



稚内市観光振興ビジョン

【改訂版】

2018（平成30）年

稚内市

目 次

はじめに	2
《第1章》 「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」について	
1 「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」の基本的な考え方	3
2 「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」の期間	3
《第2章》 「稚内市観光振興ビジョン」と「10の展望」	
「観光都市わっかない」の目指すところ【将来像（ビジョン）】	4
将来像（ビジョン）を実現していくための「10の展望」	5
展望1. 新たな体制の構築【DMOの設立】	6
展望2. 広域観光の推進	6
展望3. 観光施設の基盤整備	7
展望4. 交通基盤整備の推進	7
展望5. 観光資源の見直し・発掘	8
展望6. 観光情報の発信	9
展望7. 「観光都市わっかない」のプロモーション	10
展望8. MICE等の誘致促進	10
展望9. 外国人観光客の誘致促進	11
展望10. 観光客の満足度向上	12

別冊 《参考資料》

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

はじめに

国は、「観光先進国」に向けて、2016（平成28）年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン ―世界が訪れたい日本へ―」を策定し、その中で「3つの視点」を示しています。

観光振興への取り組みは、観光庁のみならず、様々な省庁においても観光を意識した施策等が展開されており、2020年、2030年の訪日外国人旅行者数の目標値を達成するためのインバウンド対策については、日本の歴史や文化、自然景観など様々なコンテンツを活用したプロモーションや受入事業等が取り進められ、世界における外国人旅行者受入数ランキングにおいては、年々、順位をあげているところです。

このような追い風の中、本市においては、観光客誘致を進めるにあたって、平成28年度に国から認定された、広域観光周遊ルート「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」の事業展開や、新たな観光地経営を推進するための「DMO」の設立に向けた準備が進められているところですが、国や北海道の施策等を踏まえた事業を展開することが、より効率的、効果的であり、今後の国や北海道の観光に対する将来動向をはじめ、各地域における観光振興への取り組み、観光市場や社会情勢の変化など、より多くの情報収集に基づいた取り組みが求められています。

「明日の日本を支える観光ビジョン ―世界が訪れたい日本へ―」

【2016（平成28）年3月策定】

観光先進国への3つの視点

- ◎視点1 「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」
- ◎視点2 「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」
- ◎視点3 「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

《第1章 「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」について》

1 「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」の基本的な考え方

2015(平成27)年3月に策定した「稚内市観光振興ビジョン」については、2010(平成22)年3月に策定された「稚内市観光振興計画」の考え方や内容の一部を引き継ぎながら、外的な要因の変化に左右されることのない観光客に選ばれる観光地づくりを目指し、「観光都市わっかない」の将来像(ビジョン)を明確にした上で、それらを実現していくための主な取り組みを「展望」として整理をしたものでした。

「稚内市観光振興ビジョン」は、その期間を3年間として策定しており平成29年度をもって期間が満了となることから、これまでの「観光事業」における様々な取り組みに関する検証や、現状及び将来的な観光動向を踏まえ、「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」として内容の見直しを行うこととしました。

本ビジョンにおいて示す「観光都市わっかない」の実現のため、観光産業を進めています。その場面や状況により、観光事業に携わる人や地域に暮らす人の協力が今まで以上に必要となります。

また、今後は、より地域に適した形で観光産業をマーケティング・マネジメントでできる新たな枠組みを構築することが必要と考えられ、その枠組みができることにより、行政や事業者などと、状況に応じた役割分担や自由な発想による新たな事業が展開されやすくなり、地域全体で観光客を温かく迎え入れる体制づくりが整備されることで、地域経済においても好循環をもたらすことができ、最終目的である「観光都市わっかない」が実現されると考えます。

2 「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」の期間

「稚内市観光振興ビジョン（改訂版）」の期間については、2018(平成30)年度からとし、今後の観光動向、社会情勢等の変化や、「稚内市総合計画」の内容と整合性を図りながら、その内容について5年を目途に見直しを行います。

