

留萌市観光振興ビジョン2018



平成30年3月

留 萌 市

目 次

第1章 観光振興ビジョン策定の趣旨と背景	1
第2章 ビジョン2013の検証	2
第3章 ビジョンの基本的な考え	4
1. 位置づけと計画期間	4
2. 留萌市の観光を取り巻く現状と課題	5
3. 観光を取り巻く環境の変化	12
4. ビジョン策定にあたり重視すること	14
第4章 観光振興に向けた基本理念と施策の展開	15
1. ビジョン推進のための基本理念	15
2. 観光振興に向けた施策の展開	16
第5章 ビジョンの進行体制	23

第1章 観光振興ビジョン策定の趣旨と背景

ビジョン策定の趣旨と背景

留萌市は、平成12年度から16年という長期間に渡り、市民の皆様のご協力とご理解のもと、財政健全化に向けた取り組みを進め、平成27年度に危機的な状況を脱することができました。

しかし、この間にも、人口減少は進み、さらには観光や農林水産業をはじめとしたグローバル化による地域間競争の激化、また毎年のように各地で大きな被害をもたらす自然災害への備えなど、留萌市を取り巻く経済・社会情勢は急激な変化を遂げております。

留萌市の観光についてみると、27万人前後で横ばい傾向にあった観光入込客数は、平成25年度の28万人をピークに、ここ数年25万人台を維持しており、依然として「夏季集中の通過型観光」という従来からの指摘は大きく改善されていない状況にあり、観光客の旅行目的や旅行形態の多様化が一層進んでいる中、留萌市においても新たな観光振興策による交流人口の増加を図ることが求められています。

地域では、これまで気づかれないまま埋もれてきた資源や、新たな資源の再評価が進んでいるほか、体験型観光や広域連携に向けた動き、市民、民間及び行政の熱意と工夫により一体となって行う地域イベントの充実など、留萌市の観光を支える新たな動きも見えてきています。

このような背景を踏まえて、観光客のニーズを的確に捉えながら留萌市の観光振興を図っていくためには、行政のみならず観光に携わる事業者、経済団体、NPO法人留萌観光協会及び傘下会員、ボランティア団体、市民など地域が一体となって連携、協力を図り、取り組んでいくことが必要不可欠です。

このため、留萌市が目指す観光振興のあり方を現状や課題を踏まえ整理し

『人情港町留萌のブランド力向上』を目指して

“留萌市の観光のあり方”を共有して、一体となって推進していく指針となるビジョンを策定いたします。

第2章 ビジョン2013の検証

1. 前ビジョンの検証について

前ビジョンである「留萌市観光振興ビジョン2013」では、期間を25年度からの5年間とし、留萌市観光の方向性を示したものです。

検証にあたっては、観光振興に向けた3つの柱ごとに、その実施内容や成果等を整理していくこととします。

1) 留萌市の「自然」や「食」と連携した賑わいの創出 ～留萌市外に向け『出向く』『発信する』ことによる観光振興を進める～

【戦略プラン】

- 留萌市の海や夕陽をはじめとした景観の素晴らしさを引き続き情報発信します。
- 留萌市の農水産物や加工品などの食を観光資源ととらえ、物産振興と一体となった展開を行います。
- 道内、道外に対し従前の紙媒体のほか、ゆるキャラを活用するなど多様な観光プロモーションを実施します。

【検証】

景観の情報発信については、海岸線に沈む夕陽を使用した観光ポスターを作成。観光パンフレットの表紙も同様の画像を使用し、留萌市の夕陽をPRしています。物産振興については、5月5日が「かずの子の日」に制定されたことを契機に、「水産加工品消費拡大推進事業」を実施し、かずの子を中心とした水産加工品をこれまで以上にPRしています。

ゆるキャラ「KAZUMOちゃん」を平成29年度にかずの子応援キャラクターとして留萌市が公認。札幌や旭川でのイベントだけではなく、かずの子を扱う東京、大阪、名古屋の卸売市場での催事にも参加しています。

留萌市自体の認知度は高いと思われ、観光資源に関する情報を効果的に発信することが求められています。

2) 留萌市らしさを活かした地域づくり ～留萌市に『来てもらう』『おもてなしをする』ことによる観光振興を進める～

【戦略プラン】

- 留萌市の特色ある食文化のブランド化や、菜の花の栽培などを通じて新たな観光資源を創出、定着化を図ります。
- 留萌市らしいニューツーリズムを構築し、多様な旅行需要に対応します。
- 地域内のイベントの支援を通じて、交流人口の増加に貢献します。

【検証】

留萌市ならではのバーベキューを「るもい浜焼き」と名付けブランド化し、市民や観光客だけではなく、修学旅行での体験メニューとしても提供し、また、菜の花においては、ひまわりとともに礼受牧場における景観作物として栽培するなど、観光資源として定着し始めています。

留萌市らしい体験メニューとして、漁業関係者の協力を得ながら、網から魚をはずす作業と、はずした魚を捌く「漁業体験」を体験メニューとして提供し、道外の高校の修学旅行では、旭川近郊での農業体験と比較し、生徒の約8割が留萌市の「漁業体験」を選択する、人気の体験メニューとなっているほか、市民団体による音楽合宿の受け入れが進み、受入のための環境整備や条件整理が行われています。

これまで続けてきた「うまいよ！るもい市」や「るもい香涛まつり」などのイベントに加え、花火大会をメインとした「オロロン・サマーフェスタ」や、商店街振興組合連合会が実施する「るもいワンコイン商店街」など、新たなイベントが開催され、交流人口の活性化が図られています。

