

旭川観光基本方針

平成31年（2019年）3月

旭川市

目 次

第1章 策定の趣旨・目的	1
第2章 現状の分析	2
1 国の動向	
2 北海道の動向	
3 本市の動向	
4 本市のSWOT分析	
第3章 主要な地域資源	10
1 大雪山の恵み	
2 食材の集積	
3 世界最高水準の雪質	
4 観光の拠点機能	
第4章 観光振興に向けた課題	12
1 通年型・滞在型観光の推進	
2 広域観光の推進	
3 受入体制の整備	
4 消費拡大の仕組みづくり	
第5章 施策の方向性	14
1 着地型・体験型の観光コンテンツ拡充	
2 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備	
3 航空路線誘致と連動した観光プロモーション推進	
4 広域連携の体制強化	
5 都市型スノーリゾートの確立	
第6章 推進について	26
1 人材育成と体制づくり	
2 マーケティングの実施・活用	
3 情報発信の強化・充実	
4 財源の確保	
5 進捗管理	
分析資料 旧方針の進捗状況	28

第1章 策定の趣旨・目的

本格的な人口減少、少子高齢化の急速な進展などの影響により、日本社会はあらゆる面で大きな変革期を迎えています。こうした状況の中、本市においても、まちの活力の源となる人口の減少を抑えるとともに、地域経済の活力を高め、国内外の多くの人々を惹き付ける魅力あるまちづくりをより一層進めていく必要があります。

観光は、サービス業のみならず、農林水産業、商工業など関連産業の裾野が広く、経済波及効果が大きい産業です。観光振興による交流人口の拡大が、新たな需要創出と雇用拡大などにつながり、地域全体に大きな経済発展をもたらす原動力になり得るものと期待されます。

さらに、様々な観光振興の取組を通じて、まちに住む人々が自らの地域の魅力を見つめ直し、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを進めることは、郷土意識を高め、持続可能で発展的な地域社会を築き上げていくことにもつながります。

このため本市では、「食べる・楽しむ・滞在できる・観光のまちづくり」をテーマとして、2013年度に旭川観光基本方針（以下「旧方針」という。）を策定し、観光を地域産業発展の重要な柱と位置付け、5年間の推進期間において関係施策を展開してきました。

推進期間中には、訪日外国人観光客の急増や日本版DMOの設立など、観光を取り巻く環境は目まぐるしく変化しました。特に近年は、それぞれの地域に根差した暮らし・文化に触れることを求める個人旅行者等が増加するなど、観光のニーズは多様化しています。

新たに策定する旭川観光基本方針（以下「本方針」という。）は、こうした背景を踏まえ、観光関係事業者、団体、市民、行政などの関係者が、相互に特性や役割を認識し、尊重し合いながら、地域経済の持続的発展と活力ある地域社会づくりの実現を目指して、総合的かつ計画的に観光施策を推進するための指針として、策定するものです。

第2章 現状の分析

旭川市は、北海道のほぼ中央の上川盆地に位置し、大雪山に抱かれた雄大な自然と、交通の要衝として発展してきた都市機能が調和したまちです。食料品製造業、家具装備品製造業、機械金属関連製造業などの多くの産業が集積するほか、四季の変化が明瞭で、この地域ならではの自然・食・文化など多くの魅力が育まれています。

旧方針の推進期間においては、こうした優位性を生かしながら、通過型観光の傾向を滞在型観光へ転換させることを本市観光の最大の課題と位置付けて、各施策を推進してきました。この間、観光入込客数は横ばい傾向にある中、宿泊延数は増加しており、施策の成果が現れてきているものと考えられます。

訪日外国人観光客の増加を踏まえた海外観光プロモーションについては、高い来訪実績があるアジア圏の国・地域を主な対象として実施してきました。これらの国・地域では訪日旅行の普及率が高まっており、リピーターの増加や個人旅行化の進展とともに、より特別な行き先や体験などを求める傾向があります。一方で、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催決定等を契機として、欧米圏からの訪日需要は堅調に増加しており、国としても積極的に需要を取り込むべき市場と位置付けています。このように、状況は常に変化し続けており、本市の観光振興は新たな局面を迎えています。

こうした現状の下、持続的な観光振興を図っていくに当たっては、旧方針の推進期間における経過や、観光を取り巻く最新の動向等を踏まえながら、より具体的で効果の高い施策を推進していく必要があります。

[旧方針の進捗状況]

成果指標	目標値	実績値 (H29年度)	達成度
観光入込客数	6,000,000 人	5,357,000 人	89.3%
宿泊延数 (うち観光客)	1,700,000 泊 (1,000,000 泊)	1,795,014 泊 (935,600 泊)	105.6% (93.6%)
外国人宿泊延数	200,000 泊	205,764 泊	102.9%
コンベンション参加人数	250,000 人	241,521 人	96.6%

※詳細については「分析資料 旧方針の進捗状況」(28 ページ～) 参照

1 国の動向

人口減少・少子高齢化が進展する中、観光は交流人口の拡大により地域経済の維持・発展が期待できることから、国では、成長戦略と地方創生の大きな柱として位置付け、観光を基幹産業へと成長させ、「観光先進国」を目指すこととしています。

また、観光産業の裾野は広く、大きな経済波及効果を持った総合産業として、潜在能力の大きさに期待が寄せられています。

訪日外国人観光客数について、2011年には東日本大震災の影響により大幅な減少となりましたが、その後は増加を続け、2016年には、震災後の2012年の836万人から約3倍の2,404万人に拡大しました。これに伴い、訪日外国人観光客による日本国内での消費額も急速に拡大し、2016年の訪日外国人旅行消費額は、2012年の1兆846億円から約3.5倍の3兆7,476億円となりました。

こうした観光を巡る情勢変化を踏まえ、国は、2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、2020年に訪日外国人観光客数を4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円、更に2030年にそれぞれ6,000万人、15兆円とする目標を掲げるとともに、2012年3月に策定した「観光立国推進基本計画」を見直し、2017年3月に新たに「観光立国推進基本計画 ～『世界が訪れたい日本』を目指して～」を策定し、①国民経済の発展 ②国民相互理解の増進 ③国民生活の安定向上 ④災害、事故等のリスクへの備え 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、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。

