

**北見市観光推進プロジェクト**  
**2019 – 2023**

**2019年3月**

**北見市**

# ◆◆目次◆◆

1章 北見市観光推進プロジェクト策定の趣旨	
1.北見市観光推進プロジェクト策定の趣旨	1
2.プロジェクトの位置付け	1
3.プロジェクトの期間	1
2章 北見市の概要	
1.北見市の概要	2
2.北見市の産業	3
3章 北見市の観光の現状	
1.北見市の観光入込客数	5
2.オホーツク圏における北見市の観光	7
3.北見市の観光資源の評価	9
4.観光に対する市民意識	12
4章 北見市の観光の特徴と課題	
1.北見市の観光の特徴	15
2.北見市の観光の課題	16
3.北見市の観光に求められること	17
5章 北見市の観光推進の基本方針	
1.北見市の観光振興で目指す姿	19
2.北見市の観光振興のテーマ	20
3.北見市観光推進の基本方針	22
6章 北見市観光推進プロジェクト	
1.ハッカをテーマにした北見市の観光イメージづくり	25
2.小さな旅づくりとネットワーク	26
3.インバウンドの推進	27
4.広域観光の推進と拠点都市機能の構築	28
5.北見シティ・プロモーションの推進	29
6.まちぐるみの観光推進	30
7章 北見市の観光推進体制	
1.北見市の観光推進体制	31
2.まちぐるみ観光推進の基本的考え方	32
3.北見市観光推進の評価指標	33
【参考】	
1. 策定委員会・検討部会の開催	34
2. 策定委員会・検討部会 名簿	35

# 1章 北見市観光推進プロジェクトの策定の趣旨

## 1.北見市観光推進プロジェクト策定の趣旨

北見市の観光施策は、合併直後の2007年（平成19年）に組織的・戦略的に観光を推進するため、「第1次新北見型観光推進プロジェクト」を策定し、3年ごとに見直ししながら施策の実現に向けた取組を進めてきました。

2018年度で、現計画である「北見市観光推進プロジェクト2016-2018」が終了しますことから、これまでの取組、北見市の新たな総合計画との整合性などを勘案し、今後の観光施策の方向性を示すとともに、これらを継続的に推進するための指針となるように「北見市観光推進プロジェクト2019-2023」（以下「プロジェクト」という。）を策定いたしました。

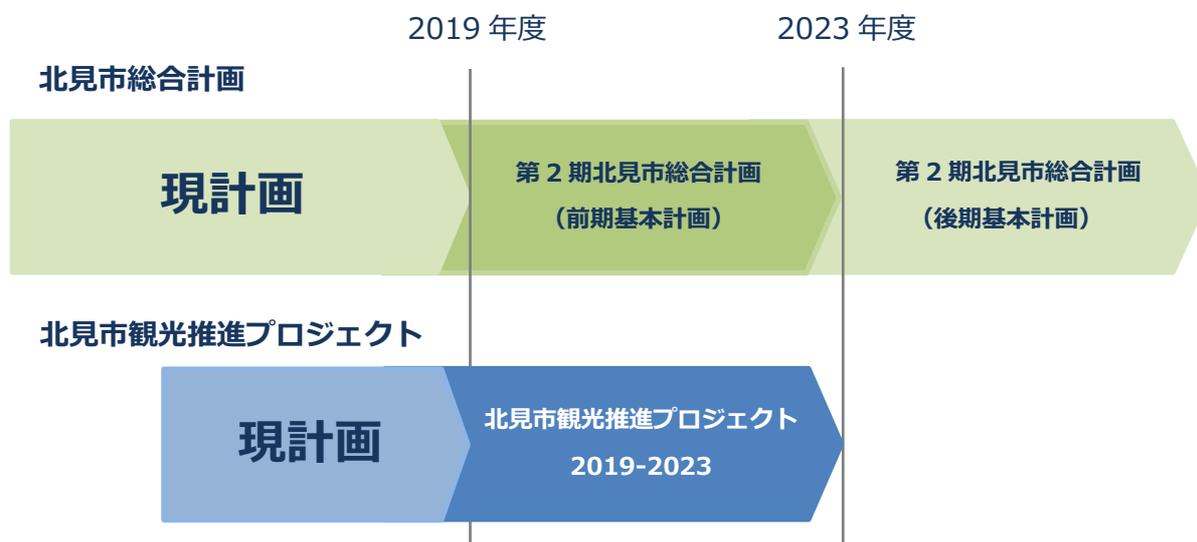
## 2.プロジェクトの位置付け

北見市の観光振興については、北見市総合計画と連動し、具体的な事業展開を図ります。



## 3.プロジェクトの期間

新しいプロジェクトは、第2期北見市総合計画の前期基本計画と同様に、実施期間を2019年度～2023年度の5年間とし、第2期北見市総合計画（前期基本計画）及び関連施策である北見市中小企業振興プランと計画期間を合わせます。



### 1.北見市の概要

#### ●北見市は、広大な面積を有するオホーツク圏最大の中心都市

北見市は、北海道東部の東大雪山系、石狩川・十勝川の分水嶺でもある三国山を源流とする常呂川と無加川の流域に位置し、北見盆地からオホーツク海にいたる人口約 12 万人を擁するオホーツク圏域最大の中心都市です。

2006 年（平成 18 年）3 月に北見市・端野町・常呂町・留辺蘂町が合併し、4 つの自治区による新しい「北見市」が誕生しました。

その総面積は 1,427.41k m<sup>2</sup>で、北海道で最大の面積を有し、全国でも 4 番目の広さとなっています（2016 年（平成 28 年）10 月、国土地理院調べ）。

また、石北峠からオホーツク海まで東西に延びる道路の距離は、東京駅から箱根までに相当する約 110km となります。

#### ●北見市の人口は約 12 万人で減少傾向

北見市の人口は 121,226 人（男 58,020 人・女 63,206 人）、56,202 世帯となっています（2015 年（平成 27 年）国勢調査）。2005 年（平成 17 年）以降、減少傾向にあります。オホーツク管内（3 市 14 町 1 村）の人口に占める割合が約 4 割、オホーツク管内では唯一の 10 万都市です。

2015 年（平成 27 年）の国勢調査では、年齢別人口構成比が、年少人口（0～14 歳）11.2%（前回 12.2%）、生産年齢人口（15～64 歳）58.6%（前回 62.4%）、老年人口（65 歳以上）30.2%（前回 25.4%）となっており、年少人口の割合は低下を続け、生産年齢人口の割合も 1995 年（平成 7 年）から低下し、老年人口の割合は増加を続けています。

## 2.北見市の産業

### (1) 農業

北見市の農業は、大雪山の麓からオホーツク海沿岸までの広範囲にわたる地域の中で、約22,000ha に及ぶ経営耕地面積を有しています。1900年代前半から1950年半ばまではハッカの栽培で栄え、1939年（昭和14年）頃には、世界市場の7割を占めました。

現在の主な農作物として、稲作のほか、麦類・ばれいしょ・てん菜・かぼちゃ・にんにく・はくさい・全国一の生産量を誇る玉ねぎ・白花豆を中心に野菜や園芸作物等が作られています。

そのほか、酪農、肉用牛、養豚などの畜産による多様な経営が行われています。

### (2) 林業

北見市の森林の面積は94,505haで、行政面積の3分の2を占めており、そのうち半分以上が留辺蘂地域にあります。

森林資源が豊富な留辺蘂地域は、林業・林産業を中心に発展し、林業事業所や木工場が多く立地しています。かつては、1920年（大正9年）に道内で最も早くに敷設された温根湯森林鉄道（日本最大規模の総延長81.5km）により大量輸送を行い、1960年（昭和35年）まで伐採した丸太を貯木場まで運んでいました。

現在は、線路跡地が「留辺蘂林鉄線」という道路になっており、国道39号と並行して延び、その先には美しい北見富士を眺めることができます。

北見市ではこうした豊富な森林資源を活用して、地域材の公共施設への利用を推進しています。

### (3) 水産業

北見沿岸の漁業は、江戸時代の松前藩による宗谷場所や斜里場所の開設に始まり、常呂地域もその一漁場として開拓に手がつけられたといわれています。

現在、北見市の漁業はオホーツク海やサロマ湖を漁場としており、ホタテ、サケ・マスを中心とした「つくり育てる漁業」が行われています。

特に水揚げの多いホタテは、最高品質として評判がよく、その多くは加工され製品となり、世界各国に輸出されています。

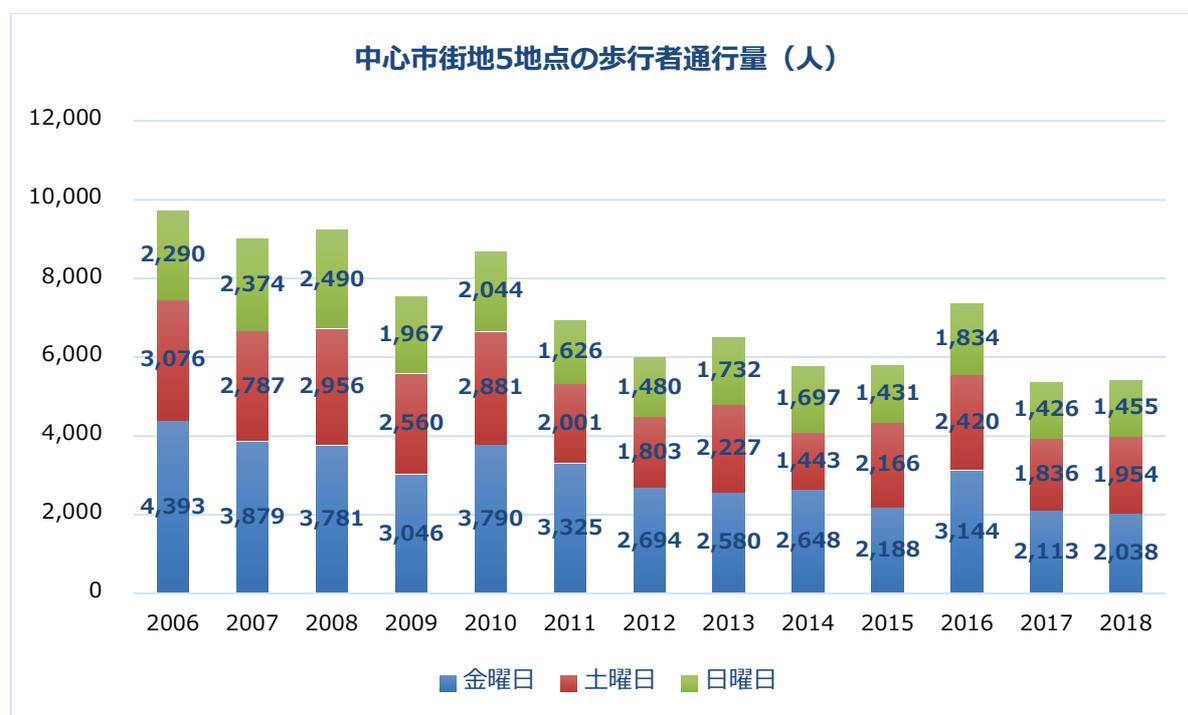
冬季にはオホーツク海一面が流氷に閉ざされるため、出漁のできる海明けの時期まで、陸上できれいに並べられた漁船は、冬のオホーツク地域ならではの風景となっています。

#### (4) 商業

北見市における卸売業の事業所数・従業員数は近年、減少傾向にあり、商業活力の低下が懸念される状況にあります。

また、全国の地方都市同様、民間宅地開発や安価な郊外地価、自動車利用の充実などの影響により、近年では市内西側の三輪地区をはじめとする国道 39 号に面したエリアに、ロードサイド型の大型ショッピングセンターなどが出店し、商業施設の郊外化が進んでいます。

このような中、北見市では、まちの顔である中心市街地の空洞化が進行しないよう、コミュニティ再生に向け、商店街の賑わい創出やコンパクトシティの推進など、中心市街地の活性化に取り組んでいます。



中心市街地 5 地点の週末歩行者通行量  
(北見商工会議所による歩行者通行量動態調査、毎年 10 月に実施)

