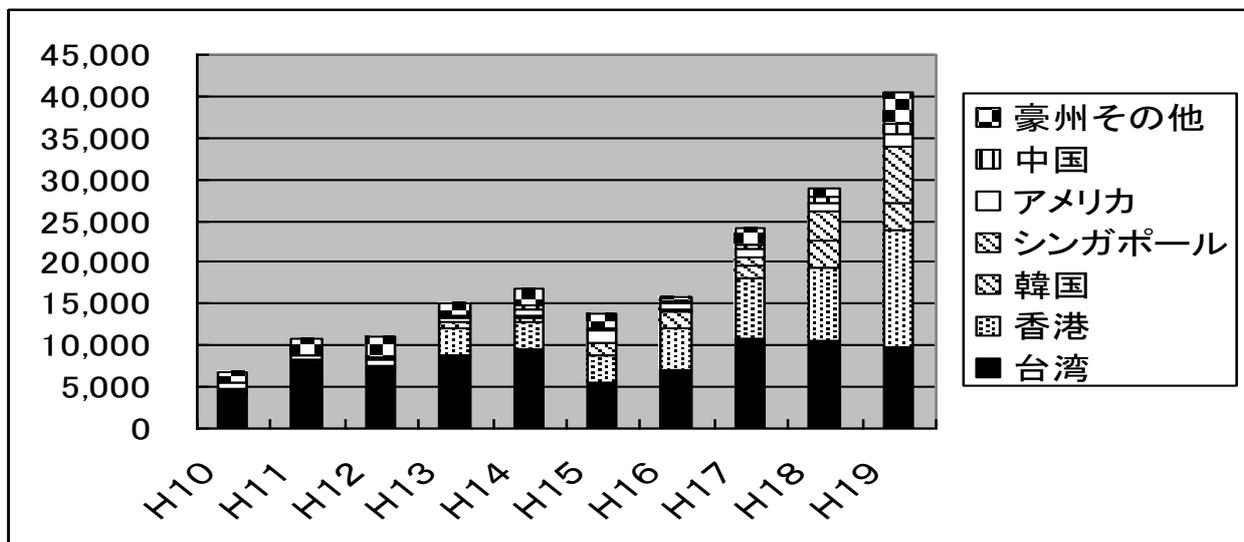


<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

資料10

【旭川市の国別外国人宿泊延べ数の内訳の推移】

単位：泊



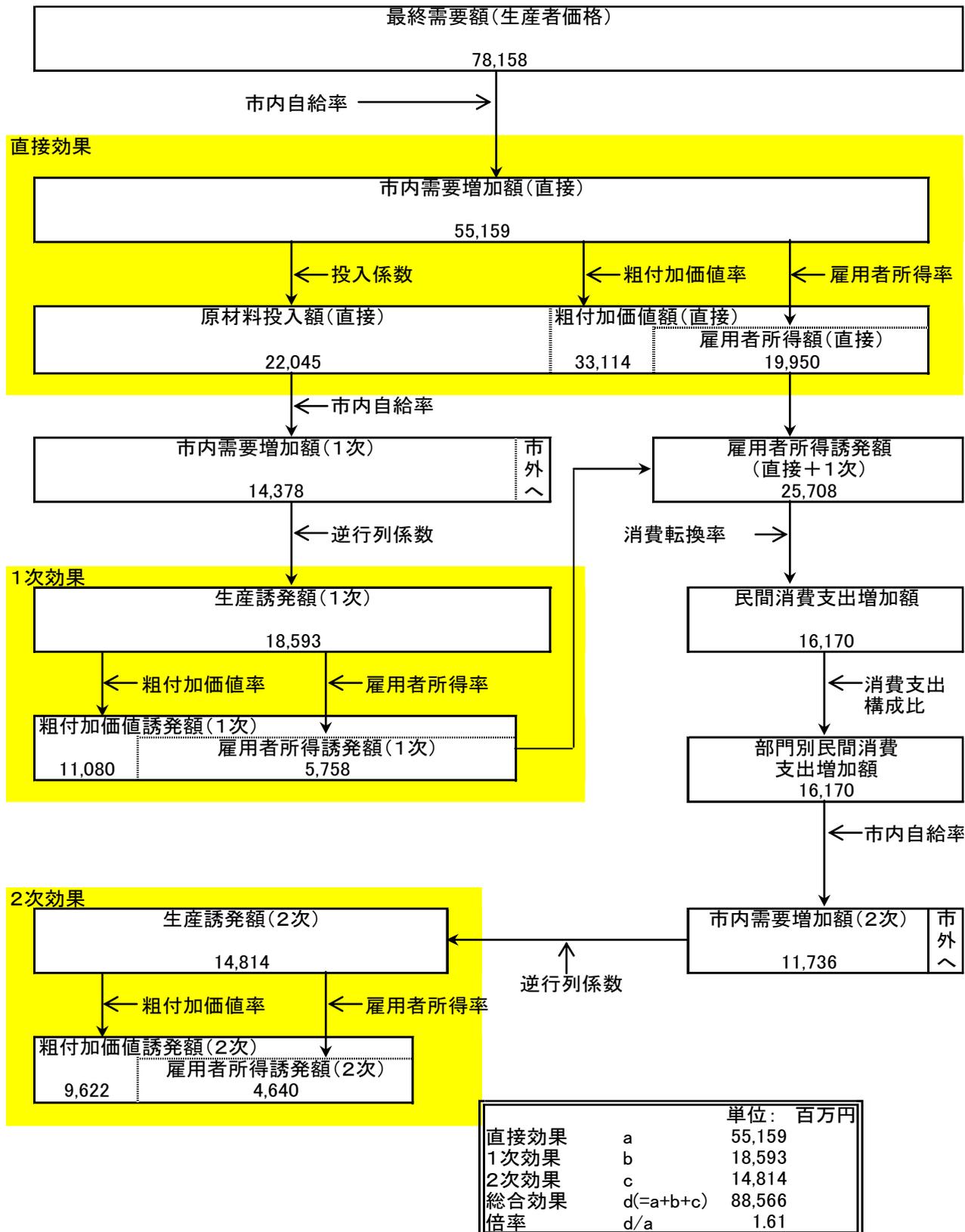
<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局



資料 1 3

【旭川市を訪れる観光客の消費に係る経済波及効果の分析結果フロー】

単位：百万円



< 出典 > 旭川市総合政策部政策調整課

## イ 旭川の観光客の特徴

同アンケート調査における回答者の属性についてとりまとめた結果をみると、道外観光客が約6割であったが、北海道全体の観光客に占める道外観光客の割合は約3割であることから、本市における道外観光客の割合が高いことがわかる。また、来旭回数では2回以上の観光客が約6割であることから、リピーターが多いことがわかる。