3) 留萌市の観光を支える人材と受入環境づくり

～留萌市の観光基盤を『整備する』、

観光を担う『人材を育成する』ことによる観光振興を進める～

【戦略プラン】

- 留萌市の宝である海を活かした「ゴールデンビーチるもい」「黄金岬」、高台から市内を望む「千望台」、観光交流施設である「海のふるさと館」をはじめとする施設整備や修繕を適切に行い、安全安心に配慮した良質な観光基盤を維持・確保します。
- 観光を担うNPO法人の安定した運営の保持や観光に関わる人材の育成、サービスの向上を図ります。

【検証】

留萌市で最も多くの観光客が訪れる「黄金岬海浜公園」においては、冬期間の越波や暴風による施設の破損が多くみられるものの、観光シーズンとなるゴールデンウィークまでには修繕を完了させるなど、観光施設については、安全安心を最優先した施設整備を実施しています。

NPO法人留萌観光協会では、市民すべてがお客様に満足いただけるような情報を提供し、「おもてなしの心」を持ったコンシェルジュになれるよう「市民コンシェルジュ事業」を実施していますが、全市的な活動には至っていません。今後増加の見込まれる外国人観光客への対応など、「おもてなしの心」の醸成が求められています。

第3章 ビジョンの基本的な考え

1. 位置づけと計画期間

1) ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、第6次留萌市総合計画の基本施策『魅力の創造と発信』のうち観光にかかる分野別計画として位置づけるものとします。

また、第6次留萌市総合計画前期基本計画の成果指標と数値を本ビジョンの目標値としています。

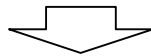
第6次留萌市総合計画（2017—2026年度）

「みんなでつくる まち・ひと・きぼう 次の時代へ続く留萌」の実現に向け、4つの基本理念を掲げており、市政執行における上位計画となっています。

◎ 基本構想（観光・交流）

■ 目指す姿

魅力あふれる留萌ブランドの発信とおもてなしの向上



◎ 前期基本計画（施策区分 観光）

■ 5年後に目指す姿

留萌らしい地域資源を活かした体験型観光と、インバウンドの受け入れ態勢整備が推進され、外国人観光客を含めた交流人口が拡大するとともに、人情港町留萌のブランド力が向上されています。

2) ビジョンの期間

本ビジョンの期間は、2018（平成30）年度から2022年度までの5ヶ年とします。

なお、2022年度においては次期ビジョンの検討と策定作業に入ります。



2. 留萌市の観光を取り巻く現状と課題

1) 現状及び特徴

国及び北海道の観光動向

わが国においては、平成29年5月に「観光ビジョン実現プログラム2017」を策定し、平成32年までに訪日外国人旅行者を4,000万人にすることを目指し、観光産業を生産性の高い産業へと変革していく取り組みを推進するなど、「観光先進国」の実現に向けた取り組みが始まっています。

また、北海道では平成27年7月に「地域経済の強化に向けた基本方針」を策定し、観光分野の取り組みとして、外国人観光客の誘客促進のための効果的なプロモーションのほか、ビザ要件緩和の要望や国際航空路線の誘致、※WiFi環境の整備など、受入態勢の拡充を図っています。

観光施設等入込数

市内で一番利用されている観光施設は黄金岬海浜公園で、平成25年度には15万人の方に利用されています。

全体では平成25年度の38万人をピークに、ここ数年は35万人前後の横ばいの傾向にあります。

(単位：人)

年度	千 望 台	黄 金 岬	海のふるさと館	ゴ・ル・ビ・チ	礼受牧場	観光案内所	合 計
24	20,130	141,407	54,649	67,400	50,901	28,696	363,183
25	15,676	150,804	59,135	78,414	47,733	28,649	380,411
26	12,986	141,921	57,014	69,624	42,897	27,398	351,840
27	11,991	127,049	51,151	74,322	49,296	33,339	347,148
28	12,539	130,750	51,557	72,988	45,075	35,869	348,788

(北海道観光地点等入込客数調査)

観光宿泊数

市内のホテル・旅館などへの宿泊は観光を目的としただけでなく、ビジネスでの宿泊も含まれているため、観光客入込総数に一定の係数を乗じて得た数値を宿泊延数としています。最近の5カ年では次のとおりです。

(単位：人)

年度	観光入込総数	道内外別		日帰宿泊別	
		道内客	道外客	日帰り	宿 泊
H24	270,100	262,200	7,900	260,500	9,600
H25	286,500	278,100	8,400	271,300	15,200
H26	252,000	244,400	7,600	239,100	12,900
H27	259,200	251,300	7,900	243,500	15,700
H28	258,200	250,700	7,500	240,700	17,500

(北海道観光入込客数調査)

※WiFi：無線でネットワークに接続する技術

観光施設（主要な施設）



①千望台休憩施設

千望台休憩施設はS59年に開設しました。留萌市内を一望できる高台にあり、天気の良い日には天売・焼尻島、利尻富士も望めます。また、更に奥へ進むとるもっぺ憩いの森があり静かな空間のなかでの散策や千望台で駐車して軽いウォーキングには最適です。



②礼受牧場

白い風力発電施設と牧場の緑、空の青が風景にマッチ。近年は春には菜の花の黄色が美しい景観を創出しております。畜産館から眺める日本海、浜中・沖見海岸はやすらぎの時を与えてくれます。



③沖見海岸海浜公園（ゴールデンビーチるもい）

延長1kmの人工海岸は3本の突堤を有しており、海浜部でのキャンプや浜焼きなどの楽しさを提供してくれます。市内では唯一の海水浴場として開設し、平成24年度には北側にシャワーやトイレ、監視棟の便益施設が整備され、ますます利便性が増しました。