### 3章 北見市の観光の現状

#### 1.北見市の観光入込客数

##### (1) 道内の状況

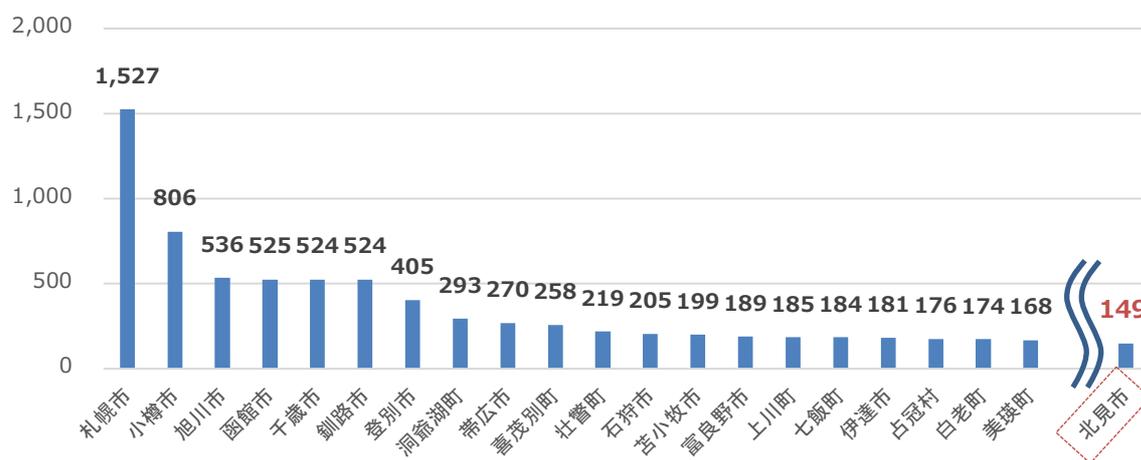
2017年度（平成29年度）の北海道の観光入込客数（延べ人数）は、1億4,576万人で、道内179市町村における観光入込客数（実数）では、北見市は149万人で、26番目となっています。

圏域別の観光入込客数（延べ人数）では、道央で55.3%、道南8.7%、道北15.7%、十勝圏域・オホーツク圏域・釧路根室圏域で各6~7%となっている状況です。

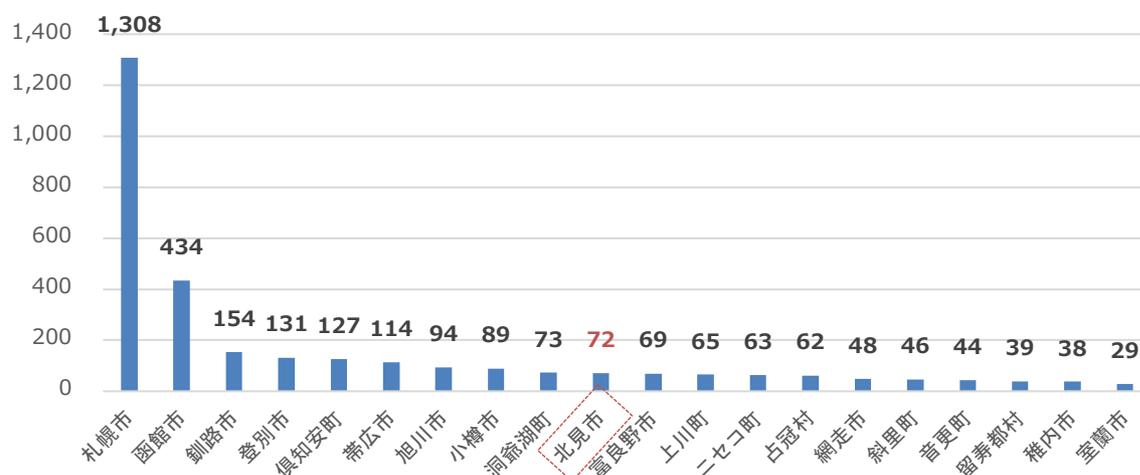
宿泊客延べ数では、北見市は72万人泊で、10番目となっています。

観光入込客数と同様に宿泊客延べ数も、道央57.7%、道南13.3%、道北12.7%となっており、道東の3圏域は各5~6%となっている状況です。

観光入込客数（万人）



宿泊客延べ数（万人泊）



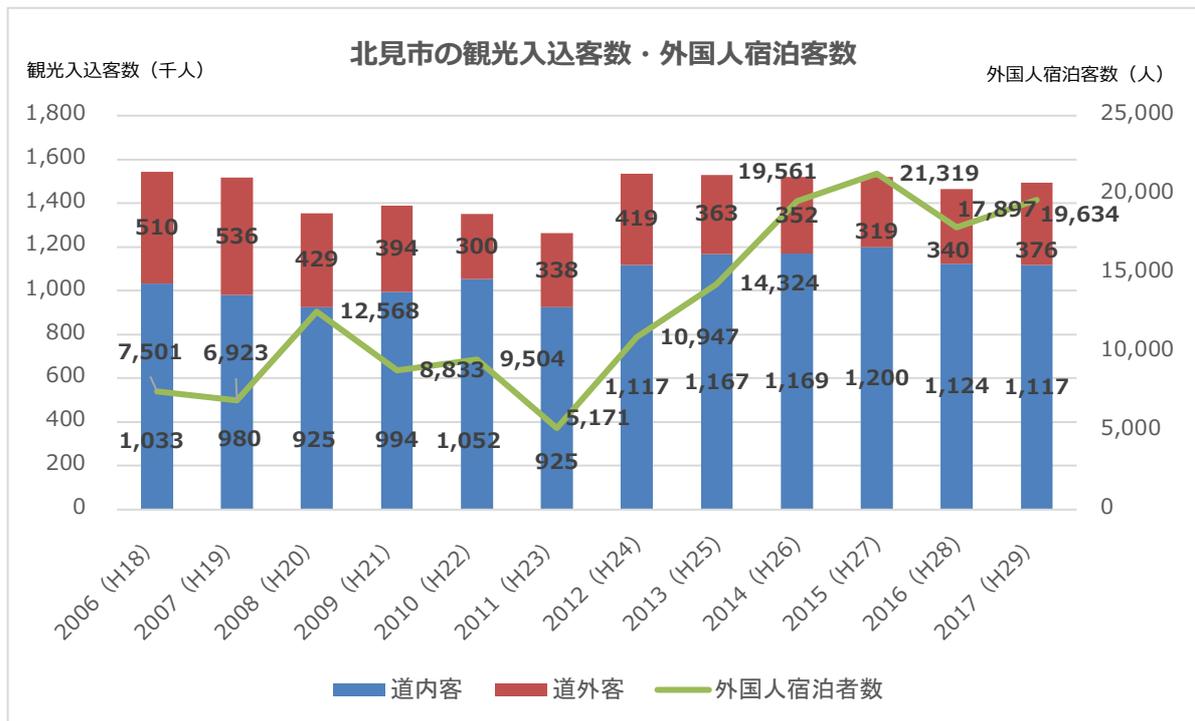
出典：2017年度（平成29年度）北海道観光入込客数調査（北海道経済部観光局）

## (2) 北見市の観光入込客数の内訳

近年の北見市の観光入込客数の傾向をみると、道内客は、2012年度（平成24年度）にやや増加し、その後は1,100～1,200千人で推移しています。

道外客は2006年度（平成18年度）と2007年度（平成19年度）は500千人を超えていたものの、その後は300～400千人で推移しています。

外国人の宿泊者数（延べ人数）については、2012年度（平成24年度）より増加傾向となり、2015年度（平成27年度）に2万人を超えたものの、2017年度（平成29年度）は19,634人となっています。



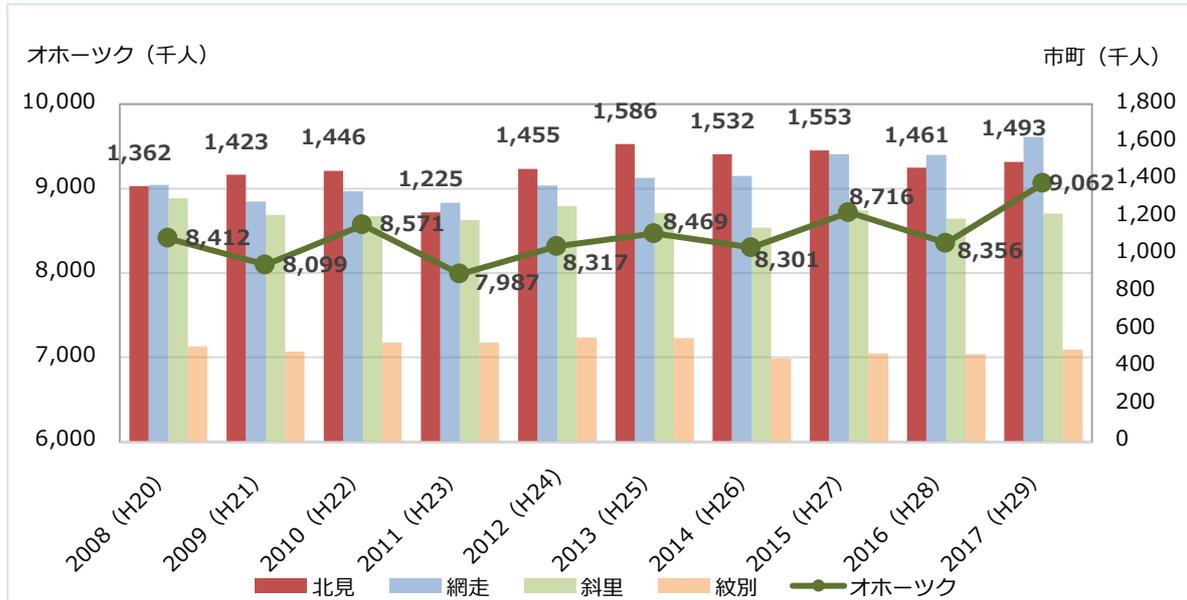
出典：北海道観光入込客数調査（北海道経済部観光局）

## 2.オホーツク圏における北見市の観光

### (1) オホーツク圏域の観光入込客数の推移

2017年度（平成29年度）のオホーツク管内の観光入込客数は、906万2千人（前年比8.5%増）で、北見市は、149万3千人となっております。

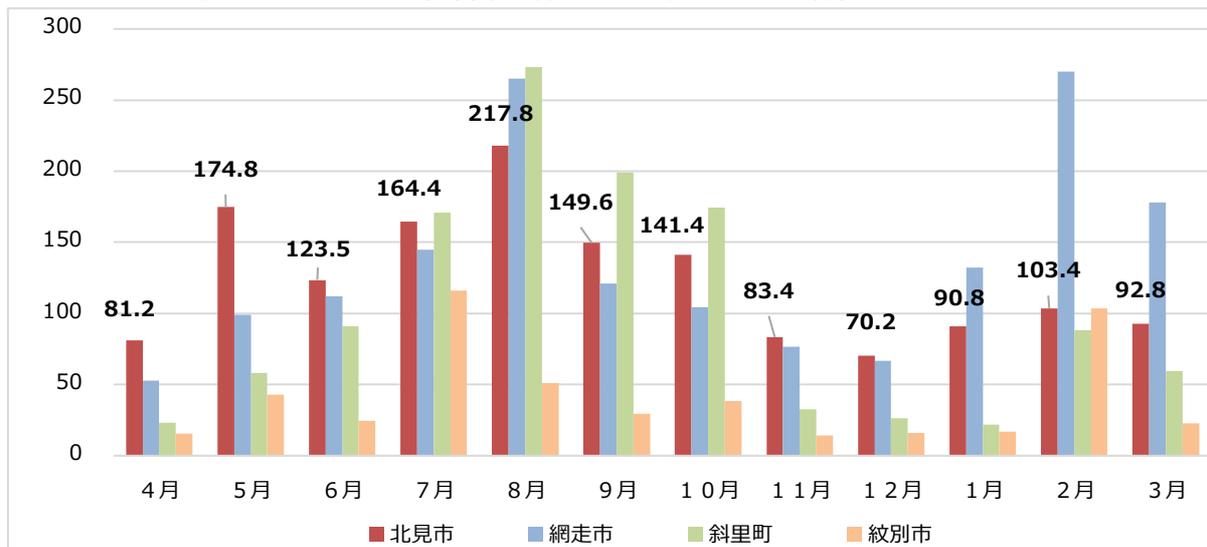
オホーツク圏域の観光入込客数の推移



出典：北海道観光入込客数調査（北海道経済部観光局）

### (2) オホーツク季節別観光入込客数（延べ人数）

オホーツク管内の観光入込客数は、夏季（7～9月）と冬季（2月）にピークがみられます。7～9月はグリーンシーズンやスポーツ合宿により道内外から入込が増える時期であり、2月には冬のロングランイベントや流氷観光を目的とした観光客の入込により、冬期間の中でも増加する月となっています。北見市は、5～10月に年間入込客数の7割が集中し、ピークは8月となっておりますが、11月から4月までの半年間、落ち込みを見せるのが特徴です。