また、多様化する宿泊ニーズに対応して普及が進む民泊サービスについては、その適正な運営を図るため、事業を実施する場合のルールを定めた「住宅宿泊事業法（民泊新法）」が2017年に成立し、2018年6月から施行されています。

2 北海道の動向

北海道には、豊かな自然環境、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。

国内旅行市場が縮小傾向となる中で、観光客の拡大を図っていくためには、観光客の多様なニーズに対応しながら、地域のブランド力の向上を図っていくことや、「観光地経営」の視点に立って、観光に直接携わる事業者だけでなく、農林水産業や商工業などの多様な関係者が一体となり観光地域づくりを進め、観光消費の拡大による地域経済の活性化を図っていくことが求められています。そのため、道内においても、そうしたかじ取り役を担う日本版DMO法人として(公社)北海道観光振興機構を始め複数団体が、それぞれ観光庁から登録を受けています。

また、北海道は、(公社)北海道観光振興機構と連名で、Wi-Fi環境整備の促進を目的とした通信会社との連携協定、観光情報の発信を目的としたメディアとの連携協定、DMOの形成・確立などにより地域の「稼ぐ力」を引き出すことを目的とした金融機関との連携協定をそれぞれ締結し、観光振興に向けた取組を推進しています。

訪日外国人観光客数は、東日本大震災の影響により2011年度に一時的に落ち込みましたが、2012年度以降は増加に転じ、旅行需要に影響を及ぼす為替レートが円安傾向で推移していることや、道内と海外の国や地域を結ぶ直行便の新規就航や増便などにより増加を続け、2017年度には2012年度の79万人から約3.5倍の279万人に拡大しました。

こうした外国人観光客の増加をビジネスチャンスとして捉え、海外需要を獲得していくため、北海道では、オール北海道での取組の考え方や方向性等を示した「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を2017年2月に策定し、外国人観光客数500万人という目標を掲げ、広く「稼ぐ観光」という意識の醸成を図るとともに、国際的に質や満足度の高い観光地づくりに取り組み、「世界が憧れる観光地・北海道」を目指していくこととしています。

3 本市の動向

(1) 日本版DMOの設立

観光地域づくりのかじ取り役を担う法人である「日本版DMO」の制度が創設されたことに伴い、国内各地域において、観光振興にマーケティング・マネジメント手法（市場活動・販売戦略・経営管理等）を取り入れ、観光による地域の「稼ぐ力」を高める仕組みづくりが行われています。本市では、2017年10月に、本市を含む1市7町をマネジメントエリアとする「一般社団法人大雪カムイミンタラDMO」（以下「大雪DMO」という。）が設立されました。

大雪DMOは、基本戦略として「食×健康・保養×歴史・文化×四季の自然を組み合わせ何回来ても楽しめる地域づくり」、「商品、サービスの高付加価値化による稼ぐ地域づくり」、「多様なニーズに対応した都市型スノーリゾート地域の構築」の3点を掲げ、外国人対応、観光事業者間連携、人材育成などの体制づくりを一体的に推進しています。

(2) 広域観光周遊ルートへの参画

国は、訪日外国人観光客の地方誘客に資するテーマやストーリー性を持った周遊ルートづくりを目指した「広域観光周遊ルート形成促進事業」を推進しています。北海道においては、2015年度に「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」、2016年度に「日本のでっぺん。きた北海道ルート」の2つのルートが認定されており、認定期間の5年間で、地域の観光資源を生かした滞在コンテンツ（商品・メニュー）造成、ターゲット市場へのプロモーションなど、周遊促進に向けた取組が実施されています。本市は空の玄関口である旭川空港を有していることなどを踏まえ、これらの両方のルートに参画しています。

(3) 北海道内7空港の一括民間委託と空港機能強化

国は、2020年度からの北海道内7空港の一括民間委託等を通じて、新千歳空港や札幌圏に集中している観光客の広域的な分散を図ることとしています。

また、旭川空港は、外国人観光客の増加に伴い施設が手狭になってきたことなどから、利用者の利便性・快適性向上のため2018年度に国際線ターミナルを新設し、観光客の受入体制を強化しました。

(4) 北海道胆振東部地震の発生

2018年9月に、「平成30年北海道胆振東部地震」が発生し、道内全域にわたる大規模停電が生じたことなどにより、多くの地域に影響がありました。地震発生の翌週までにはインフラ（交通・水道・電気等）が復旧しており、本市を含む大半の観光地が平常どおり観光客の受入れが可能となっていたものの、災害に伴う宿泊キャンセル等が相次いだことから、観光分野にも大きな損失が生じました。

北海道に来訪する外国人観光客の7割以上を中国、台湾、韓国等の東アジア圏が占めている中、災害に関する報道等によって、こうした国・地域からの一部の旅行者離れが懸念されており、観光需要の回復を目的とした各施策の効果に期待が寄せられています。

4 本市のSWOT分析

本市観光を取り巻く状況を環境と効果の面で整理し、強み (Strengths), 弱み (Weaknesses), 機会 (Opportunity), 脅威 (Threat) として分析します。

	好影響	悪影響
内部環境	<p>[強み]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大雪山国立公園 ・新鮮かつ豊富な食材の集積 ・世界最高水準のパウダースノー ・北海道の交通結節点, 旭川空港によるアクセス利便性 ・高い知名度を誇る旭山動物園 ・上川アイヌ文化の伝承 	<p>[弱み]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光資源の季節的偏在 ・着地型コンテンツの不足 ・観光人材(外国語ガイド等)の不足 ・海外市場における認知度不足 ・二次交通の未発達 ・団体(大人数)の受入施設不足
外部環境	<p>[機会]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の個人旅行化進展 ・体験型観光の需要増 ・日本の食への関心の高まり ・新千歳空港の混雑化とLCCの就航拡大 ・ビザ発給要件の緩和 ・円安進展 	<p>[脅威]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少・少子高齢化による国内市場縮小 ・事故・自然災害等による風評被害 ・観光需要獲得の地域間競争激化 ・気候変動等に伴う観光資源の変質 ・感染症等の発生 ・円高進展

◆強み

大雪山の恵みによる自然や食，知名度の高い旭山動物園，特色ある上川アイヌ文化など，多くの観光資源が集積しています。なお，厳冬期のパウダースノーは，特に欧米豪市場を中心としたスキー客等に訴求する可能性があります。