いずれも旭川観光にとってはプラス要素であり、今後もこの傾向を維持拡大していくことが重要である。

### 資料1 4

#### 【旭川市を訪れる観光客の消費に係る経済波及効果の基本的属性調査結果】

##### 1 回答者の居住地別構成比(全国地方別)

		北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄	その他	
7～9月	平日	43	2	32	5	12	5	3	1	N=103
	休日	44	3	30	14	15	0	2	0	N=108
12～2月	平日	35	3	39	3	18	4	3	0	N=105
	休日	39	3	41	10	6	5	1	0	N=105

北海道:北海道

東北:青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

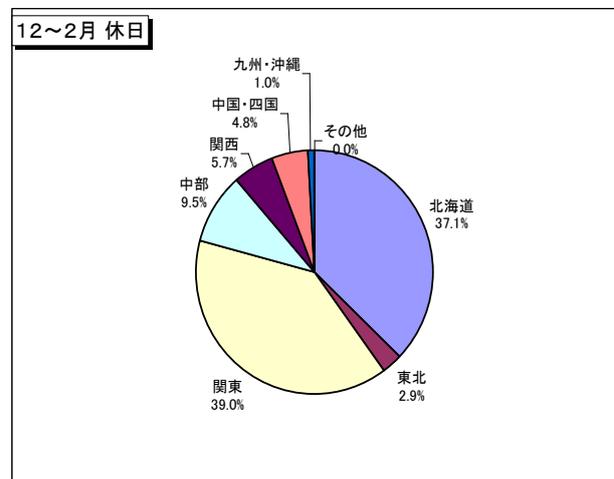
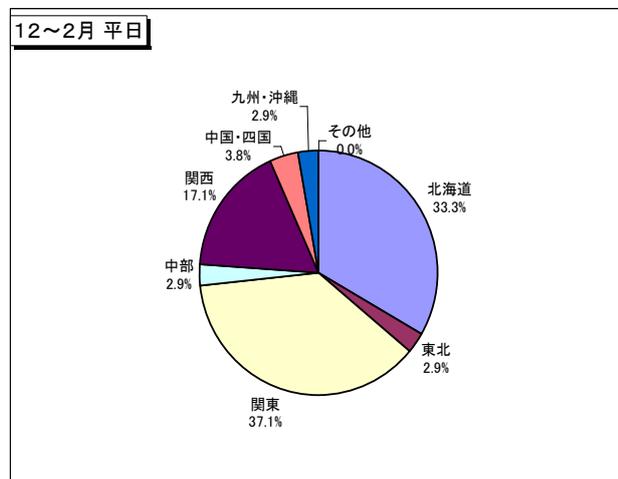
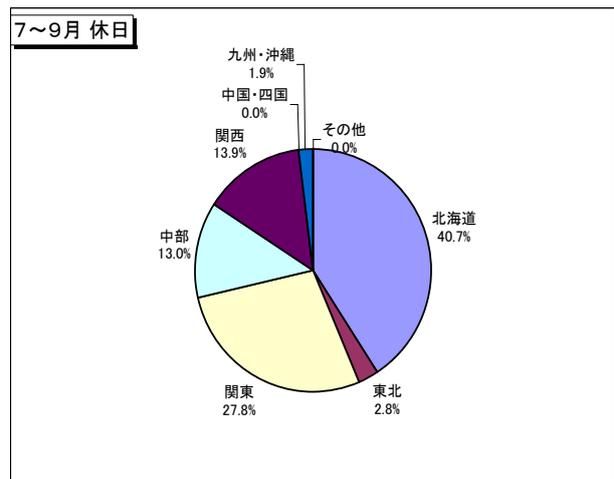
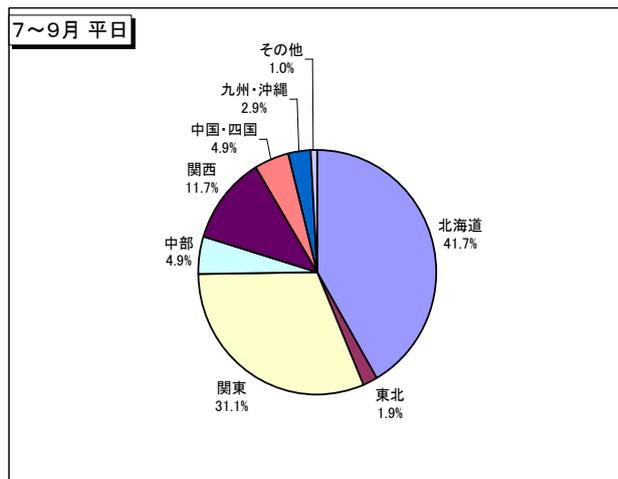
関東:茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川

中部:新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知

関西:大阪、京都、兵庫、滋賀、奈良、和歌山、三重

中国・四国:鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知

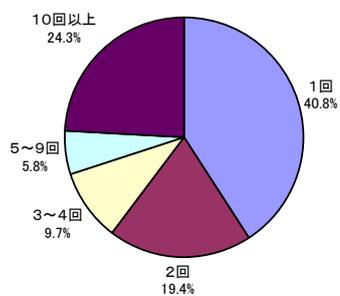
九州・沖縄:福岡、大分、佐賀、長崎、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄



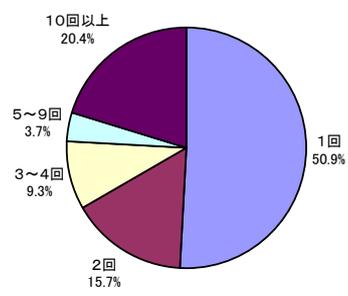
## 2 来旭回数別構成比

		1回	2回	3~4回	5~9回	10回以上	
7~9月	平日	42	20	10	6	25	N=103
	休日	55	17	10	4	22	N=108
12~2月	平日	37	13	11	12	32	N=105
	休日	39	18	11	6	31	N=105