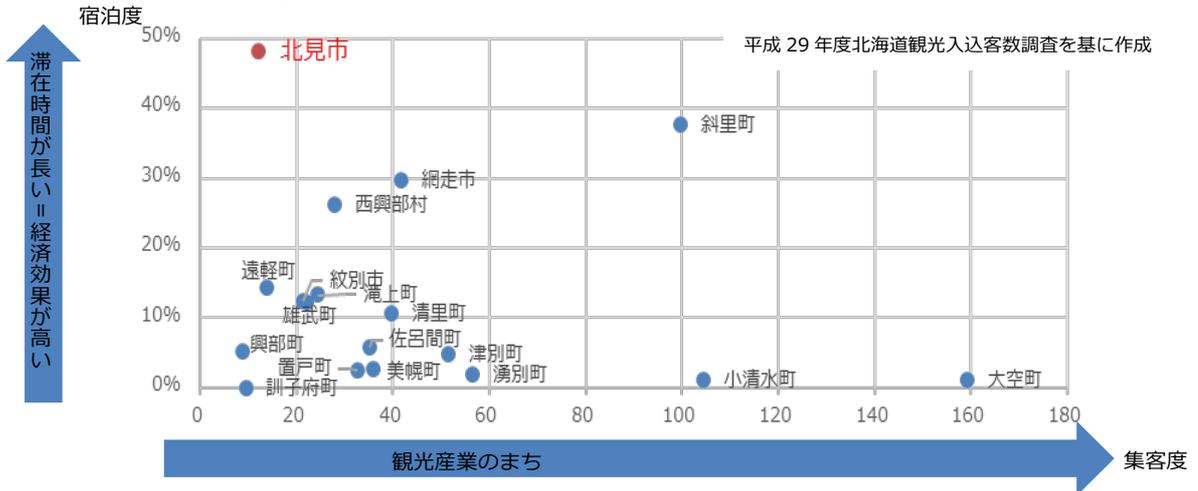
出典：北海道観光入込客数調査（北海道経済部観光局）

### (3) 集客度と宿泊度

集客度（観光入込客数/人口）や宿泊度（宿泊客数/観光入込客数）、道外比率（道外観光客数/観光入込客数）などでオホーツクエリアの中でのポジションを整理します。

#### ●北見市は宿泊度が高い

- ・北見市は、多くの宿泊施設があり、オホーツク管内で最も宿泊度が高くなっています。
- ・北見市に続いて、斜里町の宿泊度が高くなっています。



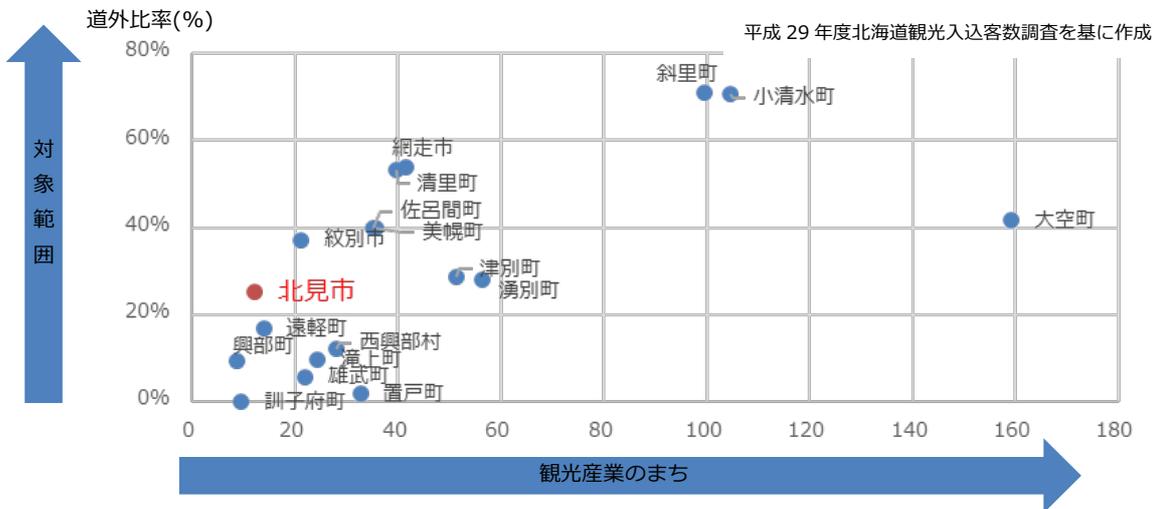
※1 集客度（観光入込客数\*1000/人口）  
 市民一人あたりの観光客数を示す指標。まちの規模によらず、観光客の入込状況を比べることが可能です。集客度が高いほど、観光客が来ている割合が高く、観光産業のまちであると推測されます。

※2 宿泊度（宿泊客数/観光入込客数）  
 まちを訪れた観光客のうち、どの程度が宿泊しているかを示す指標。宿泊度が高いほど、滞在時間が高くなると解釈できるため、日帰りよりは経済波及効果が高まると推測できます。

#### ●北見市は道内観光客の割合が高い

北見市は、前述のとおり宿泊度が高いものの、道外比率は高くなく、道内の観光客の割合が高いと言えます。

一方、斜里町や小清水町、網走市などは道外比率が高くなっています。

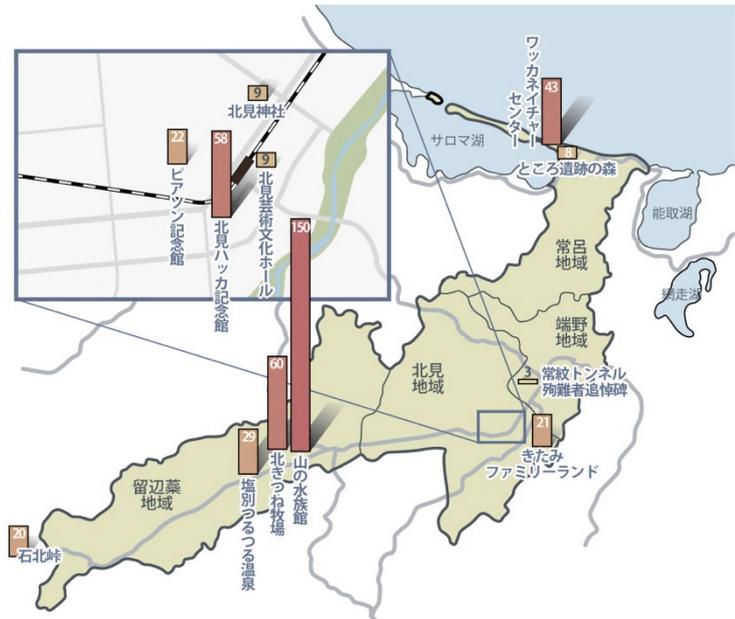


※3 道外比率（道外客数/観光入込客数）  
 まちを訪れた観光客のうち、どの程度が道外客かを示す指標。道外比率が高いほど、集客の対象範囲が広いと推測されます。

### 3.北見市の観光資源の評価

#### (1) 口コミサイトでみる北見市の観光資源

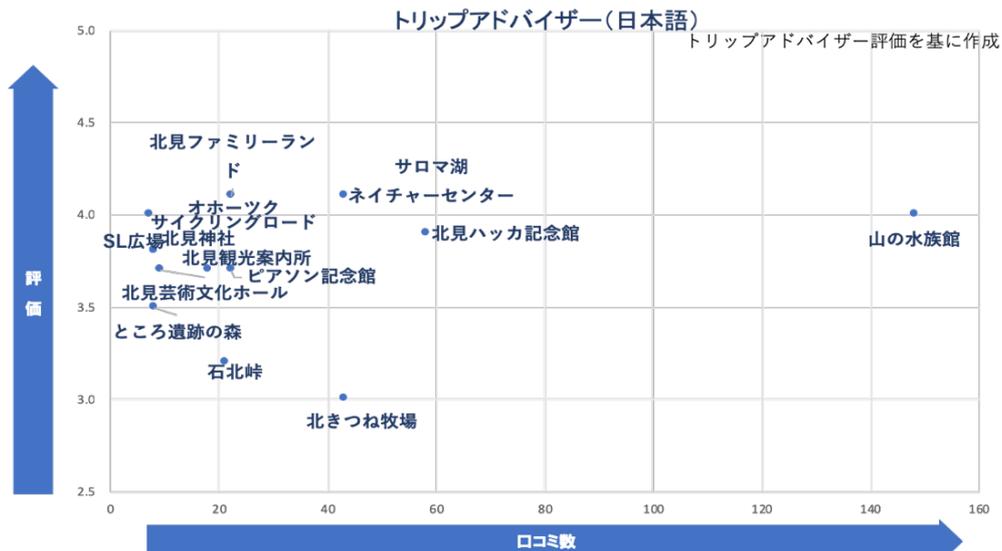
世界最大の口コミサイト「トリップアドバイザー」で北見市の観光資源の口コミ数を見ると、山の水族館が最も多く、北きつね牧場、北見ハッカ記念館、ワッカネイチャーセンター（サロマ湖）の順となっています。



#### (2) 口コミサイトにみる観光資源の評価

##### ●日本語による口コミ数と評価

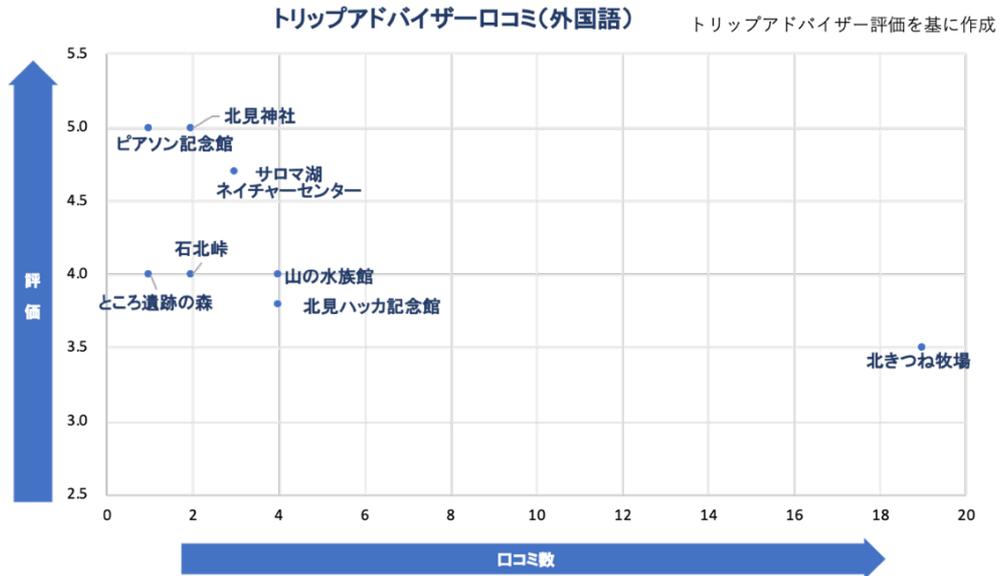
北見市の観光資源の日本語の口コミ数と評価を整理すると下図のとおりとなっており、「山の水族館」の口コミ数が多く、比較的評価も高くなっています。



- 山の水族館が口コミ数で最も多く、評価も高い。
- 口コミ数では、山の水族館に次いで北見ハッカ記念館、サロマ湖ネイチャーセンターが多い。

### ●外国語による口コミ数と評価

北見市の観光資源の英語の口コミ数と評価を整理すると下図のとおりとなっており、「ピアソン記念館」や「北見神社」の評価が高く、外国人観光客などには、こうした資源の評価が高くなっていることから、インバウンドへのプロモーションでは、こうした資源を活用することが有効と考えられます。