これらに加えて，空の玄関口として旭川空港が存在するとともに，道内各地へのアクセス利便性が高い環境は，本市の大きな優位性です。

◆弱み

本市及び近郊地域は，自然や四季を体感できる花や雪などが人気の観光資源である一方，これらに頼ることの出来ない端境期におけるコンテンツの選択肢が少なく，定期的な観光客数の減少を招いています（別表「本市の月別宿泊延数推移」参照）。

また，外国人観光客が増加傾向にある中，二次交通（路線バスやタクシーなどの観光地に着いてからの交通），人材育成等を含めた受入体制にはまだ対応不足の面が見られます。

◆機会

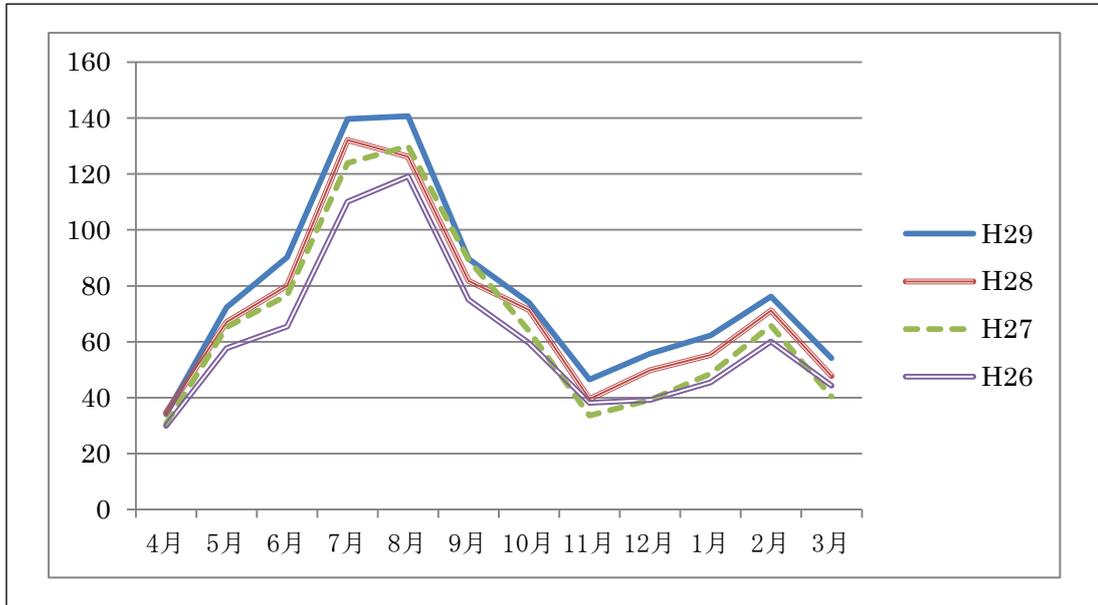
外国人観光客の個人旅行化の進展に伴い，よりローカルな魅力にも注目が集まりやすくなっていると同時に，北海道の中心的な玄関口である新千歳空港が混雑傾向にあることから，旭川空港を含めた道内地方空港の活用促進による地方誘客の活発化が期待されます。個人旅行者には，自然・文化・食などの体験型コンテンツのニーズが高いことから，本市の観光資源との親和性が見込まれます。

◆脅威

国内における観光需要は，人口減少に伴い縮小していくと考えられています。一方で，外国人観光客は総じて増加傾向にあるものの，国内地域間での観光需要獲得に向けた競争が激化しているとともに，自然災害，為替変動などの外的要因に影響されやすく，不安定な面があります。

[本市の月別宿泊延数推移 (H26～29)]

(単位：千泊)



第3章 主要な地域資源

第2章で述べた現状分析等を踏まえ、今後の施策に生かすべき本市の優位性を「主要な地域資源」として位置付けます。

1 大雪山の恵み

「大雪山国立公園」は、北海道最高峰の旭岳を始めとして、標高2,000m級の山々が連なる国内最大の国立公園です。寒冷・高山地帯ならではの環境・生態系は、高山植物大群落や日本一早い時期の紅葉など、特徴的な景観を生み出しています。また、活発な火山活動によって多様な泉質の温泉が湧出しているため、層雲峡温泉、旭岳温泉、美瑛白金温泉などの温泉地が点在しています。こうした環境の下、トレッキング、サイクリング、山岳スキーなどのアウトドアスポーツや、森林浴、バードウォッチングなどの豊富な体験型メニューの提供が可能です。

このほか、大雪山系の伏流水で仕込まれる地酒や、カムイミンタラを舞台としたアイヌ伝説など、旭川近郊の多くの観光コンテンツを生み出したルーツにもなっており、大雪DMOにおいても、大雪山を核としてこの圏域のブランド化を図ることとしています。

2 食材の集積

旅先でその土地ならではの素材や食文化に触れることは、多くの人々にとって旅行の醍醐味となっています。また、2013年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されて以降、世界的に日本の食への関心は高まっています。

本市は、都市近郊農業の発展によって多様な農畜産物が生産されていることに加え、道央・道北・道東をつなぐ物流拠点として鮮度の高い海産物等が流入する北海道の様々な食材が集積する地域です。こうした背景の下、旭川ラーメン、塩ホルモンなど、地元住民に親しまれる郷土料理（ソウルフード）が育まれてきました。市街地中心部には、洗練されたレストランからリーズナブルな居酒屋まで、多くの飲食店が軒を連ねており、多彩な食の楽しみを観光客に提供することができます。

3 世界最高水準の雪質

北海道の雪質の良さは世界的に認知度が高まっており、特に欧米豪市場のスキーヤー・スノーボーダーに訴求する可能性があります。一方で、アジア等の非積雪地域からの旅行者にとっては、雪に触れること自体が非日常体験として観光動機となり、冬季の北海道旅行は高い人気があります。

本市が位置する上川盆地は、道内でも特に多雪・寒冷な地域であり、比較的標高が低い場所でもパウダースノーが降り積もることが特徴です。市内には多彩なコースを有する「カムイスキーリンクス」や、市街地から近く街並みや夜景を楽しみながら滑走できる「サンタプレゼントパーク」などの特色あるスキー場が存在するほか、山岳スキーを楽しめる大雪山系のエリアにも日帰りでアクセス可能です。また、「旭山雪の村」などのファミリー向けの施設もあり、旅行者は、趣向やその日のコンディションに応じた滞在を選択することができます。