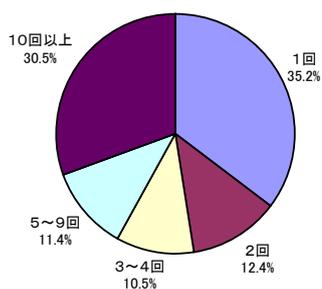
7~9月 平日



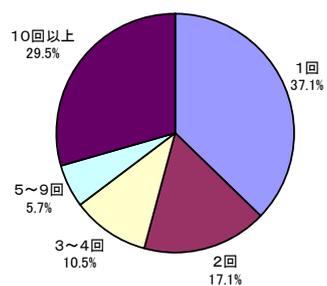
7~9月 休日



12~2月 平日



12~2月 休日



< 出典 > 旭川市総合政策部政策調整課

### 第3章 本市観光の課題

#### 1 夏季・冬季の格差是正

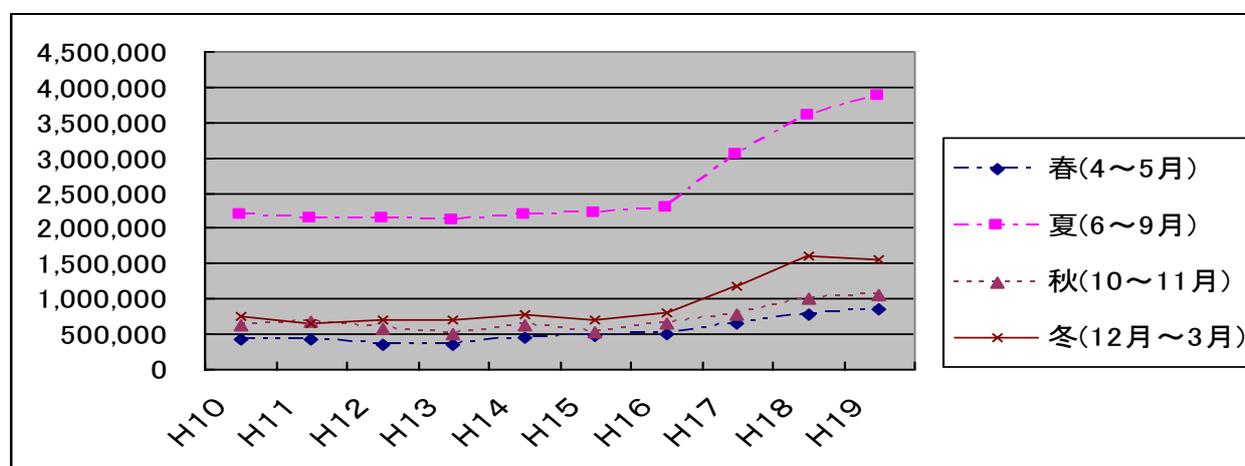
本市の季節別の観光入込客数では、6月から9月の夏季が3,864千人に対し、12月から3月の冬季が1,555千人であり、夏季の40%に止まっており、宿泊延べ数でも冬季は夏季の38%になっているのが現状である。

北海道全体が冬期間の観光客が落ち込む傾向にあるが、本市においてはその格差が他の観光地より大きく、今後、本市の観光を底上げするためには、冬季観光客誘致のための積極的な取り組みが必要である。

#### 資料15

##### 【旭川市の季節別観光入込客数の推移】

単位：人

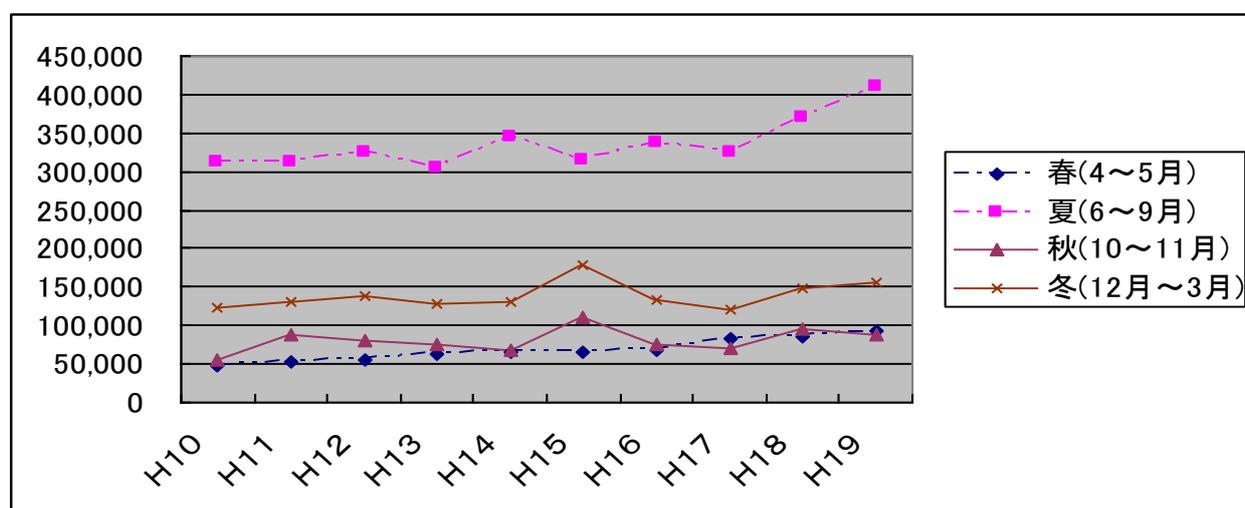


<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

#### 資料16

##### 【旭川市の季節別観光宿泊延べ数の推移】

単位：泊



<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

## 2 更なる滞在型の推進

ここ数年、市内の宿泊数やシティホテルの年間稼働率も順調に伸びているが、宿泊施設間での格差もあり、地域への経済波及効果を高めるためにも、宿泊施設全体の稼働率がさらに向上することが必要であるし、今後2～3年以内に新規ホテルの開業が数件予定されており、市内全体の宿泊収容能力も増加し、競争の激化も予想される。

また、札幌と旭山動物園を結ぶツアー商品が増えており、宿泊客が札幌に流出する状況にもあることから、旭山動物園と同様に旭川の知名度を向上させ、地域資源をフルに活用したツアー商品を開発するなど、今後も更なる滞在型観光を推進する必要がある。

## 3 外国人観光客対応の基盤(ソフト・ハード)整備の促進

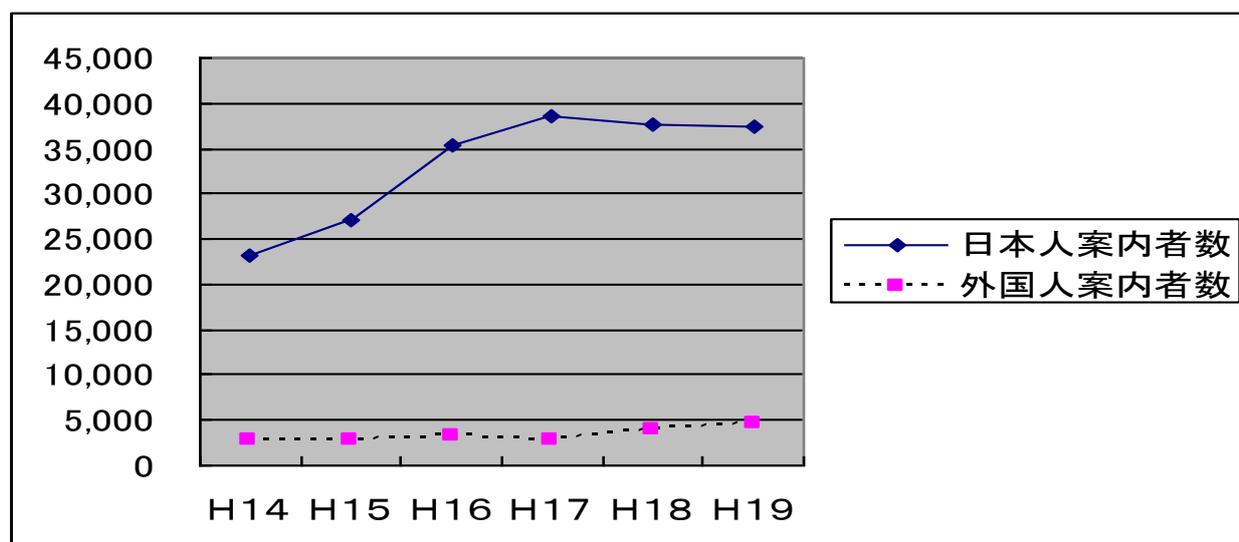
外国人観光客の誘致活動は積極的に取り組んでいるが、誘致活動のツールとしての多言語のパンフレットやDVDの制作や、観光情報センターでの外国人対応、また道路誘導版の外国語標記など、基本的な対応はしているものの、商品メニューの多言語化など業界での受入体制は充分であるとは言えないのが現状である。