「観光都市わっかない」の目指すところ

【将来像（ビジョン）】

● 「日本のてっぺん」を活かした魅力ある観光地づくり

「日本のてっぺん」稚内にしかない、最北の自然と景観、そして、風土といった地理的特性を活かした、「日本唯一」の魅力ある観光地づくりを進める。

● 国内外の観光客へ配慮した受入体制づくり

団体観光客の誘致を継続的に実施するとともに、近年増加している外国人や個人・グループといった観光客へ配慮した受入体制や体験メニューの整備を進める。

● おもてなしの心をもった基盤づくり

稚内市民が、おもてなしの心をもって、一人ひとりの観光客を温かく迎え入れる基盤づくりを進める。

● 「稼げる」地域づくり

近隣市町村と連携しながら、効果的・効率的な集客を図る「稼げる」地域づくりを進める。

● 観光客に選ばれるまちづくり

「日本のてっぺん・稚内」の魅力を日本中に、さらには世界へ広めることで「訪れてみたいまち」「また行きたいまち」と、観光客に選ばれるまちづくりを進める。

将来像（ビジョン）を実現していくための「10の展望」

展望1. 新たな体制の構築【DMO^{※1}の設立】

展望2. 広域観光の推進

展望3. 観光施設の基盤整備

展望4. 交通基盤整備の推進

展望5. 観光資源の見直し・発掘

展望6. 観光情報の発信

展望7. 「観光都市わっかない」のプロモーション

展望8. MICE^{※2}等の誘致促進

展望9. 外国人観光客の誘致促進

展望10. 観光客の満足度向上

※1 DMO（ディー エム オー）：Destination（観光地）、Management（マネジメント）／Marketing（マーケティング）、Organization（組織）の頭文字をとった造語で、観光地経営の視点に立った観光地域づくりを行う舵取り役となる法人

※2 MICE（マイルス）：Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive travel（報奨旅行）、ConventionまたはConference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一つの形態

展望1. ディーエムオー 新たな体制の構築【DMOディーエムオーの設立】

「観光都市わっかない」の実現に向かって、魅力ある観光地づくりを進めるためには、「観光事業」に携わる団体や人をはじめ、地域に暮らす人も含めた多様な世代の人たちが、様々な取り組みについて「自分事」として考え、自らの役割を果たすことが強く求められます。

このため、今ある組織・事業体制の見直しを図るとともに、魅力ある観光地づくりに向けた建設的な議論を展開できる新たな体制として「DMOディーエムオー※」を設立し、「観光事業」を地域全体の取り組みとすることで、地域経済に好循環をもたらす仕組みづくりを進めていきます。

※DMO【Destination（観光地）Management（マネジメント）/Marketing（マーケティング）Organization（組織）】

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人（観光庁ホームページより抜粋）

展望2. 広域観光の推進

観光客が観光行動を起こす背景には、何らかの観光目的が存在し、観光行動は観光需要と観光目的地における観光資源等の供給が合致した時に起こるものです。

より多くの観光需要に対応できる観光資源等の供給があることは、観光目的地化を進める地域での強みになると同時に観光客にとっても有意なものと成り得ます。

また、広域観光を推進することは、連携した地域を1つの観光地として、それぞれが持つ観光資源等の相乗効果により奥行きある観光行動の場づくりになるとともに、連携する他の地域への観光客を自分たちの地域に取り込むことにも繋がることから、積極的に近隣自治体との連携を図ることで多様な観光行動の場の創出

を進め、道内外さらには国外へのPR及び誘客を行っていきます。

稚内市は、「日本のてっぺん」というその地理的な特性から優位性を持つ一方、「発地から一番遠いまち」という劣位性も有しており、陸路での移動距離ということのみに着目すれば、観光客の心理的な負担は大きなものであるに違いありません。

しかしながら、観光行動の中では移動も1つの楽しみに成り得ることから、発地から稚内までの移動において、観光客が満喫できる仕組みづくりを行っていくことが重要です。

“長距離”や“長時間”の移動といった観光地としてのマイナス要素を解消するために、2016（平成28）年6月に国から認定された「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」において、日本海オロロンラインやオホーツクラインをはじめ、国道40号も含めた沿線自治体との陸路移動ルートにおける広域観光を推進する様々な取り組みが実施されており、2020年度までの期間、国からの支援も継続されることから、これまでの成果等の有効活用や、連携した取り組みを進めながら、観光客誘致のための効果的な事業の推進を目指します。

展望3. 観光施設の基盤整備

観光客にとって観光情報の収集や休憩等のために訪れる観光施設は必要不可欠であるとともに、昨今では観光施設等に外国人観光客のための無料公衆無線LAN（Wi-Fi）環境を整備する自治体等も少なくありません。稚内市においては、2016（平成28）年度に市内5か所の観光スポットに無料公衆無線LAN（Wi-Fi）環境を整備しましたが、観光客にとっては、各所の観光施設においても情報基盤が整備されていることが望まれていることから、引き続き、情報基盤の整備を進めていきます。