④浜中海浜公園

浜中海水浴場として開設していましたが、現在は海浜公園として位置づけられています。



第3章 ビジョンの基本的な考え

⑤黄金岬海浜公園

ゴールデンウィークから秋まで、カニ釣りで楽しむ家族連れや職場の海遊びなど市内外から多くの人で賑わいを見せます。また、小規模ではありますがキャンプ場（無料）も整備されています。



⑥海のふるさと館

留萌市の文化やニシン漁で栄えてきた歴史などを「学ぶ、遊ぶ、憩い」の場として市民に親しまれ、日本海に沈む夕陽を眺めながらテラスでのるもい浜焼きは格別です。



⑦船場公園

JR留萌駅に隣接し、ドックランやパークゴルフ場、芝生広場などの屋外施設が整備されており、管理棟内には多目的トイレや展望休憩室、体験学習室など完備され、市内や留萌管内の観光パンフレットを取り揃えながらの観光案内など、留萌管内の交流拠点を目指しています。



⑧その他、観光振興及び地域活性化に資する施設や交流スポットとして利活用が可能なまたは検討できる箇所

旧留萌佐賀家漁場、るもい健康の駅、神居岩総合公園、留萌港（南岸、波灯の女灯台、留萌灯台）、風土工房こさえる、幌糠農業・農村支援センター、旧市立病院跡地、浜中運動公園、留萌ダム及び周辺地域など

市内滞在の環境

留萌市内の宿泊客は、主にビジネスを目的とした利用者が中心であり、宿泊施設もこうした対応の仕様や設備となっていることから、増加している個人旅行向けの収容機能はありますが、ビジネス利用者に占有されることが多いのが現状です。

また、道路交通網の整備による利便性の向上により、交流人口の増加が期待でき、これをチャンスと捉え、今まで以上に滞在時間を延長するような、魅力的な観光商品の提供が必要です。

平成30年1月1日現在

種別	施設数	収容人数	部屋数	駐車場
旅館	9 施設	205 名	98 室	117 台
民宿	1 施設	15 名	4 室	20 台
ビジネスホテル	4 施設	180 名	154 室	134 台
温泉旅館	1 施設	80 名	19 室	120 台
ペンション	1 施設	15 名	2 室	一台
合計	16 施設	495 名	277 室	391 台

（留萌市経済港湾課調べ）

■ イベントの開催

現在、留萌市内で開催されるイベントは、商工港まつりをリニューアルした「るもい呑涛まつり」や、近年では花火大会を中心とした「オロロン・サマーフェスタ」、特産品のかずの子をPRする「かずの子のマチ留萌フェスタ」のほか、冬のイベントとして、市民手づくりの「萌っこ春待里」や、「オロロン・スノーパラダイス」など、市民や経済界が中心となって開催されています。

海浜を利用したスポーツイベントでは「日本海CUPビーチバレー大会」が開催されており、自然のロケーションを利用したスポーツ大会の開催の増加が、今後望まれます。

物産市としても有名な「うまいよ！るもい市」は年3回の開催をしており、ウニや甘えびの盛り放題企画や、ホタテ釣りも人気のアトラクションとなっています。

また、留萌市商店街振興組合連合会で実施した「ワンコイン商店街」なども、新たに観光客を呼び込むイベントとして期待されています。

開催月	イベント名	備考
2月	・オロロン・スノーパラダイス	
3月	・萌っこ春待里	
5月	・かずの子のマチ留萌フェスタ ・うまいよ！るもい市	
6月	・うまいよ！るもい市	
7月	・日本海CUP争奪ビーチバレーボール大会 ・るもい呑涛まつり ・うまいよ！るもい市	ゴールデンビーチるもい開設
8月	・やん衆盆踊り ・るもい川まつり	
9月	・よりみちの駅フェスタ	

(留萌市経済港湾課調べ)



第3章 ビジョンの基本的な考え

■ 観光物産PR

観光物産PRとしては、NPO法人留萌観光協会と連携し、市外で開催されるイベントでの物産展参加や留萌市及び留萌管内の観光PRなどを展開しています。

- ①留萌市出身者や縁のある人が集まる「東京・札幌・旭川留萌の会」でのPR。
- ②道内での大規模イベントである「道産子感謝DAY」、「THEサッポロビヤガーデン」、「旭川食べマルシェ」への参加。
- ③首都圏の「留萌マルシェ（かずの子のマチ留萌フェア）」、「神田ブックフェスタ（留萌物産展）」、「ハッピーロード大山商店街（北海道るもい 新米と海の幸フェア）」、「どさんこプラザ有楽町店（かずの子のマチるもいフェア）」での、物産販売や観光PRの実施。
- ④客船寄港では、寄港地紹介や留萌港からの観光ツアー、お土産品の紹介など留萌港での歓迎受け入れ事業の実施。
- ⑤毎年、多くの交流が生まれる、地元の海産物や水産加工品の物産販売を行う「うまいよ！るもい市」への協力。

■ 観光振興と地域の活性化

NPO法人留萌観光協会は、平成19年5月にNPO法人格を取得し、留萌市の観光振興とイベント開催に力添えをいただいています。

また、平成21年度からは市が所有する観光施設の指定管理者となり、民間のノウハウを活かし、傘下の会員や事業所とともに観光PRや食による観光振興事業を展開しています。