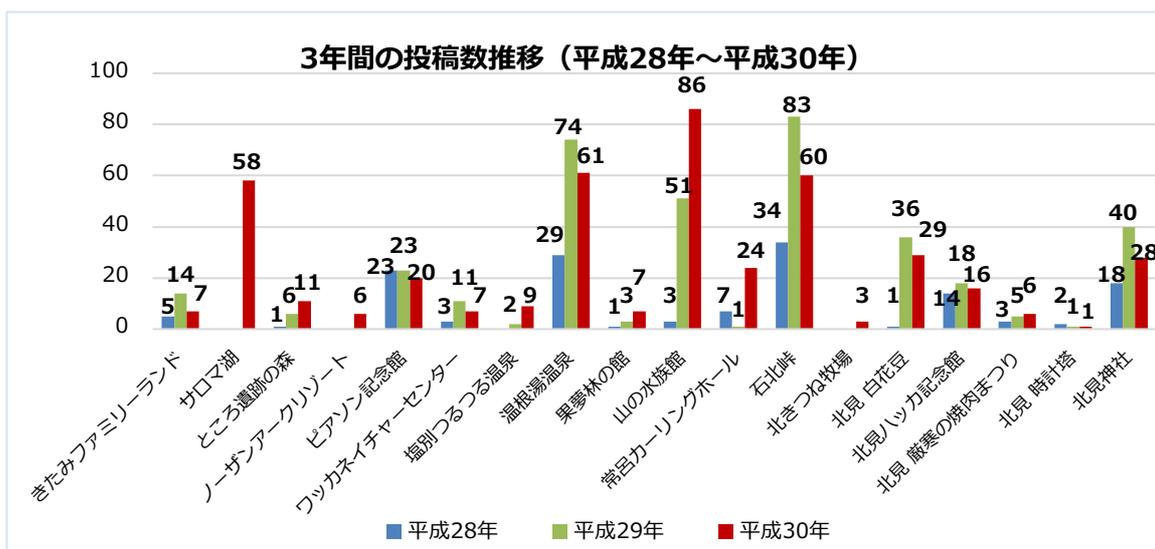
- 外国語での口コミ数では、北きつね牧場が多くなっている。
- 評価では、ピアソン記念館、北見神社、サロマ湖ネイチャーセンターが高い。

## (2) SNS でみる北見市の観光資源

### ●観光資源別の SNS (Facebook) での投稿

北見市の観光資源について SNS (Facebook) での投稿をみると、山の水族館、石北峠、温根湯温泉の投稿数が多く、次いでサロマ湖、北見神社、白花豆が多くなっています。

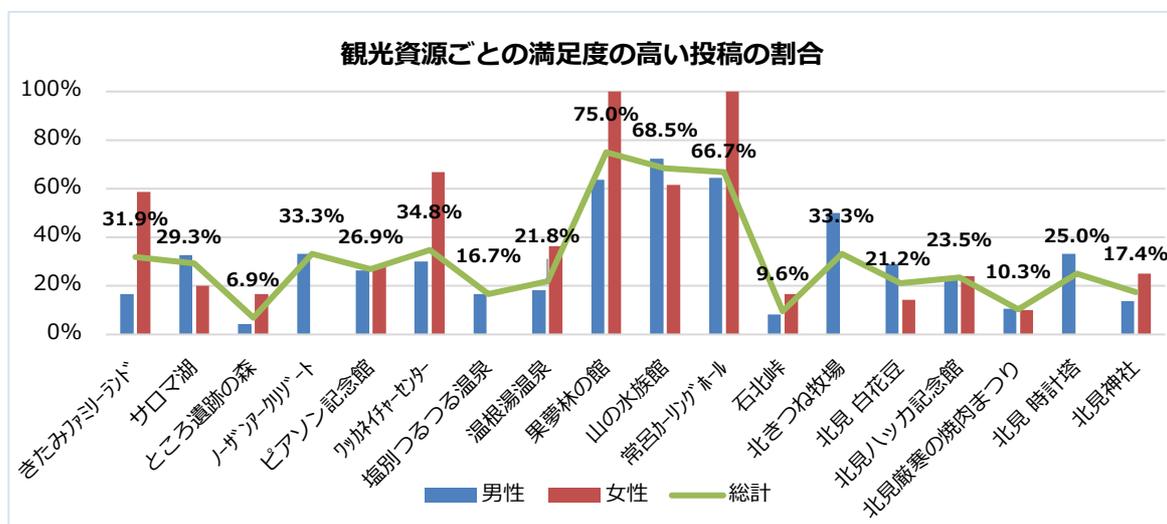
サロマ湖は、2018 年（平成 30 年）に大きく増加しており、山の水族館は 2017 年（平成 29 年）から増加しています。



### ●観光資源に対する満足度

SNS(Facebook) への投稿内容から満足度を分析すると、果夢林の館、常呂カーリングホールが高くなっています。

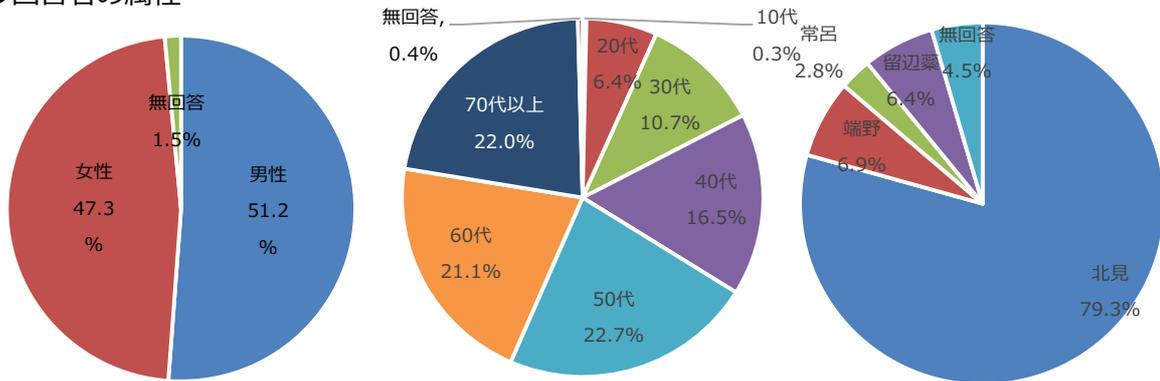
性別で分析すると、女性は、果夢林の館、常呂カーリングホール、ワッカネイチャーセンター、きたみファミリーランドの満足度が高く、男性は、山の水族館、果夢林の館、常呂カーリングホールが高くなっており、性別により、地域資源に対する満足度に違いがあります。



#### 4.観光に対する市民意識

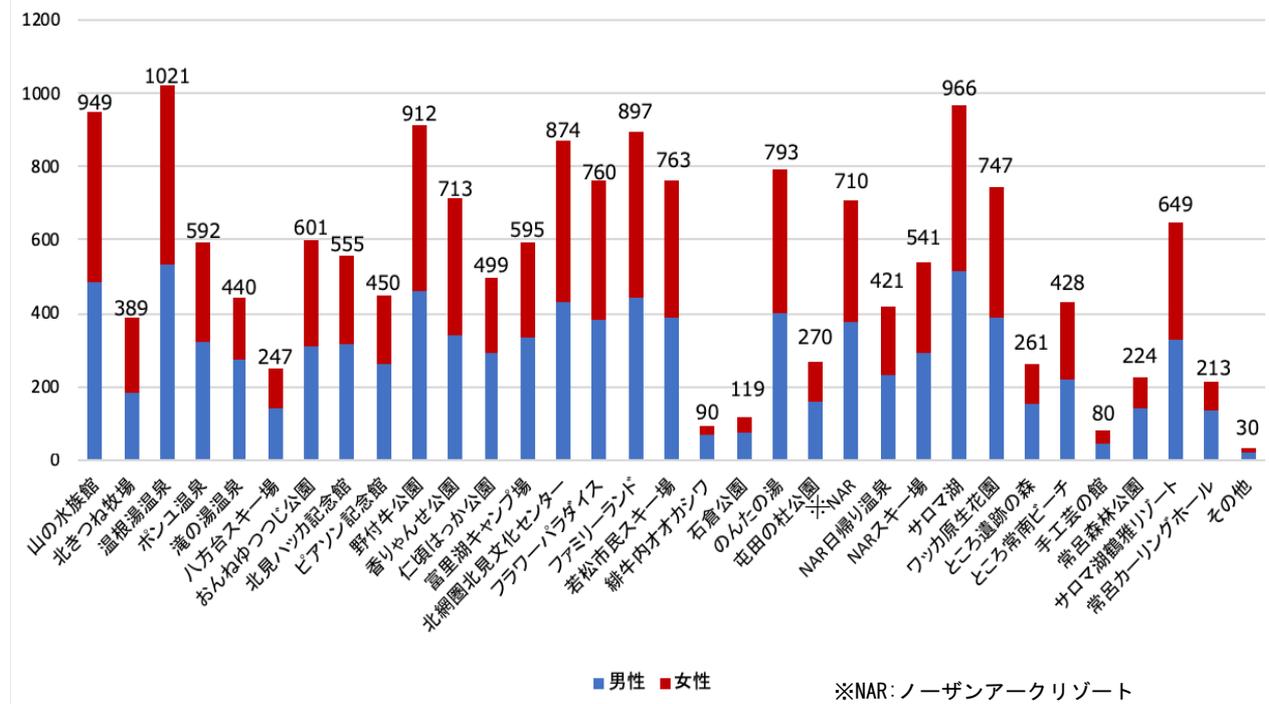
北見市では、2018年2月～3月に市民4,000人（無作為抽出）を対象に、観光に対するアンケート調査を行いました。（回答数1,196）

##### ●回答者の属性



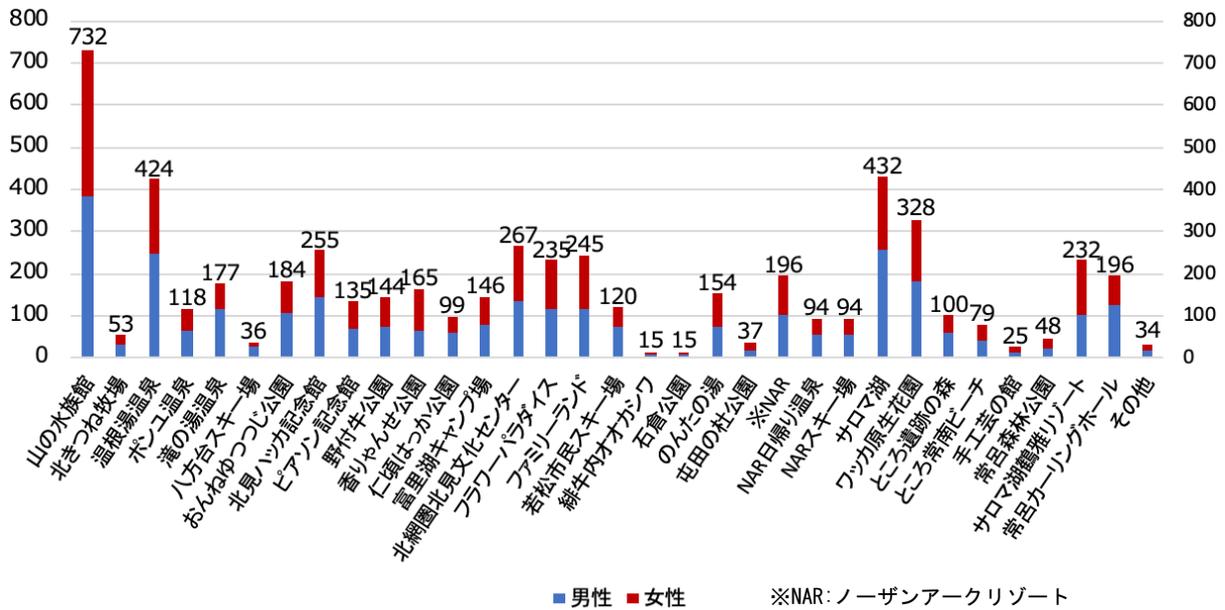
##### ●北見市内の観光スポットで訪れたことがある場所は「温根湯温泉」、「サロマ湖」、「山の水族館」が多くなっています。

「温根湯温泉」(男性 52.0%、女性 48.0%) が最も多く、次いで「サロマ湖」(男性 53.3%、女性 46.7%)、「山の水族館」(男性 51.0%、女性 49.0%) となっています。