今後も団体ツアーだけでなく、FIT(個人、家族、小グループなどのツアー)が増えてくることが予想されるとともに、また単に景色や食を楽しむ観光から体験型の観光需要が増えていることを考えると、より一層きめ細かな対応ができるような基盤を整備していくことが必要である。

### 資料17

#### 【旭川観光情報センターの利用者の推移】

単位：人



<出典>旭川市経済観光部観光課

資料 18

【北海道内他地域における主な外国人対応状況】

区 分	ホームページ					観光パンフレット					観光マップ					ビデオ				CD				DVD			
	英	韓	繁	簡	他	英	韓	繁	簡	他	英	韓	繁	簡	他	英	韓	中	他	英	韓	中	他	英	韓	中	他
北海道・北海道観光連盟	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○										○	○	○	○
石狩支庁	札幌市	○	○	○	○																						
	江別市					○																					
	千歳市	○	○	○	○	○	○	○			○								○					○	○	○	
	石狩市	○			○	○																					
	当別町																										
渡島支庁	函館市	○				○	○	○	○	○	○	○	○			○								○	○	○	
	福島町																										
	七飯町	○				○	○	○																			
檜山支庁	鹿部町					○	○																				
	厚沢部町	○																									
後志支庁	小樽市	○	○	○	○	○					○	○	○	○		○	○	○						○	○	○	
	二セコ町					○	○	○	○																		
	倶知安町	○		○		○		○			○		○														
	積丹町	○									○																
	仁木町	○	○																								
	余市町	○				○																					
空知支庁	赤平市	○																									
	三笠市	○		○																							
	滝川市	○				○					○																
	雨竜町					○																					
	北竜町																										
	沼田町							○																			
幌加内町																											
上川支庁	旭川市	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	士別市					○																					
	富良野市	○	○	○		○	○	○	○																		
	東神楽町					○	○	○																			
	上川町	○				○			○																		
	東川町	○				○			○																		
	美瑛町	○				○	○	○					○														
	上富良野町	○				○	○	○																			
留萌支庁	占冠村					○			○																		
宗谷支庁	増毛町																										
	稚内市					○	○	○	○	○																	
	猿払村								○	○																	
網走支庁	利尻富士町					○																					
	北見市																										
	網走市	○	○	○	○	○	○	○	○						○	○	○						○	○	○		
	紋別市					○		○	○																		
	美幌町	○																									
	津別町					○																					
	斜里町					○	○	○	○																		
	遠軽町																						○	○	○		
	上湧別町	○	○	○	○	○	○	○	○																		
	滝上町					○	○	○	○																		
西興部村	○																										
大空町	大空町																										
	室蘭市	○				○	○		○																		
	苫小牧市	○				○																					
	登別市	○	○	○	○	○	○	○	○		○					○	○	○					○	○	○		
	壮瞥町	○									○	○	○	○													
日高支庁	白老町	○	○	○	○	○	○	○	○							○	○	○					○	○	○		
	洞爺湖町	○				○	○		○																		
十勝支庁	浦河町	○																					○				
	帯広市		○					○	○																		
	音更町							○																			
	鹿追町					○		○																			
	新得町	○	○	○	○	○	○	○	○		○														○		
	更別村					○																					
釧路支庁	池田町					○	○	○																			
	釧路市	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○		○	○						○	○	○		
	厚岸町					○																					
	浜中町					○																					
根室支庁	弟子屈町	○				○	○	○	○																		
	根室市	○			○										○		○										
	標津町					○	○		○																		
羅臼町					○	○	○	○																			
合 計	36	14	14	12	5	44	26	28	25	5	12	6	8	5	0	5	4	4	2	4	3	3	0	11	11	10	2

<出典>北海道経済部観光のくにつくり推進局

#### 4 おもてなし意識の醸成と受入体制の充実

旭山動物園の全国的な人気が高まるにつれ、本市を訪れる観光客が近年大幅に増加してきたが、観光地としての市民や関係業界のおもてなしの意識や受入体制は、観光客を満足させるだけの水準に至っていないのが実情である。

今後も、「旭川に行ってみたい」、「旭川をまた訪れてみたい」と思ってもらえるような、観光客に心から満足してもらえるような、魅力ある観光地として育てていくためには、まちそのものの質を高めていくことが必要であり、少なくとも観光に携わる業界や関係団体は勿論、市民を含めてこのような意識を共有し、ホスピタリティの向上に向けて積極的にかつ集中的に取り組んでいくことが必要である。

#### 5 経済効果の地元への波及拡大

観光による地元への経済効果は、ホテルなどの宿泊関係や、バス、レンタカーなどの交通機関、食品、衣料、雑貨などのお土産・飲食業関係を中心に波及しているが、一方では経済波及効果試算の総合効果880億円という数値を、地元が享受しているという実感に乏しいのも実情である。

従って、食材や原料の域内調達、新たな観光サービスの提供など、観光に関わって地元の産業、企業が積極的に関わっていくという意識を強く持ち、これまで以上に地元への観光消費額を増加させる工夫と取り組みが必要である。

## 第4章 取り組み期間と目標値

### 1 取り組み期間

この方針の取り組み期間は平成20年度から24年度までの5年間とする。

### 2 目標値

#### (1) 観光入込客数

平成19年度	⇒	平成24年度	
733万人		750万人	2.3%増

〈設定の考え方〉

- ・観光客数の増加よりも地域経済への波及(収益性)を重視した観光客の質の向上にシフトすべき。  
平成15年度まで400万人前後  
平成16年度～425万人(8%増)  
平成17年度～564万人(33%増)  
平成18年度～697万人(24%増)  
平成19年度～733万人(5%増)と急増から微増の傾向。
- ・北海道観光全体でも今後はサミット効果が期待できる程度で急激な伸びは期待薄。
- ・現状(平成19年度)では、札幌1,378万人、小樽741万人に次ぐ3位だが、小樽を越える数値を目標とすべき。