■ 留萌市のキャラクター

留萌市が全国に誇る水産加工品かずの子をイメージした、ゆるキャラ「KAZUMOちゃん」が平成23年度に誕生しました。

平成29年度には「かずの子応援キャラクター」として留萌市が公認し、市内で開催されるイベントのほか、市外や道外でのイベントにも積極的に参加し、留萌市の観光PRとかずの子のPRに一役を努めています。



■ 観光情報案内所

NPO法人留萌観光協会が運営する「おみやげ処お勝手屋萌」内において、留萌市の観光情報案内に加え、管内の観光情報の案内など、留萌地域の観光情報を発信しています。

また、店舗内では、地元の食材を使ったお土産品などの販売も行っています。



2) 留萌市の観光の課題

■ 観光スポットとしての知名度向上

留萌市には、全国的な観光地と肩を並べる観光スポットや、知名度が高い観光資源はありませんが、「食」や「景観」をはじめとする魅力ある観光資源を有していることから、地理的に近接する札幌市・小樽市など道央圏や旭川市、富良野市及び美瑛町など道北の有名観光地から観光客を誘導する方策が必要です。

■ 夏季集中観光からの脱却

留萌市の観光を支えているゴールデンビーチるもいの海水浴客は、市民をはじめとし上川や空知から多くの人を訪れるなど夏季のレジャースポットとして一定の知名度を有していますが、利用客は減少傾向にあります。

また、海水浴客は、その年の祝祭日や夏休みの間の天候によって大きく増減するなどの要素があり、年間を通じた観光客の誘致が重要と考えます。

このため、海水浴客に頼りきらない体験メニューでの通年型観光や、冬季観光の取り組みも今後必要となってきます。

■ 通過型観光からの脱却

留萌市の観光は海水浴客を中心に旭川市を中心とした近隣内陸部の市町村が多く、高規格幹線道路などのアクセス環境の整備が進んできておりますが、これだけでは、留萌市での滞在時間を延ばすことにはならず、地域経済への大きな波及効果を期待することができません。

このため、いかに地域で魅力ある観光資源を発掘し、磨き上げ、留萌市での滞在時間の延長を図るかといった方策が必要です。

■ 観光施設の老朽化対策

黄金岬海浜公園、沖見海浜公園、千望台休憩施設等の施設は、災害による破損や老朽化が進んでおり、観光客の満足や安全安心を確保するためには、適切な維持管理や更新、整備を図ることはもちろんですが、施設のバリアフリー化や外国人観光客に対応するトイレの洋式化など、観光客にとって魅力ある施設の整備を検討することが必要となります。

3. 観光を取り巻く環境の変化

1) ニーズの多様化

かつて主流を占めていた自然風景や名所・旧跡、温泉などを巡る観光に加え、地元ならではの体験や、特産品などの飲食を目的とした観光が増加しています。

修学旅行や教育旅行もかつての施設の見学から、農業・漁業や加工など職業体験などへの需要が高まっています。

国内旅行者だけではなく、外国人観光客においてもこれまでの大人数で画一的な団体旅行から、個人向け、家族や友人といった小規模な単位で行動する観光にシフトしてきており、観光に求めるニーズが多様化しています。

これらを総括すると、地域ならではの「食」や「景観」に加え、活動する体験（アクティビティ）などにより満足感をいかに提供できるかがポイントとなっています。

また、一部の外国人観光客においては富裕層も含まれていることから、ターゲットを絞ることができれば、必ずしも安価である必要はありません。

年々増加する北海道への外国人観光客は、中国や台湾、韓国、香港など東アジアからの観光客に加え、近年ではタイやマレーシアからも多くの観光客が訪れています。

留萌市においては外国人観光客を多く見られませんが、人口減少社会の中で国内の旅行市場は縮小していることから、これからの外国人観光客誘致は必要不可欠なものです。

2) 交通機関（移動ツール）の変化

旅客機やJR、都市間バスなどの既存のツールに加え、本州と北海道を結ぶ※LCCや北海道新幹線の開通など、新たに誕生するツールも存在します。

留萌市を訪れる観光客は、自家用車で訪れる客が大半を占め、外国人観光客においても、レンタカーで移動することが多く見られます。

移動費用を最小限とし、滞在地でかける消費行動は大きく、観光振興を進める上で地域への経済効果につなげる意味では、非常に重要なポイントとなります。

3) 社会環境の変化

出生率が低下する一方で平均寿命が伸びるなど「超少子高齢社会」の現象は、今後、更に顕著となり、これからの10年間では総人口は減少する傾向を示しており、観光も世代に合わせた内容に変わりつつあります。

※LCC：ローコストキャリア（Low Cost Carrier）の略称で、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

第3章 ビジョンの基本的な考え

- 情報通信技術の発展により、今ではインターネットが身近に利用できる環境となっています。旅行に行く前・現地・帰宅途中・帰宅後に欲しい情報が欲しい時に手軽に早く入手することができ、また、発信することも可能です。情報の発信元も観光客の受入先からのものだけではなく、実際に訪れた観光客からの発信も情報源となっております。
- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催後は、これまでの東アジア諸国からの観光客だけではなく、世界各国より多くの外国人観光客が訪れることが予想され、現在でも人気のある旭川市や札幌市から、どれだけ留萌市へ呼び込めるかが重要で、オリンピック・パラリンピック東京大会開催前の今から、効果的な情報発信が求められています。

訪日外国人来道者数(実人数)の推移

(北海道経済部観光局)

上段:人数(人)、下段:前年度対比(%)