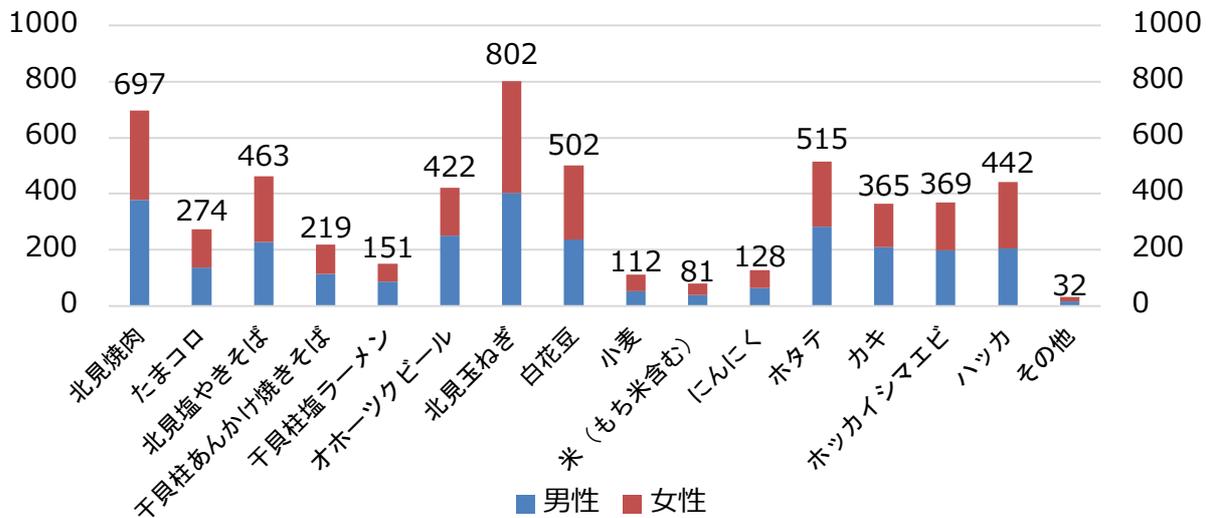
●市民は「山の水族館」や「サロマ湖」、「温根湯温泉」をPRすべき観光スポットと感じています。

訪れた中でよかったもの、PR するべきと思う観光スポットという設問では、北見市民は、「山の水族館」や「サロマ湖」、「温根湯温泉」をあげた市民が多く、これらの観光資源をPR すべき観光スポットと感じています。



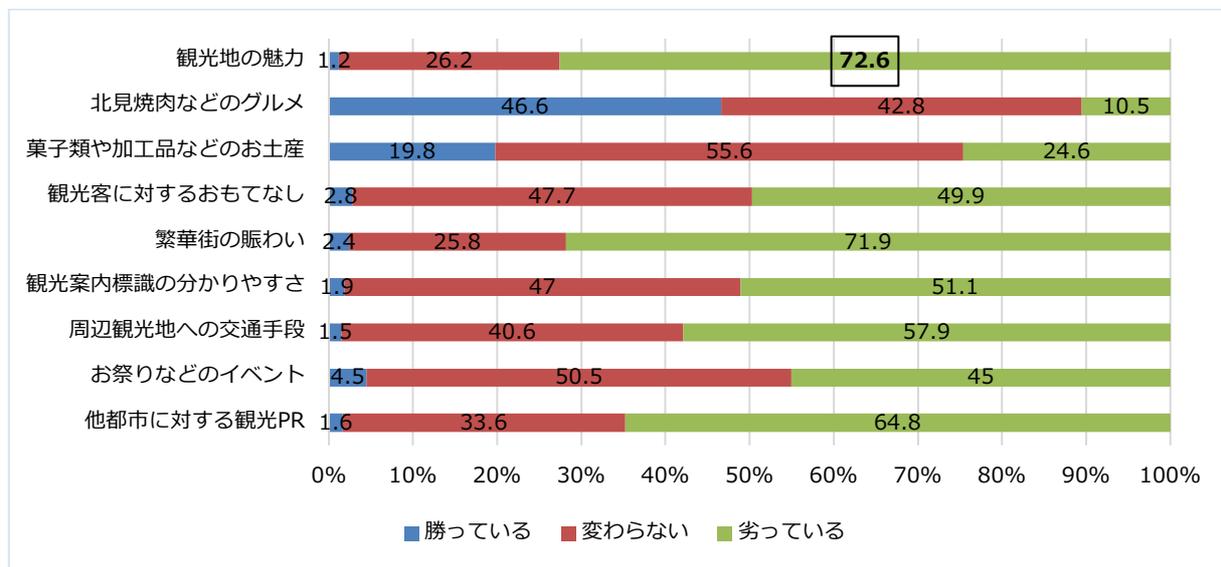
●北見市の特産品や名物の中でPRしたいと思うものとしては、「玉ねぎ」や「焼肉」、「ホタテ」、「白花豆」、「ハッカ」があげられています。

最も多かったのは、「北見玉ねぎ」(男性 50.4%、女性 49.6%) で、次いで「北見焼肉」(男性 54.2%、女性 45.8%)、「ホタテ」(男性 55.0%、女性 45.0%)、「白花豆」、「塩やきそば」、「ハッカ」、「オホーツクビール」があげられています。



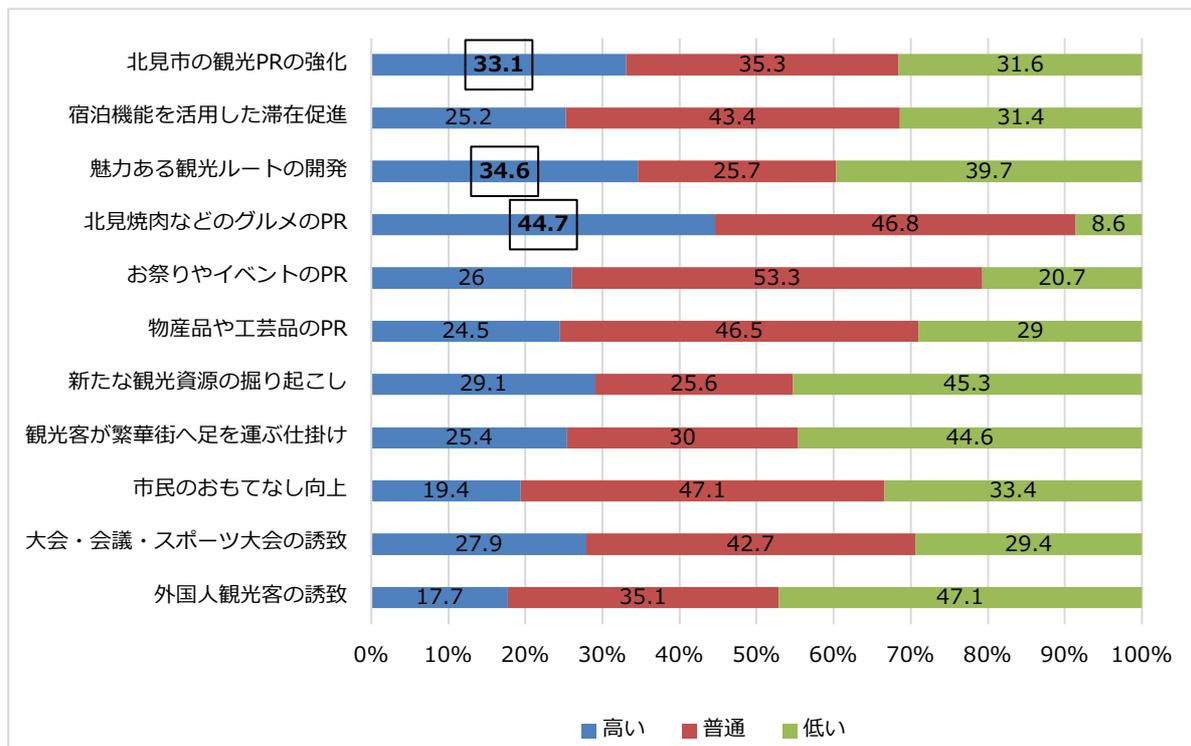
●観光地としての魅力が劣っていると考えています。

市民アンケート調査では、焼肉をはじめとした食は、観光資源として特徴があると考えている市民が5割近くいる一方、北見市全体では、観光地としての魅力が劣っていると感じている市民が7割以上います。



●市民はPRと魅力ある観光ルートの開発の優先度が高いと考えています

「食のPR」は4割以上、「魅力ある観光ルートの開発」や「北見市の観光のPR強化」を3割以上の市民が、優先度が高いと考えています。



## 4章 北見市の観光の特徴と課題

### 1.北見市の観光の特徴

#### ●大雪山からサロマ湖・オホーツク海まで広い市域に多様な地域資源がある

北見市は、大雪山国立公園・石北峠からオホーツク海まで東西に 110 km の道路距離を持つ広域のまちです。

市内には、大雪山系の景色、良好な泉質と源泉かけ流しのおんねゆ温泉、山の水族館のある留辺蘂地域、北見ハッカ記念館やピアソン記念館などの歴史的資源と都市機能のある北見地域、美しい田園風景が連なる端野地域、サロマ湖とオホーツク海からの眺め、流氷などの自然とアドヴェィックス常呂カーリングホールという代表的なスポーツ・体験施設のある常呂地域といったように、特色のある様々な地域資源があります。

#### ●豊富で美味しい「食」の魅力がある

北見市には、玉ねぎや白花豆に代表される日本一の生産量を誇る農産物、日本で最初の養殖技術を確立したホタテなどの海産物といった豊富な食材があります。

また、国産地ビール第 1 号「オホーツクビール」のまちであり、近年では、全道有数の店舗数と独特の食文化を誇る「焼肉のまち」として知られるようになりました。

北見産玉ねぎやオホーツク海のホタテなど地元の食材を生かした「オホーツク北見塩やきそば」が多くの人に知られているほか、市内には老舗菓子店や人気の高いスイーツ店などもあります。

このように北見市には、観光の楽しみとなりうる特徴的な「食」があります。

#### ●「ハッカ」で世界ブランドを築いた歴史があるまち

北見市は、開拓の直後からハッカ栽培が普及し、1930 年代には栽培面積 21,000ha、取卸油の生産量が 780t となり、世界の生産量の 70% を占めるに至り、世界的なブランド力を持つまでに成長し、地域に大きな富をもたらしました。

また、ハッカの栽培と生産は現在で言う農業の 6 次産業化であり、北見市は、6 次産業化で世界ブランドを築いてきた歴史を持つまちとも言えます。

### ●広域観光の拠点の可能性

北見市の周辺地域には、世界自然遺産知床をはじめとした国立・国定公園など、知名度や集客力のある観光地があります。

北見市には、温泉も含めた多くの宿泊施設があるほか、都市機能が充実しており、広域を周遊する観光客の拠点となる可能性を有しています。

そこで、周辺の観光地やエリアと連携して広域観光を推進するとともに、北見市が広域観光の拠点として機能の充実を図ることが求められます。

### ●複数の大学があるまち

北見市には、北見工業大学と日本赤十字北海道看護大学の2つの大学があります。

2つの大学と連携することで、人材の育成や情報発信を進めることができるほか、コンベンションの誘致なども可能になります。

さらに、北見工業大学には数多くの留学生もおり、海外への情報発信などインバウンドの誘致に向けた連携も考えられます。

このように、複数の大学があるまちとしての強みを生かして、観光の推進を行うことが求められます。

## 2.北見市の観光の課題

北見市の観光推進においては、以下のような課題を抱えており、全市をあげた早急な対策の推進が必要です。

- 市民や企業の観光に対する意識が低い
- 「ひとつの北見市」としてのイメージが乏しい
- 着地型観光商品が少なく経済効果が少ない
- 宿泊者はビジネス客が多く、観光客の誘客が進んでいない
- インバウンドの誘客と対応が進んでいない
- 北見市の魅力の情報発信が弱い
- 自治区間での連携が少なく、「ひとつの北見市」として観光客の受入体制が弱い
- 北見市の観光を担う人材が少なく、観光プロジェクトの実行性が弱い

### 3.北見市の観光に求められること

#### ●「選択と集中」による効果的な観光の推進

北見市には、4つの自治区にそれぞれ魅力ある地域資源が存在する一方で、観光都市としての北見市のイメージが弱いという課題があります。

そこで、北見市としてのイメージテーマを絞り込みながら、観光推進の施策も総花的ではなく、選択・集中して進めることが求められます。

#### ●「着地型観光」の推進と「道外客・インバウンド」の取り込み推進

観光による地域経済の振興を図るためには、旅行の満足度を高め、滞在時間を長くする効果があり、地域内での経済波及効果の高い「着地型観光の商品造成と販売」を進める必要があります。