4 観光の拠点機能

本市は、飲食や買物等の環境が充実しており、道北一の歓楽街である「さんろく街」も存在することから、観光客にとって、悪天候や身体を休めたいときなどの選択肢が豊富にあります。また、旭川医科大学病院を中心とした医療体制が充実しており、病気・怪我をした際にも安心できる環境です。

一方で、北海道のほぼ中央に位置していることから、古くから北海道内の交通の要衝であり、道路網が発達しているほか、鉄道4路線（函館本線、宗谷本線、石北本線、富良野線）の起点・終点となっています。旭川空港には、東京、中部及び関西との定期便・季節運航便、台湾などアジア圏との定期便・チャーター便が運航しており、就航率99%以上を維持しています。そのため、国内外と全道各地とをつなぐ「空の玄関口」の役割を担い、周遊や長期滞在の拠点として高いポテンシャルを有しています。

第4章 観光振興に向けた課題

旧方針の経過、第2章で述べた現状分析等を踏まえ、本方針で重点的に取り組むべき課題を次のとおり設定します。

1 通年型・滞在型観光の推進

本市では、相対的に夏季よりも冬季の観光客数が少ない傾向にあるほか、特に端境期の4月に観光客数は著しく減少します。こうした観光客数の季節的な減少は、物販、飲食等の消費縮小や宿泊施設の稼働率低下を招き、従業員の通年雇用を難しくするなどマイナスの影響につながる懸念があります。このため、様々な地域資源の磨き上げなどによって、観光コンテンツの季節的偏在の解消を図る必要があります。

一方で、旧方針の推進期間においては、全国的な知名度を誇る旭山動物園を核として、来訪した観光客を他の観光スポット等に誘導するなどして、滞在時間の延長と、それに伴う宿泊、飲食などの消費への結び付けを促進してきました。しかしながら、観光ニーズの多様化が進んでいることを踏まえ、旭山動物園に加えて、他のスポットやコンテンツの魅力を高めることで集客の核を増やす取組が求められています。

2 広域観光の推進

北海道には、様々な魅力を持つ観光資源が広域にわたり点在するため、多くの道外観光客は、交通手段やルートを選択し、宿泊地を変えながらこれらを巡る周遊型観光を行っています。観光誘致に当たっては、この地域に期待される役割や、移動に掛かる費用・時間に見合った価値の提供について考慮する必要があります。

旭川近郊には、多くの観光客が北海道に期待する景観・食・温泉などの観光資源が日帰り可能な範囲で多数存在しますが、北海道外、特に海外市場においてこうした環境の認知度は低く、観光需要は道央圏に集中しています。このため、旭川空港利用によって国内外から直接アクセス可能であり、都市機能が充実している本市には、旅の起点・拠点として、道内各地の自治体、広域観光団体等との連携推進体制の構築を進め、観光客の地方分散を促す広域観光をけん引する役割が期待されています。

3 受入体制の整備

国内外から多くの観光客を迎え入れるとともに再訪を促すためには、外国語表記や二次交通の利便性といった基本的なサービス向上に加えて、「安心して楽しんでもらいたい」というホスピタリティ（おもてなし）を関係者それぞれの立場で表現することで、満足度を高める必要があります。外国人観光客が増加傾向にある中、様々な国や地域の文化・慣習に配慮した対応は、本市の国際化推進の観点からも重要となります。

また、観光客が安心・快適に滞在するためには、旅行前・旅行中において手軽に情報を入手できる仕組みに加えて、自然災害・事故等に備えた危機管理体制の整備が必要です。

こうした受入体制を持続的に発展させるためには、受入側の意識醸成に加えて、観光業の担い手の確保・育成を図る必要があります。

4 消費拡大の仕組みづくり

外国人観光客の観光需要には、消費と投資の両面で高い経済効果が期待されており、観光事業者においては、宿泊・飲食・交通などの他業種間が連携・協力することによって、こうした需要の効果的な取込が見込まれます。また、農業やものづくり産業など、これまで観光に直接携わる機会の少なかった事業者も、作業体験のコンテンツ化、飲食・物販と連携した特産品開発などに取り組むことによって、観光分野への参画が可能です。そのため、観光で稼ぐ地域づくりを目指すに当たって、幅広い産業の事業者が、積極的に観光に携わる気運を高めていくことが必要となります。

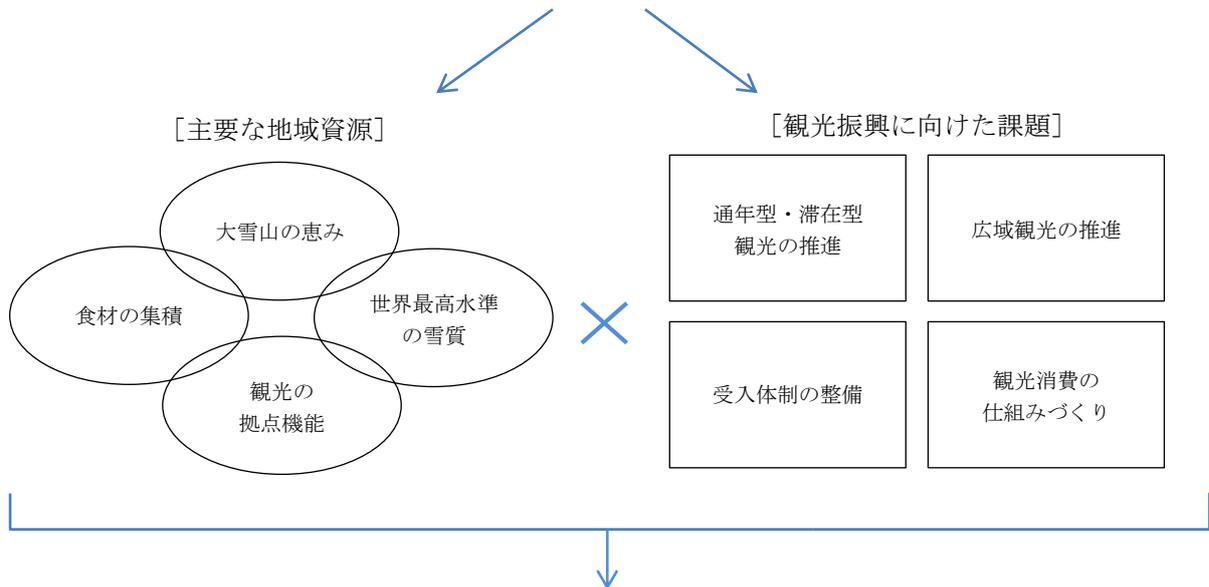
観光客数の増加が必ずしもそのまま消費拡大につながるものではないことに留意し、滞在中の消費額が高い市場へのプロモーション、サービスの高付加価値化による消費単価向上など、観光地経営の視点に立ったマーケティングなどの取組も重要となります。