年 度	総 数	内								訳						
		ア ジ ア								ヨーロッパ		北米		オセアニア		不明 その他
		中国	韓国	台湾	香港	シンガポ ール	その他アジア		小計	ロシア	その他	米国	カナダ	豪州	その他	
平成24年度	790,400	102,200	123,600	280,800	72,600	23,500	22,000	37,000	661,700	11,100	-	23,700	9,400	29,400	-	55,100
(2012年度)	138.7	100.8	137.8	146.9	129.2	132.8	177.4	381.4	138.3	150.0	-	145.4	142.4	143.4	-	135.7
平成25年度	1,153,100	158,300	141,600	415,600	167,300	35,600	36,400	66,800	993,600	12,100	-	33,500	10,700	35,400	-	66,800
(2013年度)	145.9	154.9	114.6	148.0	147.8	151.5	165.5	267.0	150.2	118.0	-	141.4	113.8	120.4	-	121.2
平成26年度	1,541,300	340,000	201,100	472,700	120,200	40,900	49,300	128,300	1,352,500	12,800	-	41,800	13,700	38,700	-	81,800
(2014年度)	133.7	214.8	142.0	113.7	112.0	114.9	135.4	129.9	136.1	97.7	-	124.8	128.0	109.3	-	122.5
平成27年度	2,080,000	554,300	299,500	547,800	165,100	49,800	76,300	155,200	1,848,000	10,200	-	52,700	16,100	46,500	-	106,500
(2015年度)	135.0	163.0	148.9	115.9	137.4	121.8	154.8	121.0	136.6	79.7	-	126.1	117.5	120.2	-	130.2
平成28年度	2,301,200	546,800	424,300	529,800	170,800	60,700	125,800	168,700	2,026,500	10,300	-	65,100	20,100	48,200	-	131,000
(2016年度)	110.6	98.6	141.7	96.7	103.5	121.9	164.9	108.7	109.7	101.0	-	123.5	124.8	103.7	-	123.0

4. ビジョン策定にあたり重視すること

本ビジョンの策定に当たっては、第6次留萌市総合計画（前期基本計画）の5年後に目指す姿をイメージするとともに、留萌市の観光を取り巻く現状を踏まえながら、留萌市の観光の魅力を向上させるため、次の視点を重視しながら展開します。

1) 観光資源の発掘と磨き上げ

留萌市は国内や道内の有名観光地と肩を並べるような観光資源は少ないが、歴史に育まれた文化、市民が愛着を持つ景観、四季折々の豊富な食資源などが存在します。

こうした貴重な資源を次世代に引き継ぎつつ、さらに磨き上げることで時代のニーズに合わせた観光資源づくりを目指します。

地元ではあたりまえ過ぎて、気づかれることがないまま埋もれている素材を掘り起こし、再評価することで、他の観光地に負けない新たな特色ある資源として育て上げ、効果的に情報を発信していきます。

2) 外国人観光客の受け入れによる交流人口の拡大

今後も増加が見込まれる訪日外国人観光客の獲得のため、ターゲットを明確化し、そのために必要な受入態勢の整備と、プロモーションを展開します。

広がりや深みのある魅力ある観光地域づくりを進めるため、道北の主要都市や近隣市町村などとも連携しながら広域的な視点で取り組みます。

3) 多様な担い手との連携・協力による「人情港町留萌」ブランドの向上

行政のみならず、農業者や漁業者など様々な事業者や市民が連携、協力しながら「留萌市ならではのおもてなし」により、人情港町留萌の良さを体験・体感できる、留萌市ならではの観光を創りあげます。

第4章 観光振興に向けた基本理念と施策の展開

1. ビジョン推進のための基本理念

留萌市観光振興ビジョンは、留萌市観光の特徴や課題、環境の変化を踏まえ、地域の強みである「食」と「景観」に留萌市ならではのおもてなしの心を加えながら、人情港町留萌ブランドの向上を目指すこととします。

そのため、次の3つの柱を基本理念とし、施策に取り組み・展開させます。

基本理念と施策の展開方針

基本理念

I 「食」と「景観」に続く新たな資源の発掘と磨き上げ

施策の展開方針

地域資源の有効活用による観光振興

基本理念

II ニーズに即した受入態勢と情報発信の強化

施策の展開方針

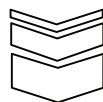
戦略的な情報発信とプロモーションによる観光振興

基本理念

III 留萌市の観光を支える人材と受け入れ環境づくり

施策の展開方針

市民みんなが「おもてなしの心」をもって観光振興



人情港町留萌ブランドの向上

2. 観光振興に向けた施策の展開

基本理念

I 「食」と「景観」に続く新たな資源の発掘と磨き上げ



施策の展開方針

ー 地域資源の有効活用による観光振興 ー



【戦略プラン】

- 留萌が誇る「食」「景観」を引き続きPRし、なかでも「食」は物産振興と一体となった展開を行います。
- 埋もれた地域資源を掘り起し、新たな観光資源として育て上げます。
- ゆるキャラ「KAZUMOちゃん」を活用するなど、多様な観光プロモーションを実施します。

施策1 物産振興と一体となった観光PRの推進

留萌市が誇る農産物や水産物、水産加工品を貴重な観光資源ととらえ、特産品である「かずの子」を中心とした物産振興と一体となって展開します。

【取組の方向性】

- ・ 日本一の生産量を誇る「かずの子」を使った新メニューの開発など、特産品の消費拡大に向けた取り組みと一体となって、観光PRを行います。
- ・ 魚網外し体験や乾燥野菜づくり体験、寿司握り体験など、留萌市ならではの体験メニューを確立させ、観光商品として提供します。
- ・ 留萌市独特の食文化であるバーベキュー「るもい浜焼き」のPRを拡充します。