#### (2) 宿泊延数

平成19年度	⇒	平成24年度	
124万泊		140万泊	12.9%増
(観光客宿泊延数 74.8万泊 →		90万泊	20.3%増)

〈設定の考え方〉

- ・地域経済の波及効果(収益性)の高い宿泊数の向上に重点的に取り組むべき。
- ・観光客宿泊延数の推移は  
平成15年度～67.1万泊(10.0%増)  
平成16年度～57.6万泊(14.1%減)、  
平成17年度～59.6万泊(3.5%増)  
平成18年度～69.7万泊(16.8%増)、  
平成19年度～74.8万泊(7.3%増)とここ3年間は順調に増加。
- ・シティホテル稼働率も平成15年度65%が平成19年度76%に増加。
- ・市内ホテルの建設計画が4件、収容キャパシティ約1千人。
- ・現状のホテル稼働率を維持しつつ、新設ホテル増加分を加味したうえで、滞在型へのさらなるシフトを図ることを目標とすべき。
- ・ただし、これまでの観光客宿泊延数は、各施設において観光客とビジネス客を目視により区別しているため、各施設の判断に委ねられ全市統一的な区別が困難になってい

る。また、道内他都市においても宿泊客総数を観光統計に用いていることなどから、本方針の目標値においては、観光客とビジネス客の区別をせずに宿泊客の総延数とし、観光客宿泊延数で目標とする16万泊の増加分を加えた数字を本目標値とする。

### (3)外国人宿泊延べ数

平成19年度	⇒	平成24年度
40,427泊		70,000泊 73.2%増

〈設定の考え方〉

- ・外国人宿泊数の推移は  
平成16年度～15,749泊(13.2%増)  
平成17年度～24,179泊(53.5%増)  
平成18年度～28,893泊(19.5%増)  
平成19年度～40,427泊(39.9%増)と16年度以降急増。
- ・北海道全体でも16～19年度までの年間平均伸び率は16%と高い伸び率。
- ・北海道の目標値(来道外国人の実数)は、平成24年度110万人で現状値(平成19年度71万人)の55%増。
- ・シンガポールや香港、オーストラリア等の北海道人気の定着や中国富裕層などVJCとあわせて増加要素多数。
- ・国内観光客の減少が予想される中、外国人観光客に対する期待は今後さらに増加するため、高い目標値を設定すべき。

### (4)コンベンション参加人数

平成19年度	⇒	平成24年度
235,190人		250,000人 6.4%増

〈設定の考え方〉

- ・コンベンションの参加人数の推移は  
平成15年度～247,320人  
平成16年度～248,326人  
平成17年度～205,841人  
平成18年度～220,442人  
平成19年度～235,190人と推移している。
- ・コンベンションの開催場所が、近年の傾向から首都圏や大都市圏に集中してきており、地方での開催が敬遠される状況。
- ・夏期間の市内宿泊場所について、「旭山動物園効果」の一般観光客による高稼働のため、コンベンション参加者の宿泊場所確保が困難。
- ・1千名以下程度の中小規模コンベンションなどをターゲットとし、オフシーズンの開催を働きかけていくことで、現状から少しでも増加させることを目標とすべき。

## 第5章 重点的施策

今後の5年間においては、地域の強みとチャンスを最大限に活かし、地域の弱みと今後の脅威を克服することが重要であり、その意味では依然として人気の高い旭山動物園を核にしなが、他の特徴ある地域資源を戦略的に国内外にPRするとともに、質の高い観光地として受入体制を強化し、地元への経済効果を高めるような施策を重点的に取り組み、より一層の滞在型観光を推進する。

取り組みに当たっては、国土交通省の「観光圏整備事業」や経済産業省の「広域観光サービス支援事業」など、国、道の諸施策を活用し、効率的な財源確保と事業執行に努める。

### 1 冬の魅力を活かした観光・コンベンション誘致の推進

「わが国の最低気温マイナス41度を記録したまち」、「年間降雪日数が最も多いまち」、「ギネスブックに認定された世界最大級の雪像を誇る冬まつりのあるまち」、「新雪のパウダースノーでウィンタースポーツやスノーモービルなど雪との遊びが楽しめるまち」、「きらきらと輝くダイヤモンドダスト」、「睫毛も凍る外の寒さと半袖姿でビールを楽しむ暖かな住まいの対照的な暮らしを体験できるまち」など、冬の旭山動物園とこのような様々な体験や遊びを組み合わせ、冬の暮らしそのものを楽しんでもらう滞在型・参加型ツーリズムや、教育旅行誘致を積極的に推進していく。

また、冬のメインイベントである冬まつりについては、会期中のシティホテルの稼働率は100%近い実績があり、効果的なツアー商品となっているが、5日間という短期間であることから、イベントのロングラン化や夜の魅力づくりなど、より一層滞在型の観光資源となるような取り組みを進めていく。

海外の観光客誘致についても、オーストラリア、イギリス、韓国のスキー客誘致に取り組むとともに、雪や寒さなどに魅力を感じている台湾、香港、シンガポール、中国南部(上海など)に対しても積極的な誘致活動を展開していく。

コンベンション誘致については、主催者側の意向として冬の開催需要が少ないのが実情であるが、冬期間は宿泊施設の確保が夏季に比べて比較的容易であることから、冬季開催の誘致活動を強化していくことで、冬期間の市内全体の宿泊率を高めしていく。

### 2 地域ツーリズムの推進

わが国社会の成熟化とともに旅行形態も、周遊・見物型の旅から体験・交流型の旅へと市場も変化しつつある。このような中では、従来の旅行会社による画一型の旅行商品から、各地域が持つ地域資源を活用して受入側(着地側)主導で旅行商品設計するものへとシフトし始めており、本市においても時代のニーズにあった地域ツーリズムをより一層推進していく。

特に団塊の世代の旅行需要は大きく、健康への関心や歴史・文化・芸術など学びや鑑賞へのこだわりが強い世代であるとも言われており、これらの世代も含めて、様々なニーズに応えられるようなメニューづくりに取り組んでいく。

## (1)産業・文化ツーリズム

本市は日本の家具五大産地のひとつであり、国際家具デザインフェアを開催するなど国内外に販路を持つ高級家具産地である。また、建具や木工クラフトなども優れた技術と製品開発が進んでおり、これらの工場やショールーム、クラフト製作体験工房などは重要な観光資源として活用できる。

また、古くから北の灘、酒の都と呼ばれ、大雪山連峰の伏流水による良質の水と、寒冷気候による雑菌の少ないきれいな空気が、絶品の地酒を生んでおり、「男山」、「高砂」、「大雪の蔵」は資料館や工場見学、試飲など優れた資源であるし、その他、製紙工場やハム製造工場での体験型の素材なども組み合わせたメニューを提案していく。