また、観光施設自体及び周辺地域に新たな付加価値を創出し、施設機能を高めるとともに、施設周辺地域で長時間滞在できるような仕組みへと繋げ、観光客のみならず、市民にとっても利便性が良く、賑わいのある環境づくりを目指します。

展望 4. 交通基盤整備の推進

稚内市までの主要交通網は「空路」「陸路（道路）」「鉄路」「航路」です。

「空路」については、羽田（東京）及び新千歳（札幌）と通年運航されており、「陸路（道路）」は主に国道 40 号及び 238 号、道道 106 号線（稚内天塩線）、「鉄路」は宗谷本線、「航路」は利尻礼文航路のほか、稚内とコルサコフを結ぶサハリン航路があります。

稚内市までのアクセスの利便性を高めることは、移動距離や移動時間の短縮を図り、観光客の負担を軽減することはもとより、観光地として選択してもらうにあたって重要です。

これまでも「空路」では、夏季間繁忙期における航空機材の大型化や通年運航便に加えた季節運航便の就航を実現しており、「陸路（道路）」においては、国に対し、一般国道 40 号の高速・高規格化を要望しているところです。乗客の大量輸送が可能な「鉄路」は、道内観光のうえで重要な交通手段であるとともに、交通の結節点である稚内と各地を結ぶ役割は大きく、関係自治体及び関係団体等と連携を密にしながら、引き続き、維持・存続に向けた取り組みを進めていきます。

また 2 次交通対策として、観光客が地域内での行動範囲を広げることができるよう、バス・タクシー事業者、レンタカー事業者等関係機関との検討・協力のもと、多様な移動手段の構築を目指していきます。

現在、国においては、2020 年度から稚内空港を含む道内 7 空港の空港運営に関して一括で民間委託を実施する予定であることから、実施後においては、観光客の動向に大きな変化をもたらす可能性があります。今後の空港民間委託に関する情報等を注視しつつ、国際線を含む LCC 運航の検討も視野に入れ、官民一体となった体制づくりを進めていきます。

展望 5. 観光資源の見直し・発掘

稚内市には「自然」「文化」「食」「再生可能エネルギー」「サハリン」などの観光資源が豊富にあります。観光客の興味を刺激するものとして、観光資源の魅せ方や

伝え方など、付加価値を高める工夫が必要であり、観光客の目にどのように映るかを意識しながら、観光資源の見直し（磨き上げ）を進めていきます。

また、既存の観光資源にとらわれることなく、普段この地域に暮らす自分達にとって何気ないものが観光資源に成り得るという視点も併せ持ちながら、新たな観光資源の発掘に努め、魅力ある観光地づくりを進めていきます。

展望6. 観光情報の発信

観光客を迎えるにあたって観光情報を発信することは非常に重要なことです。

例えば、これから観光行動を起こそうと考えている潜在的な観光客にとって、観光目的地と成り得る先の情報が無ければその選択肢にすら成り得ません。

また、「最北のまちに行きたい」という理由から初めてこの地を訪れる国内外の観光客にとっても、「地域の観光情報が発信されていない」という状況であれば、この地域に良いイメージを抱いてもらうこともできません。

近年増加傾向にある外国人や個人・グループの観光客については、滞在中におけるシーンにあった良質な観光情報を、インターネットやSNS（フェイスブック、インスタグラムなど）、観光案内所を通じて入手することが求められています。

こうしたことから、本市がもつ観光資源の具体的な情報を旅行前・旅行中の観光客に対し、的確に発信する必要があり、時代や観光客層に適した媒体による情報発信を推進しながら、観光情報の集約化や内容の充実・強化を図ります。

展望7. 「観光都市わっかない」のプロモーション

プロモーションの目的は、観光地として選択してもらうための（潜在的）観光客に対するアプローチの第一歩であり、観光目的が多様化しているからこそ、プロモーションは端的でわかり易く、かつ、鮮烈なイメージを持つものであることが望まれます。

「観光都市わっかない」のプロモーションを進めていくにあたっては、「日本のてっぺん」という地理的な優位性を大切にしつつ、魅力ある観光地づくりに連動した継続性と話題性を兼ね備えたプロモーションを、航空会社・旅行会社・メディアなどに対し展開していきます。

また、年齢層など誘客のターゲットを定め、雑誌やインターネットなどの様々な広告宣伝媒体を活用し、宣伝手法に変化をつけるなど、戦略的なプロモーションを進めていきます。