第5章 施策の方向性

第2章～第4章までを踏まえ、本方針において重点的に推進する施策を定めます。

[本市の現状・環境等（SWOT分析）]

<p>[強み]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大雪山国立公園 ・新鮮かつ豊富な食材の集積 ・世界最高水準のパウダースノー ・北海道の交通結節点、旭川空港によるアクセス利便性 ・高い知名度を誇る旭山動物園 ・上川アイヌ文化の伝承 	<p>[弱み]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光資源の季節的偏在 ・着地型コンテンツの不足 ・観光人材(外国語ガイド等)の不足 ・海外市場における認知度不足 ・二次交通の未発達 ・団体(大人数)の受入施設不足
<p>[機会]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の個人旅行化進展 ・体験型観光の需要増 ・日本の食への関心の高まり ・新千歳空港の混雑化とLCCの就航拡大 ・ビザ発給要件の緩和 ・円安進展 	<p>[脅威]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少・少子高齢化による国内市場縮小 ・事故・自然災害等による風評被害 ・観光需要獲得の地域間競争激化 ・気候変動等に伴う観光資源の変質 ・感染症等の発生 ・円高進展



[施策の方向性]

- 1 着地型・体験型の観光コンテンツ拡充
- 2 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備
- 3 航空路線誘致と連動した観光プロモーション推進
- 4 広域連携の体制強化
- 5 都市型スキーリゾートの確立

1 着地型・体験型の観光コンテンツ拡充

大雪DMOと連携して、着地型・体験型観光の開発・運営に取り組む事業者の育成や、新分野開拓に向けた事業等を実施することで、特定の地域資源に偏らないコンテンツを充実させ、通年で滞在を促進します。

(1) 自然環境を活かした体験の促進

手付かずの自然が残る山岳林、一定の施設整備・安全対策がなされた公園、農村地域、ジオパーク構想の見どころといった様々なフィールドの特色を生かし、それぞれのエリアに応じた利用ルール等を普及・啓発しながら、自然を体感するアウトドアスポーツ、健康保養体験等を促進します。

(2) スポーツと観光の連動

「旭川ハーフマラソン」「バーサーロペット・ジャパン」等のスポーツイベントへの参加を含めた各種スポーツ体験のメニュー充実を図るとともに、スポーツ観戦や選手合宿と観光を結び付ける商品造成等の取組を促進します。

(3) 各種イベントの活用

「旭川夏まつり」「北海道音楽大行進」「旭川冬まつり」など、地域に根差したイベントにおいて観光客が参加・体験できる内容を充実させることで、地元ならではのコンテンツとしての魅力向上を図ります。

(4) 歴史・文化体験の促進

屯田兵による開拓の歴史や、「上川アイヌ」の日本遺産の構成要素となっているスポット・文化資源等を活用して、この地域の歴史・文化に触れる体験を促進します。

(5) フィルムコミッションとの連携

旭川観光コンベンション協会が中心となったフィルムコミッション活動（撮影の誘致や支援）と連携し、ドラマ、映画等の撮影場所（ロケ地）や原作の舞台を巡るツアーなどのコンテンツ化を図ります。

(6) 団体対応メニューの拡充

教育旅行によるニーズがある農作業体験、スキー学習等の内容充実を図るとともに、一定規模の団体の受入れが可能な体験型メニューの拡充を促進します。

(7) さんろく街への誘客促進

市街中心の「さんろく街」は、飲食店を中心とした個性豊かな店が連なり、本市の夜間における楽しみの中心的な役割を担っているため、イベント開催等による誘客促進を支援することによって、観光客の満足度の向上を図ります。

* 着地型観光について

「着地型観光」とは、観光の受入側が地元の特色を活かしたプログラムを企画し、現地集合・解散する形態の観光です。観光客が旅行先で選択するオプションツアーなどもこれに当たり、特に個人旅行者が多い欧米市場やアジア圏の成熟市場から高いニーズがあります。

2 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備

観光客の満足度を向上させるため、案内機能整備、的確な情報発信、ホスピタリティを持ったサービス提供など、受入体制の整備・充実を促進し、その取組を積み重ねることによって本市の観光地としての付加価値を高め、リピーター獲得や消費拡大等の「稼ぐ力」の醸成を図ります。

(1) 観光振興に係る理念等の普及啓発

本方針に定める観光振興の理念等について普及・啓発を行い、広く市民等から理解・協力を得ることで、これまで注目されてこなかった地域資源の磨き上げや、観光関連ビジネスを拡大する機会の創出につなげ、観光地としての基盤強化を図ります。

(2) 連携・協力の仕組みづくり

宿泊・交通事業者による街なかのスポットへの誘導など、観光に携わる他業種間の連携・協力の仕組みづくりをコーディネートし、地域が一体となった観光需要の取込を促進します。

(3) 案内機能等の充実

外国人観光客が安心・快適に本市滞在を満喫できるよう、外国語表記、Wi-Fi設置等の取組を促進するとともに、「JR旭川駅観光物産情報センター」や「道の駅あさひかわ」を中心とした観光案内機能の強化・充実を図ります。

(4) 二次交通の利便性向上

観光客と地元利用客の両方のニーズを考慮しながら、情報端末を活用した地域交通情報の集約・発信によって駅等の交通拠点における円滑な乗継ぎを可能とするなど、二次交通の利便性向上に向けた取組を促進します。