文化・芸術においては、作家三浦綾子をはじめとして旭川に縁の多くの文学者、芸術家があり、文学館や彫刻美術館、縁の碑、市内に点在する彫刻群、また北海道の自然をモチーフとした優佳良織を中心とした北海道伝統美術工芸村、大雪山連峰と市内が一望できる嵐山に窯元が集積した陶芸の里など、織体験や工芸製作体験を含めて、心豊かな時を過ごせる素材でありアートツーリズムとして提案していく。

また、世界無形文化遺産に登録が決定された「アイヌ古式舞踊」も今後期待できる地域の文化資源である。

さらに旭山動物園は、国内外からの評価が高く今や本市を代表する地域資源として、観光誘致には欠かせない存在である。現在も取り組んでいる夜間開園は、生き生きとした動物の生態を見ることができ、多くの来園者が待ち望む貴重な活動であり、今後、期間の延長など夜の魅力を一層充実することができれば、滞在型観光を推進する上で大きな力になることは確実である。

## (2)健康・医療ツーリズム

本市は国内でも医療集積が高く、世界最高水準の研究に取り組む旭川医科大学があるなど、以前から「健康と保養のまち」として取り組んできたものであり、この優位性を基盤にして、昨今の健康志向、健康や保険に関する法律化と制度改正などを背景に、2千万人とも言われるメタボリック症候群患者、また海外の1千万人の富裕層などをターゲットにした、健康ツーリズムを推進する。

特に、旭川医科大学の教授と学生によって設立した旅行企画会社「こころとからだ総合研究所」は、医師が関与しプロデュースする、専門医による健康に良いというお墨付きがあるという点で、他地域の健康ツーリズムとは差別化を図ることができる大きな優位性がある。

これまでも、首都圏の小学生を対象に春休みを活用した「脳育と食育ツアー」や、台湾、韓国の旅行代理店トップが富裕層向けの健康ツアーを企画するために本地域を視察するなど、今後もこれらの優位性を活かし、他地域の健康NPO法人などとも連携をしながら、都市観光を組み合わせた効果的な取り組みを進めていく。

### (3) 障害者・高齢者対応ツーリズム

国土交通省は国内の旅行需要が減少傾向にあることを踏まえ、障害者や高齢者が旅行しやすい環境整備やユニバーサル対応などを促進するなど、旅行需要を喚起するための方策を調査検討しており、平成19年度国土交通省から本市、神戸、沖縄の3地域がその先進的な取り組みが評価され、調査地域に指定された実績もある。

本市においては、冬に国内外の障害者を対象としたトライアルツアーを実施し、雪の中のスポーツや遊び体験、上り下りの多い雪道での旭山動物園での車椅子見学などをメニューとするなど、冬という悪条件の中で成功すれば通年での受入が可能であろうとの試験的取り組みであったが、いくつかの課題を残しながらも、地元受入組織の自信にもつながるなど一定の成果を挙げている。

旭川に來れば障害をもった方も、高齢の方も楽しく旅行ができる、ユニバーサルな観光地として国内外に情報発信するような取り組みを推進する。

これらに加え、本市の地域資源としての強みは「自然・景観」と「食」である。明瞭な四季、日本最大規模の大雪山国立公園の懐にあり、雄大な大雪山連峰を間近に眺望できる多くのビューポイント、嵐山、北邦野草園、神居古潭(日本地質百選)、常磐公園(日本の都市公園百選)、神楽岡公園、外国樹種見本林、プラタナス並木通り、就実の丘など、都市でありながら点在する多くの自然や魅力ある景観は一級の資源であり、サイクリングロードを活用し自然景観をめぐるツーリズムは格別である。

国内有数の農業地帯から収穫される農産物は、新鮮でしかも一日の寒暖差15度が生み出す抜群の甘みを持っており、また、本市には国内でもトップクラスの取扱高を誇る民間の地方卸売市場があり、日本海、太平洋、オホーツク海の海産物の大集積地であることから、内陸の都市でありながらも新鮮で豊富な海の幸が味わえるのは大きな強みである。このような優位な食資源の魅力を経済界は勿論、全市をあげて各ホームページなどで情報発信することも重要である。

そのほか旭川ラーメン、江丹別そば、地酒、地ビール、ジンギスカン、旭川スイーツなども魅力ある素材である。

また、北海道第2の歓楽街「さんろく」は、賑やかな夜の時間を過ごすことができ「ナイトツアー」につながる、滞在型観光の重要な資源である。

これらの資源を「産業・文化」、「健康・医療」、「障害者・高齢者」のツーリズムと融合させながら、魅力ある地域ツーリズムを推進していくとともに、地元からこれらを旅行商品として企画し販売することも必要であり、観光協会などが第3種旅行者(※)の資格を取得し、観光ボランティアをツアー案内人として活用する等、発地側の大手旅行代理店との連携はもとより、地元着地側からも積極的な取り組みを進める。

#### ※第3種旅行者

旅行代理店には観光庁長官登録が必要な第1種、都道府県知事の登録が必要な第2種、第3種及び旅行者代理業者がある。区分として、第1種は国内・海外のパッケージツアー(募集型企画旅行)の手配・取扱が可能、第2種においては国内のみのパッケージツアーの手配・取扱が可能、第3種に関しては手配のみの取扱が可能であったが、一定の条件下でパッケージツアーを実施できるようにするための改正が行われ、第3種旅行業務の範囲が広がった。

### 3 教育旅行誘致の推進

体験学習を主体とした教育旅行は、一定の規模や継続性を確保できること、また近い将来社会人になったときのリピーターになることが期待できることなど、一般観光客の誘致とは違った有効な客層である。

このような視点から、これまでも道内では札幌圏を中心に小・中学校、道外では九州、首都圏などの高校を対象に誘致活動に取り組んでいるが、決定までに期間を要することや、現状の修学旅行先コースを変更することへの学校側の抵抗感などがあることも事実であり、今後も大手旅行代理店の全国ネットワークと連携するなど、ターゲットを絞り込みながら効率的な取り組みを進めていく。

また、学校側の多くが農業体験、農家民泊を希望しており、農業関連団体や農業者との連携を図ることも重要であるし、本市には、旭山動物園、旭川市科学館の教育体験のほか、木工クラフト、陶芸、優佳良織などの製作体験もあり、これらを組み合わせたメニューを積極的に提案していく。

さらには、旭川医科大学学生などで設立した旅行企画会社と連携し、脳育と食育をテーマとした教育旅行の誘致や、中国上海など海外にも誘致活動を広げていく。

### 4 外国人観光客の誘致と受入体制の整備促進

#### (1) 誘致活動

本市にとって外国人観光客は、冬などの閑散期の宿泊を補完する上でも、大変重要な意味を持っており、今後も対象国別に誘致戦略を構築することや、観光誘致と経済交流との一体的な取り組みを含めて効果的・効率的な誘致活動を展開していく。