同時に、これまで北見市を訪れる数が少ない「道外客・インバウンド誘客」の取組みを進めることが必要です。

#### ●市民や企業の意識醸成

北見市の観光推進のためには、具体的な観光コンテンツの造成、販売、運営、ガイド等を担う人材の質が重要となることから、人材の発掘・育成を重点的に推進することが求められています。

また、市民や企業の観光への意識が低いことから、市民や企業、さらには大学の参画の仕組みをつくり、北見市全体で観光都市づくりを進めていく必要があります。市民の意識を高めるために、教育委員会、学校等の関係機関やPTAなどの関係団体と連携し、ふるさと教育と合わせて子どもたちを対象とする観光教育を推進することは、市民意識の醸成に大きな効果が期待できます。

#### ●広域観光の推進と差別化

北見市は、多くの宿泊施設を有しているほか、都市機能が充実していることから、広域観光の拠点となり得る可能性を有しています。

こうした強みを生かして広域観光の推進と同時に周辺自治体と連携し、広域観光における拠点都市としての機能を高めていくことが必要です。

### ●効果的な情報発信

YouTubeなどの情報発信ツールを活用して、多様なターゲットのニーズに合った北見市観光の魅力情報を発信することが必要です。

また、北見市の観光情報ネットワークを構築し、広域観光を前提にした周遊しやすい体制を整えることが求められています。

### ●北見市観光の推進体制の強化

北見市及び北見市観光の認知度を高めるためには、それぞれに特徴を持つ4自治区が「ひとつの北見市」として観光客を受け入れる体制を整えることが必要です。

その体制の実現のため、市民・企業・大学・行政などが一体となって北見市の観光を推進していくことが求められています。

### 1.北見市の観光振興で目指す姿

北見市の観光は、日本一の生産量を誇る農水産物などの豊かな食材とそれを育む田園風景、世界自然遺産知床や大雪山・阿寒摩周などの国立・国定公園に日帰り圏内という利便、オホーツク圏の中心都市としての機能などの地域資源と特性を生かした施策を展開することが求められています。

そのために、着地型観光商品づくりを推進し、周辺地域と連携した広域観光を進め、その内容を充実させながら、「行ってみたいくなる北見」ひがし北海道観光の周遊・交流都市として誰もが立ち寄り、滞在したくなるまちになることを目指し、施策を進めます。

～北見市観光の目指す姿～

## 「行ってみたいくなる北見」

### ひがし北海道観光の周遊・交流都市

#### 目指す姿のイメージ

##### ●周辺エリアとつながる周遊・交流の拠点

国道39号線を主要ルートとする、旭川、層雲峡、網走などの沿線の都市の観光地や、阿寒、屈斜路などの周辺エリアとのつながりも生かした周遊観光を促進し、北見への誘客を図っている。

##### ●食の魅力による滞在促進

玉ねぎやホタテなどの地域の豊富な食材をはじめ、独特の食文化としての北見焼肉など、オリジナルメニューの豊富な飲食店が充実している都市の特色により、観光客は食の魅力にひかれ北見で滞在している。

##### ●多様な宿泊施設を生かした滞在促進

おんねゆ温泉に代表される温泉ホテル・旅館をはじめ、市内中心部のビジネスホテル、端野・常呂地域のリゾートホテルなどの多様な宿泊施設があり、観光客は北見市に宿泊・滞在しながら周辺観光地を周遊している。

##### ●滞在を促進する体験メニュー

ハッカを体感するプログラムやカーリングなど、地域の特性を生かした着地型観光商品の造成・充実により、観光客の滞在を促進している。

##### ●観光インフォメーション機能の充実

市内の観光情報はもちろん、周辺地域の観光情報も入手できる拠点が市内各所にあり、観光インフォメーションネットワークを形成している。

東西110kmの広い市域のほとんどで、観光客はストレスなく情報を入手することができる。

## 2. 北見市の観光振興のテーマ

北見市は北海道の中心である大雪山系からオホーツク海までを含む広大な市域に多種多様な地域資源を持っています。

一方で、豊富な地域資源を有することにより、観光客に対して、まち全体の観光イメージを端的に伝えにくいという課題があります。

道内外からの観光客や、増加するインバウンドに対し道内観光地と差別化を図るうえでは、豊富な飲食サービス、宿泊業を中心とした交流拠点都市の基盤を生かしつつ、他の観光地にはない特徴を端的に打ち出すことが求められています。

そこで北見市においては、商業都市となった礎としてかつて世界にまで影響力を持ったハッカをテーマとしつつ、一次産業を中心とした産業的側面、焼肉やカーリングといった文化的側面、常呂遺跡や温根湯温泉等地域の歴史的側面から自治区ごとに持つ観光資源を結びつける、訴求力とストーリー性を持った観光振興を推進していくこととします。

### 「ハッカのまち北見」ものがたり

北海道、オホーツクに位置する北見市

このまちはかつて、世界の7割を生産する、ハッカのまちだった。

厳しい開拓の後に根ざしたこの産業はまちを豊かにし

海から山までの都市をつなぐ拠点として、オホーツク随一の商業都市となった

時代が移り変わっても続いた先人のさらなる挑戦により

ハッカ畑は玉ねぎ畑に姿を変え

山間では希少な豆づくりを通じて

古代人の痕跡が残る水辺の町では、育てる漁業を通じて

日本一の食が生み出されるまちとしてさらに発展を遂げた

まちかどではホルモン焼きが燻煙をあげ

北見の奥座敷と言われた温根湯温泉では旅人の宴が

漁期を終えた漁師町では氷上での新しいスポーツで

多くの人が鋭気を養った

ハッカが育んだ都市と日本一の食がある

ここは、ハッカのまち北見

## 【参考～北見市のハッカの歴史】

北見市は、1897年（明治30年）に土佐（高知）で組織された北光社移民団、北方の防備と開拓を目的に屯田兵が入植し、その歴史が始まりました。

開拓のなか、1901年（明治34年）には、屯田兵を中心に薄荷栽培が急速に普及しました。

1934年（昭和9年）に当時世界一と言われたホクレンのハッカ精製工場が建設され、1938年（昭和13年）には栽培面積21,000ha、取卸油の生産量が780tとなり、世界の生産量の70%を占め世界的なブランド力を持つまでに成長し、地域に大きな富をもたらしました。

1940年（昭和15年）から1945年（昭和20年）の終戦まで、国家統制により食糧増産に取り組むこととなり、ハッカ栽培は中断されて世界一のハッカ王国としての北見は姿を消しました。

その後も北海道農業試験場が品種改良に取組み復興を目指しましたが、1960年頃には中国、台湾、ジャワなどの海外産ハッカの急成長や、合成ハッカが市場を席卷したことにより北見ハッカは衰退し、1983年（昭和58年）ホクレン北見ハッカ工場が閉鎖されました。

その後、旧ホクレン北見ハッカ工場事務所を活用して北見市のハッカの歴史などを学ぶことができる「北見ハッカ記念館」が1986年（昭和61年）に開館し、今は海外からの観光客も訪れる場所になっています。

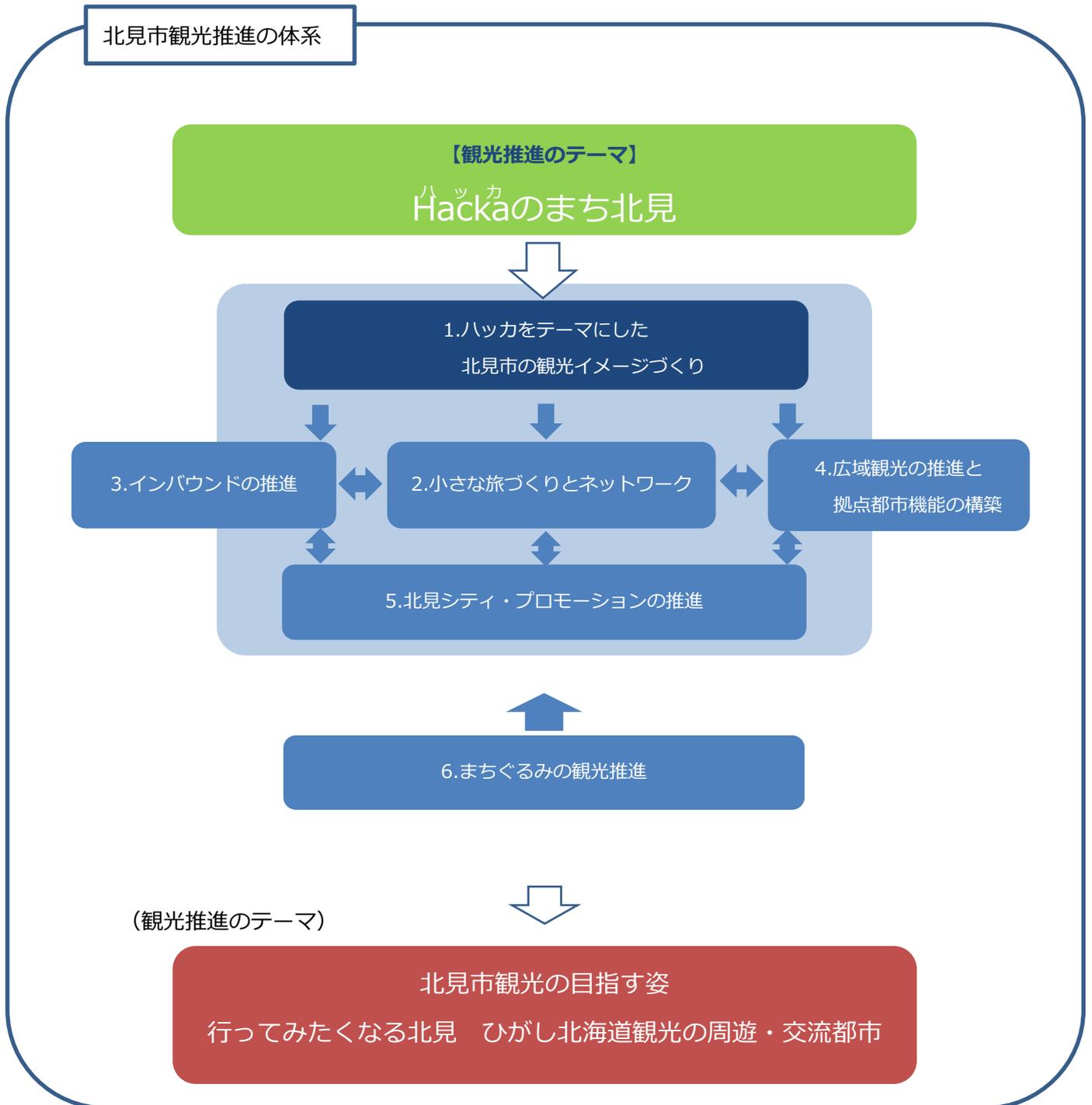
現在、北見市では、仁頃地区でハッカが栽培されており、ハッカ油やチョコミントクッキーなどハッカを使った特産品もつくられ、広く販売されています。



※北見ハッカ記念館  
（経済産業省「日本近代化産業遺産」認定～2007年（平成19年））

### 3.北見市観光推進の基本方針

「ハッカのまち北見」を北見市の観光推進のテーマにしながら、下図の6つの基本方針に基づいたプロジェクトを推進し、目指す姿「行ってみたくなる北見 ひがし北海道観光の周遊・交流都市」の実現を目指します。



## **基本方針 1**

### **ハッカをテーマにした北見市の観光イメージづくり**

ハッカをテーマに北見市の観光イメージづくりを進め、ハッカからイメージされる「清涼感」、「癒し」などをキーワードに、具体的なコンテンツをつくり、繋げていきます。

同時に、市民参加でハッカの植栽などを行い、ハッカのまちにふさわしくハッカ香る空間づくり、ハッカ畑などハッカのまちを確認できる風景づくりなどを進め、訪れた人々が、様々な場面でハッカのまちを体感できるようにします。