施策2 埋もれた観光資源の発掘と磨き上げ

普段は気にも留めない食事や風景、文化や行事などから新たな観光資源を発掘し、さらに質の高いものに磨き上げ、魅力的な観光資源として活用していきます。

【取組の方向性】

- けあらしや波濤、雪や寒さ、吹雪といった外国人が好む自然を観光資源として磨き上げ、冬期間の観光客誘致につなげます。
- 貴重な文化財や神社仏閣を生かした体験観光ルートの構築を目指します。
- 留萌市が誇れる美しい海や礼受牧場の菜の花、千望台休憩施設付近の景観維持を今後も継続します。
- 「健康の駅」を活用し、健康都市宣言をする留萌市ならではの観光商品の提供を検討します。
- 継続的な音楽合宿の受け入れのための支援策を検討します。

施策3 道内外に対する効果的な誘客活動の推進

平成29年度に「かずの子応援キャラクター」として留萌市が公認したゆるキャラ「KAZUMOちゃん」を活用しながら、「かずの子のマチ留萌」を多様な観光プロモーションでPRします。

【取組の方向性】

- 「目で訴える留萌市の魅力」を広めるため、ポスターやリーフレット、インターネットなどを活用した情報発信を引き続き行うとともに、KAZUMOちゃんを活用したPRによる留萌市の知名度向上やイメージアップを図ります。
- 東京都で開催される「留萌マルシェ」や「三省堂書店」での催事、東京、大阪、名古屋、札幌などの各卸売市場の催事にKAZUMOちゃんが参加し、PR活動を通じ積極的な「かずの子のマチ留萌」の知名度向上に努めます。
- KAZUMOちゃんをラッピングした車両で道内イベントを周り、留萌市のPRを行います。

基本理念

Ⅱ ニーズに即した受入態勢と情報発信の強化



施策の展開方針

－ 戦略的な情報発信とプロモーションによる観光振興 －



【戦略プラン】

- 多様な媒体の特性を活かした戦略的な情報発信を行います。
- ニーズに即した外国人観光客への対応や市域を越えるモデルコースの設定など、広域でも連携しながら外国人観光客を呼び込みます。
- 効果的な取組を立案するため必要なデータ収集を行うとともに、地域での稼ぐ力を着実に高めていくため、留萌地域版※DMOの設立に向けた検討をします。

施策1 SNSなど特性を活かした戦略的な情報発信

近年利用者が急増し、多くの機関で導入が進んでいる※SNS等を活用し、受け手にとって関心の高い情報を発信します。

【取組の方向性】

- ・ 紙媒体とデジタル技術を融合した情報発信など、受け手のニーズや発信媒体の特性を踏まえ、効果的に情報発信を行います。
- ・ 旬の食材や、四季折々の風景をリアルタイムで発信し、地域の強みである「食」と「景観」をPRします。

※DMO: 官民などの幅広い連携によって地域観光を積極的に推進する法人組織 (Destination Marketing/Management Organization) の略称

※SNS: インターネットのネットワークを通じて、人と人をつなぎコミュニケーションが図れるように設計された会員制サービス (Social Networking Service) の略称

施策2 インバウンドの拡大

オリンピックの開催国はアトランタ五輪以降、海外からの観光客数が減少した国は見当たらず、今をチャンスと捉え、外国人観光客を留萌市へ呼び込みます。

【取組の方向性】

- 増加する個人旅行の外国人旅行者をターゲットに、地域性を活かした体験メニューを加え、ニーズに即した観光メニューの構築を目指します。
- 外国人観光客に人気の高い旭川市や札幌市から、留萌市へも足を運んでもらえるよう、「あさひかわ観光誘致宣伝協議会」や「日本のてっぺん。きた北海道広域観光周遊ルート協議会」などに参画しながら、留萌市のPRを実施します。
- Wi-Fi環境の充実や指さしシートの普及により、商店街や飲食店での外国人観光客の満足度の向上を図り、リピーターの獲得を目指します。

施策3 地域版DMO設立に向けた検討

観光客からの外貨を獲得するため、データを根拠とする明確なコンセプトに基づいた、観光戦略を検討します。

【取組の方向性】

- 各種データの収集・分析や、戦略の整合性に関する調整等を行う組織、「留萌地域版DMO」の設立に向けた検討を行います。
- 観光消費額の増加に向けた取り組みを実施します。

基本理念

Ⅲ 留萌市の観光を支える人材と受け入れ環境づくり



施策の展開方針

— 市民みんなが『おもてなしの心』をもって観光振興 —



【戦略プラン】

- 安全安心を最優先とした適切な施設整備や管理より、良質な観光基盤を維持・確保します。
- 観光を担う団体の発展を支援し、「おもてなしの心」を持った人材の育成、サービスの向上を図ります。

施策1 観光客の受け入れ基盤の整備

安全安心で良質な観光基盤を維持・確保し、施設の整備や修繕を適切に行い、観光客の憩いの空間を創出します。

【取組の方向性】

- ・ 各施設においては老朽化が進んでいる部分もありますが、安全安心を最優先に、整備に関する優先順位を付けながら、適宜施設整備を図ります。
- ・ 外国人観光客に対応したトイレの洋式化など、施設の利便性の向上に努めます。
- ・ 船場公園を留萌管内の交流拠点と位置付け、市街地へも流れるような方策を検討します。
- ・ 閉校した校舎などの遊休施設を、合宿や体験学習の拠点としての活用を検討します。
- ・ 宿泊による滞在時間の延長を目指すため、民泊の可能性について検討します。