##### ア 韓国

旭川空港で唯一の国際定期便として旭川・ソウル間が平成18年に就航しており、路線の維持拡大のためにも誘致活動は重要である。

韓国で人気がある夏はゴルフ、冬はスキーをメインテーマにPRしているが、最近旭山動物園の活動が、韓国経済界のビジネスモデルとしてブームとなっており、経済団体が「旭山動物園のデザイン経営」という本も出版するなど、本市にとって良い環境が生まれてきていることから、今後も一般観光客はもとより、企業研修などのインセンティブ・ツアーや教育旅行などをターゲットにした誘致活動に取り組む。

##### イ 台湾

中台関係が進展したことにより、台湾から日本への旅行需要が減少することも心配されているが、このような時だからこそ継続的な誘致活動をすることが必要である。旭川空港の国際チャーター便の中で最も多いのが台湾便であり、近い将来の定期便就航を実現するためにも、トップセールスも含めて積極的な取り組みを進める。

また、国際運転免許解禁や台湾政府が旭山動物園を高く評価していることなど、それらの利点を活かした誘致活動を展開していく。

## ウ 香港

本市に宿泊する外国人観光客の中では最も多く、またリピーター率が76%ときわめて高く、根強い日本人気が続いている。傾向としては他国の文化や歴史には興味が薄く、日本製品のショッピングが最大の関心事である。また、雪への憧れが強く「雪の村」での遊び体験が好評であるなど、このような傾向なども踏まえながら、継続的な誘致活動に取り組む。

## エ 中国

北海道全体でも中国からの観光入込みはまだ低調であるが、上海などの都市部は市民所得が大幅に上昇し、海外旅行需要も富裕層だけでなく中間層にも拡大してきていることから市場性も高く、また北海道の安全な農水産物がブランドとして評価されていることなど、本市の観光と物産を一体的にPRしながら、一般観光客や修学旅行などを積極的に誘致する。

## オ シンガポール

シンガポールからの観光客宿泊数は、他国と比較しても大幅に増加しており、海外市場としては今後も期待できる。また、シンガポール在住の旭川観光大使の積極的な活動により、旭山動物園とシンガポール動物園の交流や、文化・経済交流にも広がりができつつあることから、トップセールスも含めた積極的な取り組みを展開する。

## カ マレーシア・タイ

マレーシアについては、生活水準が向上し、富裕層も増加していることに加え、マレーシアの航空会社(エア・アジアX)が今後5年間で新千歳空港も含め日本国内への路線開設を検討するなど、今後の動きに注目する必要がある、シンガポールの誘致活動にあわせて取り組むこととする。

タイについては、市場としての不透明な部分もあり、マレーシア同様に当面はシンガポールの誘致活動にあわせて取り組むこととする。

## キ オーストラリア・イギリス

これまでも富良野や京都と連携し誘致活動に取り組んできたが、両国は、海外スキー旅行人口が多く、長期の休暇旅行であることから市場性も高く、特に雪質やコースの優れた本地域のスキー場や山岳スキーは評価が高い。

また、スキーだけでなく都市観光や繁華街での飲食などを通じた人との交流などができることも魅力である。さらに、ツアーをコーディネートすることをビジネスとした企業も設立され、本市も連携しながらツアー誘致に期待できるなど、今後も冬季観光客拡大のためにも積極的な取り組みを進める。

## ク ロシア

昨年、友好都市ユジノサハリンスクとの交流の中で観光PRも実施したが、市場としては不透明なのが実情であったが、北海道がサハリン州との協力関係を深める動きがあることや、北北海道地域として広域観光に取り組んでいる稚内市がサハリン州との交流に積極的なことから、今後とも一定程度の観光客が来道することが見込まれ、本市を観光コースとして組み込む等の取り組みは引き続き進め

ていく必要がある。

また、富裕層の多いモスクワなどをターゲットにする等、今後の成長市場として調査研究もあわせて行っていく必要がある。

## (2) 受入体制の整備

外国人観光客が安心して旅を楽しむことができるよう、道路や観光スポット、施設案内、ホテル・飲食店、土産店、観光情報センターなどでの外国語対応を進め、併せて関係業界の従業員や観光ボランティアの研修、また通訳案内士の育成にも取り組む。

## 5 フィルムコミッションの推進

地域のイメージや知名度が向上し、観光客の増加が見込めるほか、スタッフなど関係者が長期滞在するロケーションによる直接的な経済効果など、地域活性化の効果が注目されており、最近では、全国各地が映画やTVドラマなどのロケ誘致が盛んになっている。

本市においては、旭山動物園や旭川を舞台にした映画やTVドラマ、CMなどの誘致に数多くの実績を残しており、広告宣伝費を使わずに旭川の知名度を高め、かつ相当な経済効果を生んでいることから、今後も継続してトップセールスを含めて積極的な誘致活動と受け入れ体制の確保に取り組む。

## 6 魅力あるイベントの創出

観光客を呼び込むための即効性のある取り組みの一つがイベントである。イベントは、各地域における伝統的なまつりをはじめ、全市的な観光イベント、音楽やスポーツなどをテーマにしたイベントなどその種類も内容も様々であるが、いずれもその趣旨や目的に賛同する企業や団体・個人が実行委員会形式で主体的に行っているものである。引き続き、実行委員会等の主体的な取り組みを行政が側面的に支援しながら、魅力あるイベントの創出を図っていく。

特に観光客の落ち込む冬季については、イベントの開催が最大の観光旅行商品となることから、冬季イベントのロングラン開催や周辺地域とのイベントの連携を進め、イベントによる冬季観光の振興を図っていく。

また、中心市街地においては、賑わいづくりを促進する上でも毎週何らかのイベントが行われていることが望ましいことから、一定期間継続的にイベントを開催する取り組みを進めていくことも必要である。

## 7 滞在型に繋がる受入体制(おもてなし)の充実と経済効果の地元波及拡大

### (1) 観光情報センターと各観光スポットとの連携と案内機能の充実

#### ア ネットワーク化

JR旭川駅の情報センターを核として、旭川空港、旭山動物園、平和通買物公園(旭川屋)の各情報センター及び各観光スポットなどとのネットワークにより、

観光客が立ち寄る場所すべてが案内機能を有し、サービスが提供できるような取り組みを進める。

#### イ 総合観光情報センター

平成22年のJR旭川駅新設にあわせ、観光案内、バス案内、宿泊案内、レンタサイクル、手荷物預かりなど総合観光情報センターとしての中核機能をさらに充実していく。

### (2)観光関連事業者、従業員、観光ボランティア等の資質向上

観光客に少しでも気持ち良く、満足してもらうためには、タクシー、ホテル、飲食店など観光関連事業に従事する人々の心のこもった言動が最も大切であり、経営者や従業員の徹底した意識改革を促進するための研修などに取り組むとともに、観光ボランティアなど観光案内の最前線で活動する方々の教育研修にも積極的に取り組む。

### (3)観光検定制度の確立を通じたおもてなし意識の醸成

観光関連事業者や市民など、地域全体が観光地としての認識を強く持ち、様々な場面で地域をPRできる資質を持つためには、相応の知識を有することが必要であり、そのことによって自信を持って観光客に声をかけたり、問いかけられたときに応えることができるようになる。