## **基本方針 2**

### **小さな旅づくりとネットワーク**

北見市は、4つの自治区を生かした多核連携型のコンパクトなまちづくりを目指しています。

観光の推進でも4つの自治区に拠点を設けながら、それぞれの自治区にあるキラリと光る地域資源を生かした体験プログラムや着地型観光商品など小さな旅づくりを進めます。

それらをテーマやルートなどでつなげたネットワークづくりを進め、北見市を周遊してもらえるようにします。

また、観光の拠点では、市内だけでなく圏域の観光に関する情報を入手できるようにネットワークの構築を進め、観光客の利便性を高め、観光拠点都市としての機能を高めます。

## **基本方針 3**

### **インバウンドの推進**

2018年（平成30年）、日本全体で訪日外国人客数は3,000万人を超え急増しており、観光の国際化にむけた動きが活発化しています。

北見市内およびオホーツク圏を訪れる外国人観光客は、近年増加傾向にあり、今後も増加が予想されます。

北見市の観光産業の発展のために、北見市の資源を生かした着地型観光商品づくりと受入体制の強化を進めながら、外国人観光客の誘客を積極的に進めます。

## 基本方針 4

### 広域観光の推進と拠点都市機能の構築

北見市の周辺には、世界自然遺産知床などの国立・国定公園が複数あり、魅力的な観光資源を持つ各エリアには、多くの観光客が訪れています。

これらのエリアで構成される各種広域連携の協議会組織を通じた広域観光の推進に取り組みます。

同時に、北見市の特徴である都市機能や宿泊機能などを生かして広域観光の拠点性を高めて、広域観光拠点都市づくりを進めます。

## 基本方針 5

### 北見シティ・プロモーションの推進

観光客を含めた交流人口の拡大には、様々なアプローチで北見市のプロモーションを行うことが必要です。

北見シティ・プロモーションでは、ハッカのまち北見をテーマにしたコンテンツを中心に、焼肉や海鮮などの「食」や「自然」を組み合わせ、「行ってみたいくなる北見」を具体化して北見市の魅力を伝えるようにします。

その他、カーリングやサイクリングなどスポーツをテーマにした交流推進、コンベンション誘致や、大学や地元の IT 企業と連携して最先端の技術を導入した効果的なプロモーションを行います。

## 基本方針 6

### まちぐるみの観光推進

北見市では、協働によるまちづくりを掲げており、観光の推進においても、市民や企業に観光やおもてなしの意識を持ってもらい、様々なかたちで市民と協働して進めます。

特に、小さな旅である着地型観光商品は、地元の人々との交流が大切になることから、市民参加によるまちぐるみで受入体制づくりを進めます。

合わせて、着地型観光商品づくりや体験プログラムづくりを進める人材、ガイドの育成などを進めます。

さらに、市民の観光に対する意識を高めてもらうために、大学や教育委員会、学校等の関係機関や PTA などの関係団体と連携し、子どもたちを対象とする観光教育を推進します。

北見市をあげてまちぐるみで観光を推進するために、4 つの自治区ごとの観光協会をはじめ、企業や大学、行政などが連携した体制を組織します。

### 1.ハッカをテーマにした北見市の観光イメージづくり

#### ●「ハッカ」を体感できるプログラムの充実

ハッカのまち北見を体感できるように体験プログラムなどの充実を図ります。

- ・ハッカ蒸留体験のほか、ハッカアロマクリームづくりやハッカオイルづくりなどの「ハッカ」をテーマにした体験プログラムの充実

#### ●「ハッカ」の物語が伝わる風景づくり

ハッカのまち北見を五感で感じることができるようにするほか、ハッカのまちの歴史を知ることができるようになります。

- ・ハッカの風景づくりと拠点の充実
- ・ハッカの歴史などを紹介できる人材育成の推進
- ・市民や企業と連携した公共空間などでのハッカの植栽・配置

#### ●ホテルや飲食店、企業などと連携したハッカのまちのイメージづくり

ハッカのまち北見を感じることができるよう、ホテルや飲食店、企業などと連携してイメージづくりを進めます。

- ・ハッカを使った飲食メニューづくりと提供
- ・ハッカ香る場づくりの推進

#### ●ハッカをテーマにした着地型観光商品づくり

ハッカの価値を知ることができるプログラムなどを充実させ、体験プログラムと合わせてハッカをテーマにした着地型観光商品づくりを進め、合わせてプロモーションを行います。

- ・ハッカを体感できるプログラムやハッカの風景などを組み合わせた着地型観光商品づくり

## 2.小さな旅づくりとネットワーク

### ●「食」を生かした滞在・周遊の推進

北見市には、玉ねぎやホタテなどの日本一の食材のほか、農畜水産の豊富な食材と独特の食文化としての北見焼肉などがあり、オリジナルメニューの豊富な飲食店が充実しています。こうした特徴を生かし、滞在や周遊を促します。

- ・ 宿泊と食をつなぐクーポンなどの拡充
- ・ 白花豆ツアーなど1次産業と連携した食を楽しむプログラムの充実
- ・ 食をテーマにした周遊プログラムづくり

### ●テーマで広い市域をつなぐ着地型観光の推進

「自然」や「歴史」など広い市域を1つのテーマでつなぐ着地型観光商品の造成と販売を推進します。

- ・ 歴史をテーマに自治区をつなぐ着地型観光商品づくり
- ・ 自然体験などをテーマに自治区をつなぐ着地型観光商品づくり

### ●周遊を支える拠点づくり

北見市の広大な市域を周遊してもらうために、着地型観光の推進拠点について検討を進めます。

- ・ 周遊を促すために、観光インフォメーション機能や予約サービスなどを有した交流拠点の配置
- ・ 滞在時間を長くし地域の経済効果を高めるため、特産品など販売・提供機能を持った拠点の配置

### ●小さな旅を支えるインフォメーションネットワーク

北見市を周遊してもらうために、拠点と合わせて観光客がアクセスしやすく、ニーズに対応した観光情報のネットワークの構築や、サインなどのインフォメーションを整えます。

- ・ 周遊を促すための観光インフォメーション機能や予約サービスなどのネットワークの充実
- ・ 広大な市域の周遊を支えるサインや案内標識の充実

### 3.インバウンドの推進

#### ●「ハッカのまち」を売りにしたインバウンドの誘客推進

海外からの旅行者は、その土地ならではの歴史や文化に関心を示します。

かつては生産量が世界の7割を誇っていたハッカのまち北見市の「歴史」や天然ハッカのもつ「癒し」、「自然」、「安心・安全」のイメージをコンセプトにインバウンドの誘客を推進します。

- ・インバウンド向けの「歴史」、「癒し」、「自然」、「安心・安全」をコンセプトにしたハッカ関連コンテンツの充実
- ・インバウンド向けに世界規模の歴史・ストーリー性に着目したコンテンツづくり
- ・インバウンド向けの体験プログラムづくり
- ・プログラムおよびコンテンツの多言語対応
- ・インバウンド向けのガイドやコーディネーターの育成の推進

#### ●「自然環境」や「歴史」を生かしたインバウンドの誘客推進

- ・サロマ湖など豊かな自然環境を生かしたインバウンド向け体験プログラムの充実
- ・ワッカ原生花園などの北海道遺産や開拓の物語などを生かしたインバウンド向けプログラムづくり

#### ●飲食店や文化施設などでのインバウンド対応の推進

インバウンドの経済効果を高めるため、飲食店などでも受入体制を充実させます。

また、北見市の魅力を知ってもらうために文化施設などでのインバウンド対応を進めます。

- ・宿泊施設、飲食店や文化施設のサインなどの多言語対応の推進
- ・宿泊施設や飲食店などによるインバウンド対応（メニューの工夫、多言語対応、決算手段の多様化等）の推進

#### ●大学と連携したインバウンドの誘客

インバウンド向け観光商品の造成は、市内の大学と連携を図り、留学生によるモニターツアーなどで国別のマーケティングを行いながら進めます。

- ・留学生による着地型観光などのモニターツアーの実施
- ・留学生の協力による SNS などを活用した情報発信

## 4.広域観光の推進と拠点都市機能の構築

### ●ひがし北海道周辺エリアとの連携による周遊観光の促進

関係自治体・機関との連携により、各エリアとのつながりを生かした周遊観光を促進します。

- ・道内中核都市観光連携協議会との連携
- ・大雪国道広域観光推進協議会との連携
- ・女満別空港国際チャーター便誘致協議会との連携
- ・一般社団法人ひがし北海道自然美への道 DMO との連携
- ・サイクルツーリズムオホーツク推進協議会との連携      など

### ●公共交通機関の活用と2次交通の充実（LCC対策を含む）

観光客の重要な移動手段である JR や都市間バスなどの既存交通を活用して北見への誘客を図るとともに、広域をつなぐ2次交通の検討を進めます。

- ・JR や都市間バスなど既存交通の利活用促進
- ・市内の周遊を促進するための2次交通の検討

### ●広域の観光情報ネットワークの充実

ひがし北海道観光の周遊・交流拠点都市として、広域の観光情報を観光客に提供できるよう、ネットワークづくりを進めます。

- ・周辺自治体や関係機関との連携による観光情報の入手体制と発信体制の構築

### ●拠点都市を目指した滞在・宿泊サービスの充実

北見市に滞在してもらい広域観光を楽しんでもらえるように滞在・宿泊サービスの充実を進めます。

- ・長期滞在する観光客に対応した多様な宿泊の提供
- ・荷物預かりなど長期滞在観光に対応したサービスの提供

### ●都市の魅力を生かした「夜の観光」の充実

夜の時間帯を生かして消費額の底上げを図るために「夜の観光」の充実を進めます。

- ・飲食店などと連携した夜のスポットの充実と情報発信
- ・ハッカオイルを使ったエステなど女性向けのプログラムの充実

## 5.北見シティ・プロモーションの推進

### ●「ハッカのまち北見」シティ・プロモーションの推進

北見市の認知度を高めるために、ハッカのまち北見をテーマにしてプロモーションを行います。

- ・ハッカのまち北見市をPRするコンテンツづくり
- ・ハッカのまち北見市の情報発信の強化

### ●ターゲット別プロモーションの実施

性別、世代によって旅行への関心は異なり、観光情報を入手するツールも異なります。

そこでターゲット別に北見市の伝えるべき情報と情報ツールを変えながらPRを行います。

- ・ハッカの魅力を生かすことができるターゲットへのプロモーション
- ・ターゲットごとの特徴・ニーズを考慮したプロモーション

### ●テーマ別観光の推進

平昌冬季オリンピックでのカーリングチームの活躍により、「カーリングのまち北見」として知名度が高くなったスポーツ等のテーマ別観光の推進を図ります。

- ・関係機関と連携したカーリング体験の充実
- ・サイクリングを中心としたアウトドア系コンテンツの開発

### ●コンベンションの誘致と推進

コンベンションの開催は、宿泊施設や飲食、土産品など地域経済に与える影響・効果は大きく、北見工業大学や日本赤十字北海道看護大学といった地元の学術機関で開催される学会などコンベンションの誘致を積極的に推進します。

- ・コンベンションの受入体制及び支援体制の充実
- ・アフターコンベンションのプログラムづくりの推進
- ・大学と連携したコンベンションの誘致推進

### ●先端技術を活用したプロモーションや情報発信の推進

北見市には、北見工業大学やIT企業があることから、大学や企業と連携して先端技術を活用しながら、効果的なプロモーションや観光客のニーズにあった情報発信を行います。

- ・SNSなどを活用した情報発信
- ・アニメやマンガ、バーチャルリアリティアイドルなどを活用したプロモーション

## 6.まちぐるみの観光推進

### ●市民意識の醸成

市民の観光に対する意識・知識を高めるために、観光に参加する機会を増やしたり、市民向けのツアーを実施するほか、ふるさと教育を兼ねた観光教育やイベントを行います。

- ・ハッカの植栽、観光ボランティアなど市民が観光に参加する機会の拡大
- ・市民向けの小さな旅（周遊パスポート）の実施
- ・子どもや親子を対象にした観光教育やイベントの実施

### ●4つの自治区ごとの小さな旅の推進体制の充実

北見市では、4つの自治区ごとの観光団体が、地域住民や企業、関係団体などとともに着地型観光を推進してきました。今後は、着地型観光の担い手として体制の充実を進めます。