(5) 電子決済の普及促進

世界的にキャッシュレス化が進展している背景を踏まえ、外国人観光客が各種支払いで利用できる電子決済システム等の普及を促進し、利便性を高めることによって、消費意欲の喚起を図ります。

(6) リスクマネジメント体制の整備

観光関係者の防災・減災に向けたマニュアル整備等の取組を促進するとともに、自然災害、事故等が発生した場合の迅速かつ正確な情報発信に努めるなど、リスクマネジメント体制の整備を図ります。また、関係機関・団体の協力を得て、外国人観光客が病気・怪我をした場合の相談や通訳などに係る対応策を講じます。

(7) 観光を支える人材の育成・確保

観光を取り巻く環境変化に対応しながら本市観光を持続的に発展させていくため、観光業への従事を志望する人材の発掘・育成を図るとともに、雇用労働力の確保に向けた魅力発信等を促進します。

3 航空路線誘致と連動した観光プロモーション推進

自然環境と都市機能が調和し、道内各地へのアクセス利便性が高い本市の優位性をベースとして、旭川空港との連携の下、観光需要喚起と航空路線維持・誘致等を連動させた効果的なプロモーションを展開します。

(1) 国内（道外）観光客の誘致

航空会社等の協力を得ながら、旭川空港直行便が運航する三大都市圏のエリアを中心とした観光プロモーションを展開し、国内路線の維持、増便、運航期間延長等を図ります。

(2) 海外市場へのプロモーションの展開

JNTO（日本政府観光局）によるマーケティングデータやこれまでのアプローチ経過等を基に対象市場（国・地域）を選定し、訪日旅行成熟度、主要な旅行形態、ニーズ等の様々な要素を踏まえた戦略的なプロモーションを展開します。

(3) MICEの誘致

宿泊施設等の稼働率が低下する閑散期において、旭川観光コンベンション協会が主体となったMICE（Meeting：会議 Incentive：報奨旅行 Convention：大会 Exhibition／Event：展示会／イベント）の誘致活動を支援することで、人の集積と交流により派生する経済効果の創出を図ります。

(4) 教育旅行の誘致

修学旅行や宿泊研修などの教育旅行は、景気変動の影響を受けにくく、少子化の中にあっても一定規模での実施が確保されるとともに、将来の観光需要につながるため、団体対応を可能とする事業者等との連携の下で誘致を推進します。

(5) アドベンチャートラベル需要の獲得

アドベンチャートラベルは、欧米圏を中心とした巨大市場となっており、旅行者の滞在期間が長く高い経済効果が期待できるため、大雪山を核とした地域資源等の活用による需要獲得を図ります。

*アドベンチャートラベルについて

「アドベンチャートラベル」とは、国際的機関である「Adventure Travel Trade Association」が提唱する旅行スタイルで、「自然との関連性」「異文化体験」「身体的活動」の3つの要件のうち2つ以上を含むものと定義されています。国連世界観光機関（UNWTO）によると、市場規模は装備品等も合わせて30兆円を超えるとされており、国、北海道でも積極的に推進しています。

4 広域連携の体制強化

道央・道北・道東をつなぐハブ（交通結節点）の役割を担う地域であることを踏まえて、大雪DMO、あさひかわ観光誘致宣伝協議会等の広域観光団体の活動を通じて、本市を拠点とした様々な広域観光の提案を行います。

（1）大雪山を中心とした関係地域間の連携促進

広域にまたがる大雪山の魅力を余すことなく提供するため、大雪DMOによるかじ取りの下、コンテンツの開発、サービスの一体化、人材育成等を目指した関係地域間の連携を促進します。

（2）テーマ性を持った観光資源の結び付け

広域観光周遊ルートとも連動して、スキー、食、アイヌ文化、ジオパークなど特定のテーマ性を持った広域的な観光資源の結び付けを図り、新たな周遊ルート開拓や、海外市場への訴求力強化につなげます。

（3）利便性向上に向けた拠点機能の強化

広域にわたる観光・交通情報の集約と、こうした情報を一元的に取得できる情報発信拠点等の整備を図ることで、観光客がストレスなく周遊を楽しめる環境作りに努めます。

（4）姉妹友好都市の協力による事業展開

本市の姉妹友好都市（南さつま市、ブルーミントン・ノーマル両市（アメリカ）、水原市（韓国）、ユジノサハリンスク市（ロシア）、哈爾濱市（中国））を始めとした国内外との都市交流・親善スポーツイベント等を推進することで、観光誘致の裾野拡大を図ります。

(5) 道内客の周遊促進

北海道経済部観光局「北海道観光の現況」によると、道内における観光入込客数の8割以上が道民による日帰り等の観光とされているため、道内中核都市観光連携協議会と連携してイベント情報を相互に発信するなど、多くの道内客の周遊を促進する取組を行います。

[主な連携先（関係機関・団体）]

◆一般社団法人大雪カムイミンタラDMO

目的：新たな滞在観光エリアとして国内外の多くの人々に認知され、大雪山がもたらす四季折々の自然や食，スポーツ環境を求めて幾度となく訪れたい地域として選ばれるよう，民間・行政が一体となって，ブランド形成に向けた事業に取り組み，観光関連産業の振興と交流人口の拡大による地域経済の活性化を促進し，豊かな地域社会の実現を図る。

構成：大雪山国立公園の北東部に位置する1市7町

◆一般社団法人旭川観光コンベンション協会

目的：旭川市における観光資源の開発と紹介宣伝，コンベンション（集会・大会）の誘致，観光関係者の資質の向上等に努めることにより観光関連事業の健全な振興を図り，もって，観光旅行者等の利便の増進，安全の確保及び市民生活の向上，反映に寄与する。

構成：旭川市，旭川商工会議所，企業，個人事業者等

◆公益社団法人北海道観光振興機構

目的：北海道の観光振興推進の中核機能を担い，関係機関・団体・企業・地域の知恵と資源を結集し，観光事業の振興並びに地域の活性化を図り，北海道民の生活・文化の向上，経済の発展及び国際交流に寄与する。

構成：道内179市町村，観光協会，団体等

◆あさひかわ観光誘致宣伝協議会（事務局：旭川市）

目 的：道北地域の観光の通年化及び滞在型観光を促進するため、旭川市内及び周辺の観光関係機関・団体が広域連携を図り、具体的かつ実践的な観光客誘致宣伝活動を推進するとともに、旭川圏域の観光の振興及び旭川空港の利用拡大を図る。