施策2 観光客の受け入れ態勢の整備

観光に関わる人材の育成・確保を図り、観光サービスの質の向上に努めます。

【取組の方向性】

- ・ 地元飲食店や観光スポットなどを訪れる方々を、市民も案内・説明できるような取

第4章 観光振興に向けた基本理念と施策の展開

り組みを行うNPO法人留萌観光協会を支援し、観光案内機能の充実強化を図ります。

- ・ 観光案内所での観光情報、おみやげ処お勝手屋「萌」の物産情報などPRや売れる商品づくりの充実強化を図り、その後の顧客の確保やリピーターの増加に努めます。

施策3 ゾーンでの展開

留萌市には海と山間部を配しており、港から栄えたまちづくりとなっているため、港・海岸部・山間部のゾーンによる観光振興を検討します。

千望台周辺

①健康づくりと歩いて楽しい森林

るるもっぺ憩いの森を「資源としての森林を育てる環境学習の場」や「ハイキングや林間ウォーキングコースなどの健康増進の場」として利用しやすいように案内板の設置、また、森林の中で実施可能な森林浴、バードウォッチングやオリエンテーリングな場として活用できるよう提供します。

②休憩施設の利用提供

トレッキングコースの終始発点としての活用や訪れる人たちの休憩機能を充実させ、また、軽食提供については民間事業者の営業により、留萌市らしさをイメージするネーミングや食材などでインパクトを与え、滞在時間の延長と再訪を図ります。

礼受牧場・浜中海岸周辺

①観光及びレクリエーションスポーツの場としての提供

礼受牧場は、日本海と暑寒別岳が眺望でき、自然エネルギーを利用する風車群があり、観光景勝地として活用する。また、菜の花やひまわりを栽培し、家族で楽しめる場としての可能性を検討します。

②浜中海岸周辺

海浜地での自然を楽しむ観光客や春から秋にかけてはオロロンラインのドライブ途中の休憩スポットとして提供します。

③旧留萌佐賀家漁場

ニシン漁撈具などの歴史的な価値を有する史跡であり、産業遺産などの見学ツアーを説明付きで参加できる内容と合わせ、学習的な要素も盛り込んだ学びの場としての提供を検討します。

沖見海岸・黄金岬周辺

①利用者目線による海水浴場開設

海水浴客の利便性を考慮した海浜や海水浴場として、便益あるいは飲食の提供・物販の実施など、民間のノウハウをもって施設の管理運営を行います。

②環境整備

全長約1kmの人工海岸（沖見海岸）のほか黄金岬では、家族連れでの行楽や憩いの場として利用者が安全安心に利用できる環境の整備や美しい海岸の保持に努めます。

第4章 観光振興に向けた基本理念と施策の展開

③学習活動としての場

海のふるさと館は留萌市の歴史を学ぶ場として、また、日本海を一望できるロケーションであることから、休憩所的な活用も大きく望まれています。また、るもい浜焼きの会場としてPRし、交流人口の増加を図ります。

④キャンプ場の開設

ゴールデンビーチは、海浜キャンプのほか、芝生サイトをキャンプ場として使用し、また、黄金岬キャンプ場は、現状維持で提供します。

⑤ビーチスポーツの推進

道内の他の海水浴場と差別化と魅力付けを図るため、継続開催中のビーチバレー大会や砂地を活用したスポーツなどが利用できる海水浴場としてPRします。

⑥海水浴期間以外の利活用

イベントゾーンとしての活用では、駐車場も確保できる留萌市内で数少ない場所であり、オートキャンプ、アウトドアスポーツ、シアターなどの屋外イベント会場として利用を進めます。

留萌港周辺

①親しめる港

地理的条件からも港湾から栄えたまち留萌市は重要港湾留萌港を有しており、南岸ではレトロ調な雰囲気のある石造り倉庫群や防波堤、灯台などの歴史的な施設があります。

これまでもイベントや客船寄港時のおもてなしの場として岸壁を活用しており、今後も親しめる港としての施設利活用を図ります。

②副港周辺

旧北海道合板が撤退し、かつては倉庫工場建物や敷地を利用していたイベントが開催されていました。

建物が無くなった現在では、駐車場などイベントの付帯会場として利用されていますが、中心市街地に隣接していることから交流人口の増加に資する価値も高く、イベント会場としての可能性を検討します。

藤山・幌糠周辺

①風土工房こさえるの活用

地場産品を知ってもらうことや農作業を通じて体験型の観光を提供できるように、関係団体などと連携し、滞在型観光の提供を図ります。また、農産物を活用した新商品開発などの拠点として利用を進めます。

②幌糠農業・農村支援センターの活用

未利用教室を活用し、農業体験を主体とした農泊への展開を検討します。

第5章 ビジョンの進行体制

超少子高齢社会を迎え人口減少が加速するなかで、観光による地域の活性化は最も有効な手段と考えられています。

地域からの提案が高まることに従い、「訪れたいマチ」から「住みたいマチ」へと地域との関係性は深まっていきます。その場所に訪れたい、その地域の人と交流してみたい、そして最終的にはその地域に住みたいと思ってもらうため、地域ブランドを全体的にマネジメントしていく必要があります。

人口減少に歯止めをかけるために

この地域に住みたくなるほど、地域への思いを募らせるためのプロセスが観光振興であると言われています。

観光振興は様々な業態がそれぞれに連携し、進めていく必要があります。行政、市内・市外の団体などと進めていく方向性を確認し、ビジョンを共有していくことがこれからも求められます。