- ・自治区ごとの着地型観光の受入体制の充実

### ●人材育成プログラムの実施（ガイド、コンシェルジュ、コーディネーター）

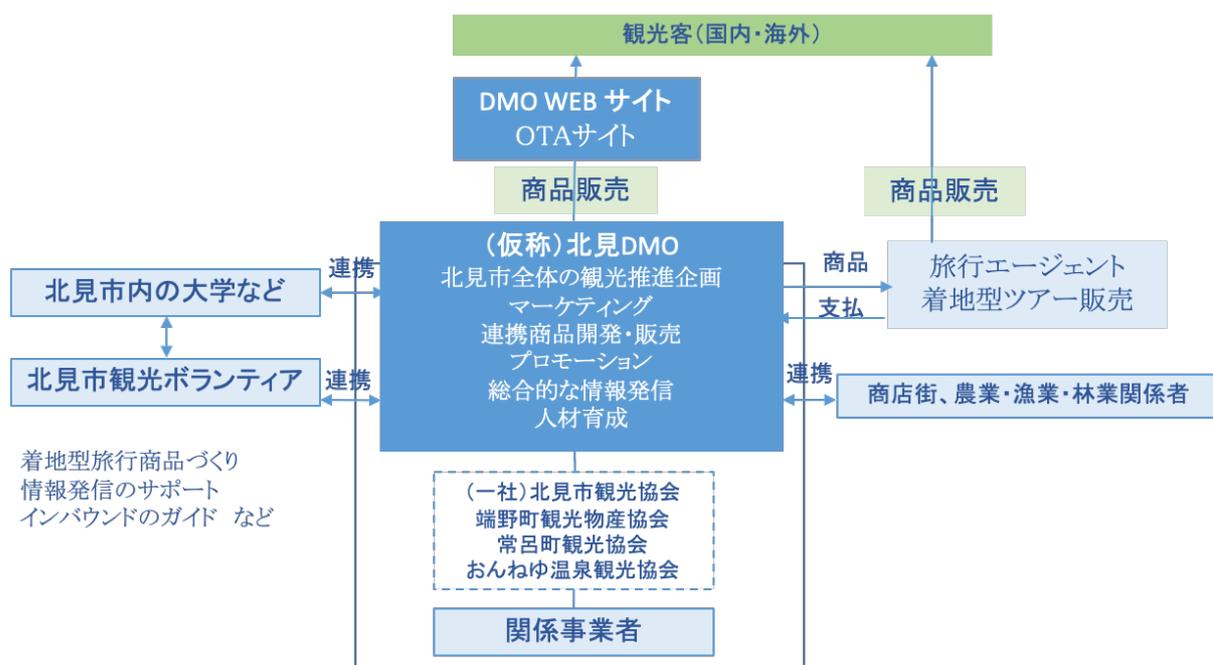
北見市の観光の推進のために、着地型観光商品の担い手やコンシェルジュ、コーディネーターなどの人材の育成を大学などと連携して進めます。

- ・大学などと連携した人材育成プログラムの実施
- ・着地型観光商品の担い手となる地域の人材育成プログラムの実施

## 1.北見市の観光推進体制

### ●市内4エリアと官民学連携の組織設立

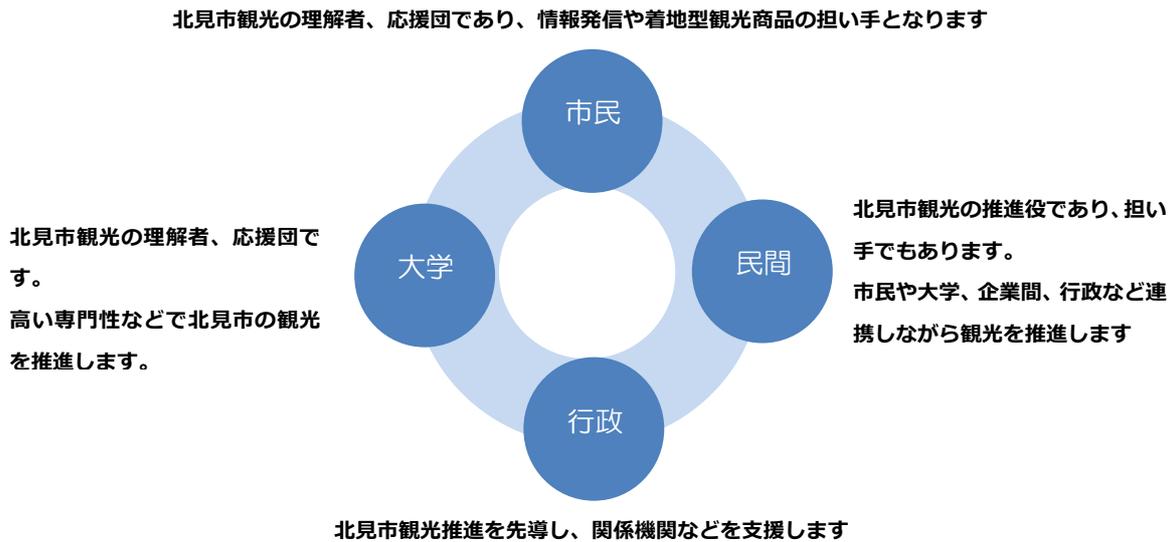
- ・北見、端野、常呂、留辺蘂の市内4エリアの連携強化はもちろんのこと、各観光協会や、商工会議所・商工会、旅館組合などの観光関係団体、飲食店業、宿泊業、農業・漁業、交通事業者、旅行業者などの観光関連事業者、大学・研究機関さらには地域の顧客でもある市民との連携を図ります。
- ・観光推進体制強化に向けて、「(仮称)北見DMO (Destination Management / Marketing Organization)」(以下、北見DMO)の設立を進めます。



## 2.まちぐるみ観光推進の基本的考え方

### (1) 市民・企業・大学・行政の連携と役割

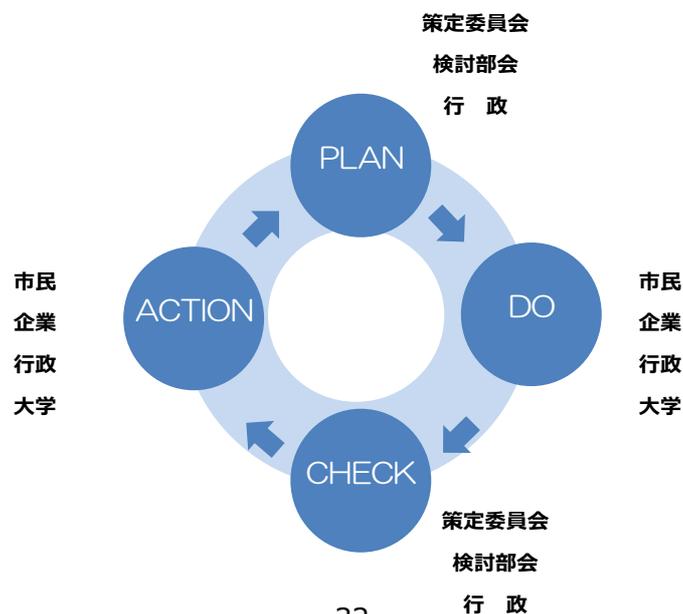
北見市の観光推進は、市民と企業、大学、行政が役割を分担しつつ、連携を図り、自主的・積極的に取り組んでいきます。



### (2) まちぐるみ観光の進行管理

北見市観光推進プロジェクトは、PDCA（計画・実行・評価・改善）サイクルを実施して管理を行い、事業の進捗度に応じて、新たな改善案の立案や実施して効果的に進めます。

進行管理は、策定委員会と同様に関係者などによる組織を設けて行います。



### 3.北見市観光推進の評価指標

北見市観光推進プロジェクトの評価指標は、下表のとおりとします。

#### ●市民満足度指標

評価指標	基準値（2017年度）	目標値（2023年度）
「観光の活気がある」と思う市民の割合	24.0%	30%
「祭りやイベントが充実している」と思う市民の割合	61.6%	70%

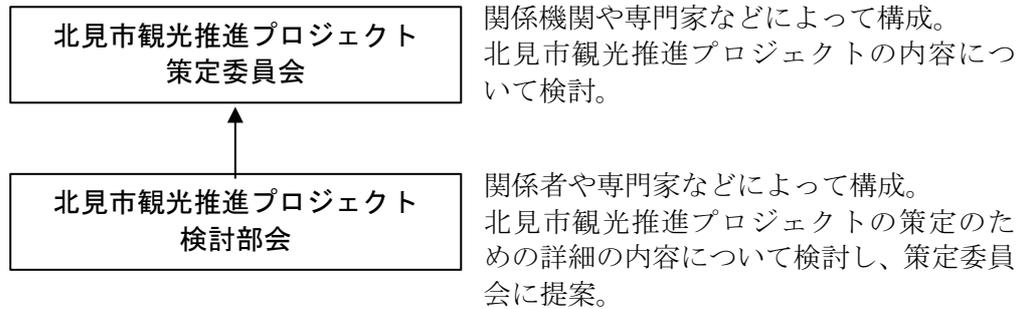
#### ●KPI（施策の評価指標）

評価指標	基準値（2017年度）	目標値（2023年度）
観光入込客数（年間）	1,493千人	2,000千人
観光宿泊客延べ数（年間）	718千人	1,000千人
コンベンション開催件数 （全国・全道大会）	60件	70件
着地型観光体験メニュー数 （累計）	7件	12件

## 【参考】

本プロジェクトは、「策定委員会」を開催して検討を行うとともに、具体的な方策などを検討するための「検討部会」を開催し、策定委員会に提案を行いながら策定作業を進めました。

### 北見市観光推進プロジェクト 2019-2023 策定体制



### 策定委員会の開催

会議名	開催日	主なテーマ
第1回策定委員会	2018年9月28日(金)	策定のスケジュール、想定される構成
第2回策定委員会	2018年11月13日(火)	北見市が目指す観光都市像
第3回策定委員会	2018年12月5日(水)	観光推進の基本方針、施策、体制
第4回策定委員会	2019年1月9日(水)	北見市観光推進プロジェクト素案
第5回策定委員会	2019年3月18日(月)	北見市観光推進プロジェクト

### 検討部会の開催

会議名	開催日	主なテーマ
第1回検討部会	2018年9月28日(金)	策定のスケジュール、想定される構成
第2回検討部会	2018年11月2日(金)	北見市が目指す観光都市像、イメージ
第3回検討部会	2018年11月30日(金)	観光推進の基本方針、施策、体制
第4回検討部会	2019年1月9日(水)	北見市観光推進プロジェクト素案

## 策定委員会及び検討部会名簿

### ●策定委員会

◎ = 委員長、○ = 副委員長 五十音順・敬称略

	大江 友広	おんねゆ温泉観光協会会長・温根湯温泉旅館組合長
	大平 孝	日本航空（株）北見支店支店長
	岡村 廉明	きたみ市商工会会長
	岡村 秀明	北海道社交飲食生活衛生同業組合北見支部長
	尾谷 正人	端野町観光物産協会会長
	加藤 利器	北海道新聞社北見支社長
	紺野 武雄	北見ホテル旅館組合長
	高木 豊	北見商工会議所交通観光委員会委員長
○	永田 裕一	（一社）北見市観光協会副会長
	野尻 拓己	留辺蘂商工会議所副会頭
	福山 道弘	（株）JTB 北海道事業部 オホーツクオフィス長
◎	柘井 文人	北見工業大学教授・オホーツク圏観光情報学研究会主査
	山本 智司	北見市商店街振興組合連合会副理事長
	横山 義雄	常呂町観光協会会長

### ●検討部会

五十音順・敬称略

	池田 旬哉	留辺蘂商工会議所振興課係長
	大西 基	（一社）北見市観光協会事務局長
	小田 大典	端野町観光物産協会副会長
	加藤 博己	おんねゆ温泉観光協会事務局長
	岸 学	北海道新聞社北見支社営業部
	小池 康幸	北海道社交飲食生活衛生同業組合北見支部副支部長
	許斐 ナタリー	北見工業大学国際交流センター長
	新谷 有規	きたみ市商工会副会長
	高橋 尚己	常呂町観光協会副会長
	高間 早紀子	北見市商店街振興組合連合会理事
	武田 卓	北見商工会議所企画振興係
	對馬 結実	きたみ力 up 研究会（きたみ ing 運営）代表
	野上 洋平	温根湯温泉旅館組合監事
	春田 博人	北見ホテル旅館組合副組合長
	山川 拓郎	（株）JTB 北海道事業部 オホーツクオフィス

2019年3月

北見市観光推進プロジェクト 2019-2023

発行 北見市 商工観光部 観光振興室

〒090-0024

北見市北4条東4丁目

TEL 0157-25-1244