構 成：道北地域の9市2町9観光協会，関係機関，団体等

◆旭川空港利用拡大期成会（事務局：旭川市）

目 的：旭川空港の利用拡大と空港機能の整備拡充促進を支援し、道北地域における産業・経済・文化等の振興発展に資する。

構 成：道北地域の自治体，商工会議所・商工会，関係機関，団体等

◆道内中核都市観光連携協議会（事務局：札幌市）

目 的：道内各中核都市間での情報の共有を図りながら、観光行事及び観光資源を活用した連携事業として、PR・誘致促進及び周遊に関する計画の立案と、これに基づく事業の展開及びその円滑な運営を行う。

構 成：札幌市，函館市，帯広市，釧路市，北見市，旭川市

5 都市型スノーリゾートの確立

前述した1～4の方向性の下、大雪DMOによる事業を核として観光客の減少する冬季に特化した施策を展開することで、海外市場からのスキーマー・スノーボーダー等の積極的な誘致・滞在長期化に向けた「都市型スノーリゾート」の確立を目指します。

(1) スキー環境の充実

旭川圏域を世界的に高レベルなスノーリゾートへと発展させるため、大雪DMOによるスキーマー・スノーボーダーを対象とした各種トライアル（試行）事業を支援するとともに、近郊のスキー場との連携を促進します。

(2) スキーマー・スノーボーダーの利便性向上

近郊スキー場の天候やコンディション、交通アクセス、レンタル、アフタースキー情報等を一元的に提供する情報発信拠点を整備します。

また、外国人スキーマー・スノーボーダーの増加を見据えて、外国語対応可能なインストラクターやガイド人材の育成を図ります。

(3) 非積雪市場への冬季観光プロモーションの展開

アジア圏等の雪になじみがない市場に対して、旭山動物園の冬季開園、旭川冬まつり、スノーアクティビティ（雪遊び）等と併せてスキー・スノーボードの魅力を紹介し、新たな需要喚起を図ります。

(4) 欧米豪市場等へのスキープロモーションの展開

欧米豪を中心としたスキー・スノーボード需要が高い市場に対して、質の高いパウダースノーやシーズンの長さといった旭川圏域のスキー環境としての優位性と、宿泊施設数、アクセス利便性、都市機能等を併せてPRすることで、この地域の「都市型スノーリゾート」としての特色を打ち出したプロモーションを展開します。

*旭川冬まつりの持続的発展について

1960年に第一回が開催された旭川冬まつりは、市民・関係団体・陸上自衛隊・企業等の協力の下、ギネスブック記録にも認定された世界最大級の大雪像、著名人等が出演するステージイベント、会場内での特徴的なアクティビティ（遊び・体験）などによって、国内外から多くの観光客が訪れる北海道の冬の代表的なイベントの一つとなっています。

今後も、それぞれの時代のニーズを反映させることで、市民・観光客の双方が楽しむことができるイベントとして持続的な発展を目指していきます。

第6章 推進について

1 人材育成と体制づくり

観光振興を担う人材の育成に取り組むとともに、「オール旭川」と広域連携による推進体制を構築し、施策に応じた適切な枠組みで各事業に取り組めます。

2 マーケティングの実施・活用

各施策の検討に当たって、観光客の動向やニーズ等を的確に把握するために必要なマーケティングを大雪DMOとの連携により実施し、広く関係者間で活用できるような情報共有します。

3 情報発信の強化・充実

各施策の効果を高めるため、「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」で適切な情報が伝わるよう工夫するとともに、フィルムコミッション活動などを通じたイメージアップに取り組めます。

4 財源の確保

事業の推進に必要な財源を確保するため、国や北海道の補助制度等を最大限活用するとともに、観光に携わる関係者から広く協力を得ながら事業費の確保に努めます。

5 進捗管理

(1) 指標・目標

旧方針における進捗結果等を踏まえ、次のとおり5つの成果指標を定め、それぞれ目標値を設定します。

成果指標	目標値（2023年度）	基準値（2017年度）
①観光入込客数（人）	6,000,000	5,357,000
②観光客宿泊延数（泊）	1,000,000	935,600
③外国人宿泊延数（泊）	240,000	205,764
④コンベンション参加人数（人）	260,000	241,521
⑤観光消費額（千円／人）	54.0	43.0

(2) 推進期間

2019年4月から2024年3月までの5年間とします。

(3) 点検・見直し

本方針に基づく観光施策の展開に当たっては、各施策の進捗状況について随時点検しながら、必要に応じて方針の見直しを行うものとします。

[第8次旭川市総合計画（2016年～2027年）における位置付け]

[基本目標3] 活力と賑わいにあふれ、経済が力強く発展するまちを目指します

└─ [基本政策7] 温かなまちの賑わいと国内外との多様な交流の創出

└─ [施策1] まちの賑わいの創出（重点）

└─ [施策2] まちの機能強化と国際化の推進（重点）

◆成果指標：観光客宿泊延数 目標値100万泊

分析資料 旧方針の進捗状況

平成25年度に策定した旧方針においては、本市滞在型観光の実現に向けて、「受入体制の充実」とともに、「広域ツーリズム」「フードツーリズム」「地域ツーリズム」「国際ツーリズム」「冬季ツーリズム」の5つの重点施策を設定し、その進捗度を測る成果指標・目標として「観光入込客数」「宿泊延数」「外国人宿泊延数」「コンベンション参加人数」の4項目を掲げて、関連施策を推進してきました。

この結果、観光入込客数が横ばいにある中、宿泊延数は増加しているなど、滞在型観光に向けた施策の効果が現れてきているものと考えられます。また、外国人観光客の急増などの状況変化もあって、平成27年度に「宿泊延数」「外国人宿泊延数」「コンベンション参加人数」の3項目について目標値を上方修正しました。