実質的な展開には行政のみだけではなく、NPO法人留萌観光協会をはじめ、市民、民間企業等とも連携・協力しながら一体となって取り組まなければなりません。

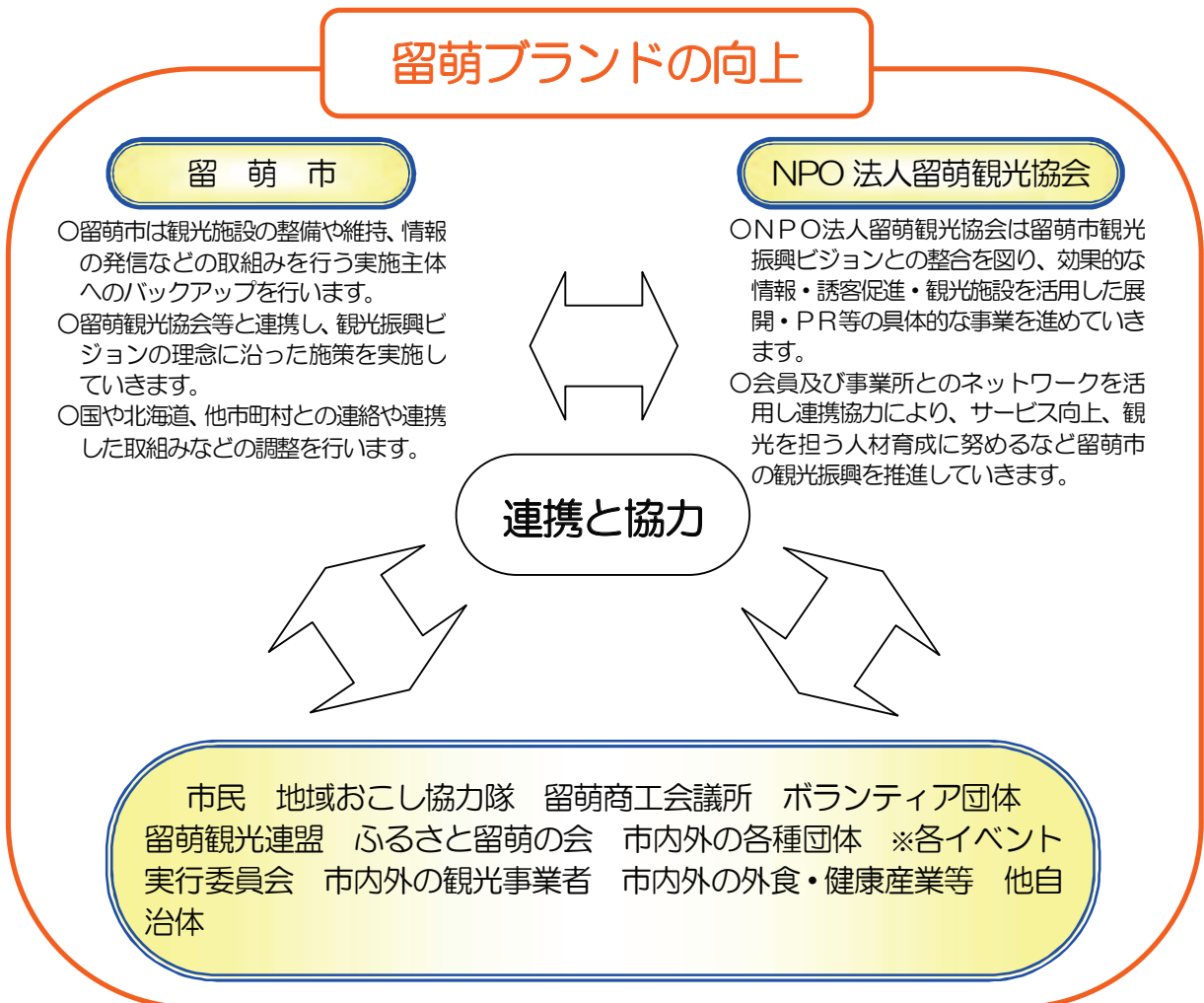
観光を取り巻く状況は、ニーズや志向、国内外の景気の状態や災害の影響などにより、今後も刻々と変化していくものと予想されることから、ビジョンに基づく施策の推進にあたっては、こうした環境の変化に対応するため観光振興施策に必要な見直しを行います。

施策を実現する手段である個別事業の実施については、毎年度ローリングを行い、実施において事業の成果を検証・評価しながら適切な内容や手法を検討し、観光振興に資するためにPDCAサイクルによる検証、見直しや事業の再構築を進めていきます。

連携と協力

観光による地域の活性化については、市内外の様々な業態が連携し、協力して進めていく必要があります。留萌市の観光をどう進めていくか情報の共有をし、NPO法人留萌観光協会がけん引役となり、様々な業種業態とともに連携しながら取り組まなければなりません。また、それには市民ひとり一人が観光で訪れる方々を温かく迎えるという思いが大切になります。

『人情港町留萌』の心でおもてなし



※各イベント実行委員会

るもい呑涛まつり実行委員会、うまいよ!るもい市実行委員会、萌っこ春待里実行委員会、川まつり実行委員会、ビーチバレー実行委員会、オロロン・サマーフェスティバル実行委員会、など

留萌市観光振興ビジョン 2018

平成30年3月策定

発行 留萌市 地域振興部 経済港湾課
〒077-8601
北海道留萌市幸町1丁目11番地
TEL 0164-42-1840
FAX 0164-42-4273
MAIL kankou@e-rumoi.jp
URL <http://www.e-rumoi.jp>