展望 8. ^マイ^ス MICE等の誘致促進

^マイ^ス MICEとは「Meeting（会議、セミナー）」「Incentive travel（報奨旅行）」「Convention または Conference（学会、国際会議）」「Exhibition または Event（展示会、イベント）」の頭文字をとったものであり、大きな集客が見込まれる経済効果の大きいビジネス関連の事業が多いことから、国を挙げた取り組みが進められるとともに、その誘致に取り組む地域も増えてきています。

また、昨今ではこれまで高額なイメージがあったクルーズ船での「船旅」が一般的になりつつあり、クルーズ人口が飛躍的に増加している中、クルーズ船寄港地での経済効果は、旅客や船員等による個人消費に加え、寄港地での食料、船用品等の調達を加えるとさらに大きなものとなります。

こうした MICE やクルーズ船の誘致は、多くの方に稚内へ訪れてもらうための機会の創出と成り得るだけでなく、MICE 関連事業等の継続開催や個人的な観光旅行へのアプローチにもなるなど、地域への好循環を生み出す可能性を持ち合わせていることから、今後の稚内市の観光振興、さらには地域経済の活性化に向けて、官民、地域挙げて、コンベンションまたはフィルムコミッションの体制の整備と受入強化を進めていきます。

展望 9. 外国人観光客の誘致促進

我が国への訪日外国人旅行者数は、2016（平成 28）年に 2,000 万人を超え、2020 年のオリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定に伴い、更なる観光立国の推進を図るため、訪日外国人旅行者数 4,000 万人という目標が掲げられる中、札幌市においても冬季オリンピック・パラリンピックの開催地として立候補を表明されているところであり、開催が決定すれば国内のみならず、世界各国から選手や競技関係者、観客が北海道へ訪れることとなります。

国を挙げての外国人観光客の誘致が進められる中、稚内へも、特に台湾や香港をはじめとするアジア諸国からの来訪が多くなっている状況にあります。

これまで外国人観光客の誘致を進めるにあたっては、「稚内外国人観光客誘致受入実行委員会」を中心に関係団体等と連携しながら、商品造成及び情報発信のため、国外航空会社や旅行会社、マスメディア等の招聘事業や現地を訪問してのセールスコール等を行っているところです。

今後は各国の観光行動の分析を行い、ターゲットとする国を絞ったこれら誘致活動に加え、その国の旅行形態にあった商品の提供や、受入環境の整備に努めることとし、さらには、今後においても世界各国からの外国人観光客の増加が予測される中においては、よりグローバルな視点から広域的な観光地づくりを考えながら、観光行動への支援強化を図ります。

展望 10. 観光客の満足度向上

稚内市を訪れた観光客を対象にしたアンケートによると、「来訪回数が1回目」という回答が半数となっています。

この結果は、リピーターが少ないことを意味しており、この地域に足を運んでくれた観光客に、「また来たい」と思わせる良いイメージを残してもらうことが重要です。

そのためには観光客一人ひとりの満足度を向上させることが求められます。

観光客それぞれの「何か」を満たすためには、「きっかけ」となる地域での活動

の場や活動メニューの提供など、「感動」を醸成するような演出が必要であることから、既存の体験観光メニューや観光スポットにおける演出等の見直しをはじめ、新たな活動メニュー等の創出を図ります。

そうした中で創出された活動メニューが、人との出会いや交流を促進させ、また、「日本のてっぺん」の変わらぬ壮大な自然・風景と融合されることにより、新たな感動をもたらすことで、滞在時間の延長や宿泊延数の増加、またはリピーターの増加に繋がることを期待できます。

また、観光客が、稚内市での滞在期間中に安心して過ごしてもらえるよう、防災情報などの入手・伝達手段や医療機関との連携体制の整備も必要と考えます。

観光客の「感動」がいつ、どのような場面で起こるかの状況を把握し、「きっかけ」づくりやその演出において、観光客へ「感動」を与えることができる配慮や、このまちでの観光を楽しもうと来てくれている観光客を地域全体で温かく迎え入れる体制づくりを整え、観光客の満足度向上を目指していきます。

【観光振興ビジョン（改訂版）における定義について】

- (i) 観光の主体は観光行動を起こす「観光客」であり、観光事業者が主体となる観光は成立しないこと。
- (ii) 観光行動が地域で展開されることを目指すのが「観光地づくり」であり、観光地とは観光行動の場であること。
- (iii) 観光行動は「個人」、「観光地」、「社会的背景」の3つの要素が出会った場面で起こること。
- (iv) 観光客を“主体”として、観光客の行動を「観光」と表現する。
- (v) 観光客を“客体”として扱う立場からの観光を「観光事業」と表現する。