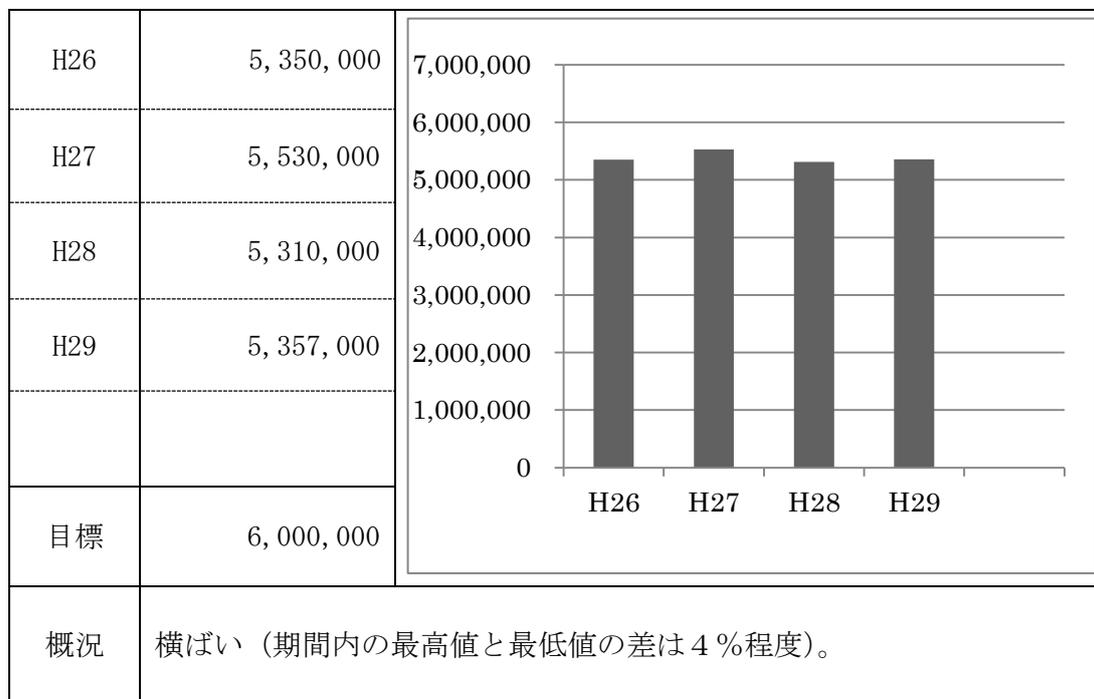
平成29年度末時点では、観光入込客数以外の項目でおおむね目標を達成している状況でしたが、平成30年度については、大型台風や北海道胆振東部地震の発生による影響等もあって、各実績値はやや減少することが見込まれます。

[進捗状況]

成果指標	目標値	実績値 (H29年度)	達成度
観光入込客数	6,000,000人	5,357,000人	89.3%
宿泊延数 (うち観光客)	1,700,000泊 (1,000,000泊)	1,795,014泊 (935,600泊)	105.6% (93.6%)
外国人宿泊延数	200,000泊	205,764泊	102.9%
コンベンション参加人数	250,000人	241,521人	96.6%

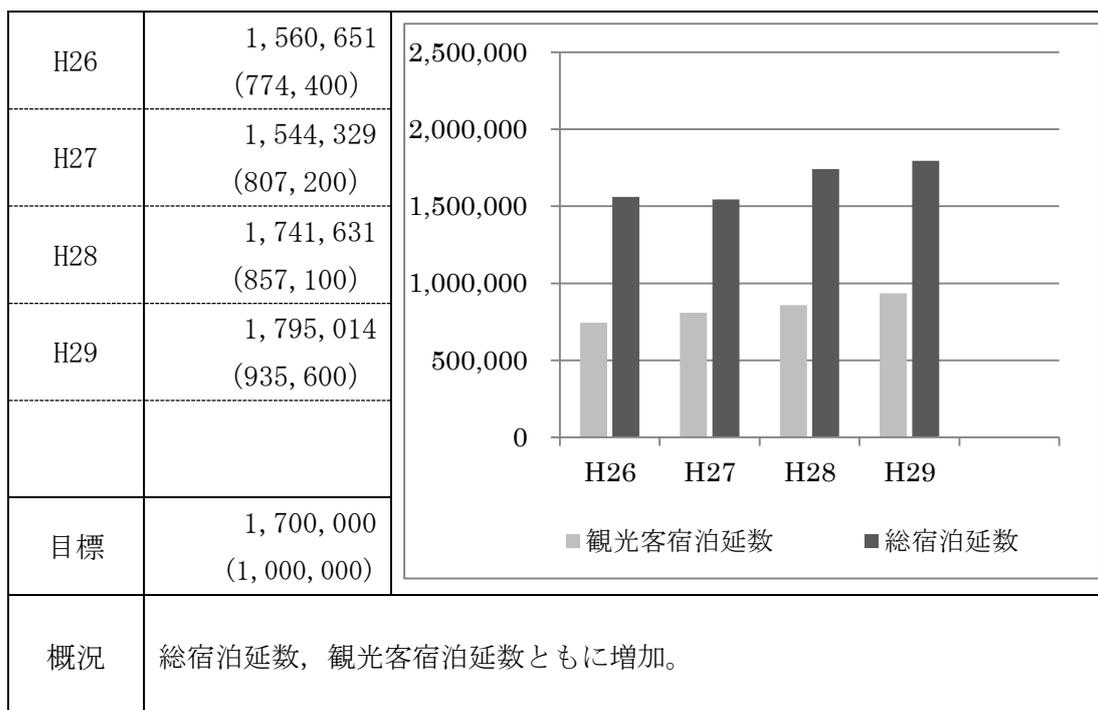
[観光入込客数の年度別推移 (H26～)]

(単位：人)



[宿泊延数の年度別推移 (H26～)]

(単位：泊)



[外国人宿泊延数の年度別推移 (H26～)] (単位：泊)

H26	86,202	
H27	152,182	
H28	188,365	
H29	205,764	
目標	200,000	
概況	堅調に増加。	

[コンベンション参加人数の年度別推移 (H26～)] (単位：人)

H26	222,073	
H27	213,550	
H28	232,821	
H29	241,521	
目標	250,000	
概況	増加傾向。	

旭川観光基本方針

発行年月 平成 31 年（2019 年）3 月
発 行 旭川市
編 集 観光スポーツ交流部観光課

〒070-0035
旭川市 5 条通 7 丁目 旭川フードテラス 2 階
TEL 0166-25-7168
FAX 0166-26-8585