そのため、本市を中心に大雪圏域を含めた「旭川・大雪観光文化検定」を官民一体となって創設し、単に試験を実施するだけではなく、関連業界の従業員教育や、合格者の雇用や優遇に繋がるような仕組み、また合格者を有する企業の優先的紹介や学校教育への導入など、付加価値の高い検定の仕組みづくりを強力的に推進する。

### (4)地元産品や土産品を販売する物産市場の民間による開設

国内外の観光客、特に旭山動物園の入園者を中心部へ誘導し、観光客の地元消費を拡大させるためのスポットとして、買物公園～JR旭川新駅～北彩都のルートづくりの核として、また市民の地産地消の場として、新駅周辺に地元産品や土産品などを販売する市場のような施設を開設する。

開設に当たっては民間が主体となり、単なる販売施設ではなく、対面市場のようなコミュニケーションを楽しんだり、その場で調理し食べることができるような、集客性の高い演出とふさわしい場所の選定に留意していく。

### (5)観光事業者との連携による地元産品を活用したメニューや土産品の開発

地域の魅力を観光客に伝え、かつ地元への経済効果を高めるには、地元の素材を徹底的に活用することが重要であり、その意味でも宿泊施設での食事や飲食店でのメニューに地元食材の活用や、地元の素材や技術を活用した土産品を開発するなど、観光事業者が連携しながら積極的に展開していく。

#### (6) 宿泊施設間の連携システムの確立による宿泊者流出への歯止め

本市での宿泊者を拡大していくためには、受け入れる宿泊施設間の一体的な協力関係の構築が必要であり、宿泊予約の連携システムや、主要ホテルなどが共同で旭川宿泊ツアーを提案するなど、観光客の宿泊機会が札幌など他地域へ流出することのないよう、効率的な取り組みを進める。

#### (7) さんろく街の魅力アップと宿泊施設との連携によるサービスの充実

滞在につなぐ重要な要素の一つが、食事など夜を楽しく過ごせるメニューを提案することであり、さんろく街などの繁華街が主役となって魅力あるイベントを開催したり、様々な観光客の需要に応じた飲食コースを設定するなど、宿泊施設と連携したサービスの充実に積極的に取り組む。

#### (8) 地域クーポンシステムの確立によるサービスの充実

観光客に本市観光を楽しんでいただき、地元での消費拡大につながり、かつ滞在時間をより長くするための一つの取り組みとして、市内の飲食店や土産品店、観光スポット入場料、タクシー、バスなどに利用できる地域クーポン制度を確立する。

#### (9) 交通関係事業者による観光バス・観光タクシーなど2次交通の充実

個人や小グループの旅行が増えている中で、観光客にとっては現地に着いた後の2次交通手段が充実していることが大変重要であり、関係業界にとってもビジネスチャンスであることから、観光バス、観光タクシー、レンタカー、レンタサイクルなど、関係業界の積極的な取り組みを促進する。

また、JR旭川新駅の供用開始にあわせて、駅前広場におけるバスセンター機能整備や、観光バス駐車スペースの確保などに取り組む。

#### (10) 中心市街地の賑わいづくり

市内中心部にはホテルや飲食店、物販店の集積が高く、多くの観光客が訪れるような一年を通じたイベントによる賑わいとサービスの充実が求められていることや、買物公園～JR旭川新駅～北彩都地区の回遊性を高めるための工夫など、中心市街地そのものが観光スポットになるような取り組みを推進する。

### 8 ICT(情報通信技術)を活用した効果的な戦略への取り組み

観光者、観光資源、業界、行政など、観光を構成するそれぞれの立場で必要とする情報や手段を、効果的に結びつけることが必要であり、そのためにICTの活用は重要である。

ウェブサイト、携帯電話、カーナビゲーション、iPODなどを有効に活用し、国内外の観光客が分かりやすく簡単に情報を入手でき、また案内や誘導、移動などがスムーズになるような取り組みを、ICT関係機関と連携しながら積極的に推進する。

## 第6章 各機関の役割分担とオール旭川による推進体制の確立

本市が質の高い観光地として今後も発展していくためには、市、商工会議所、観光協会、あさひかわ観光誘致宣伝協議会、旭川コンベンションビューローなどの関係機関が役割分担しながら、業界、市民と一体となったオール旭川体制で取り組むことが求められている。

そのためには、行政は総合的な調整や計画づくり、財政支援や広域連携などの役割を担いながら、各機関は自立した組織として自主財源や人材を確保することなど、組織強化に向けた取り組みも必要である。

### 1 誘致活動の連携

国内はもとより海外の誘致活動にあたっては、官民一体となった組織が必要であり、今後も「あさひかわ観光誘致宣伝協議会」が中心となって推進していくが、併せて活動財源の確保が必要であり、道や国などの制度資金をこれまで以上に活用するとともに、受益者としての民間事業者からの負担も拡充していくことが望まれる。

また、誘致活動の重点の一つとなる地域ツーリズムの取り組みとして、第3種旅行業者の資格を取得し、地元から旅行商品を企画・販売、受け入れる事業については観光協会が中心となり、関係業界と連携しながら実施していく。

特に、海外については観光と経済交流を一体的に取り組むことが効果的であるため、経済界である商工会議所の役割は重要である。

また、コンベンション誘致やフィルムコミッションについては、コンベンションビューローが中心となり、トップセールスも含めてその役割を担っていく。

### 2 受入体制の連携

観光客の満足度を高めるための最重点課題が、受入体制の充実とサービスの向上であり、地元への経済効果を拡大する大きなビジネスチャンスでもある。

そのため、観光情報センターの運営、観光ボランティアの育成、様々な観光サービス事業の展開などは観光協会が主体となり、一方、地場の素材や技術、経営資源を活かした事業や、経済界の雇用にも波及する観光検定事業については商工会議所が主体となり、また、旭川を代表するイベントの運営については、できる限り各実行委員会が主体的になるなど、それぞれの機関と連携しながらその役割を担っていくことが必要である。

### 3 広域連携

魅力ある滞在型の観光圏域を形成するためには、本市のみならず近隣などとの広域連携が必要不可欠であり、これまでも3市3町で構成する「あさひかわ観光誘致宣伝協議会(事務局～旭川市)」，1市8町で構成する「大雪山国立公園観光連盟(事務局～旭川市)」，22市町村で構成する「上川地方観光連盟(事務局～上川支庁)」において広域連携に取り組んでいる。

今後も目的に応じてこれらの機関を活用するとともに、国が進める「観光圏域整

備法」を活かした観光圏域を設定し，新たな広域協議会を設立することも視野に入れながら，形式にとらわれない実効性のある広域連携に取り組んでいく。

## 第7章 推進計画

第5章・第6章を踏まえて、個別事業を別表のとおり推進する。