

根室市 観光振興計画

世界に誇る「根室の自然・歴史・食」に魅せられる
～「訪れる」から「過ごす」観光への進化を目指して～



令和元年9月

根 室 市

目 次

1.	計画策定の趣旨	1
(1)	計画の趣旨	1
(2)	計画の位置づけ	2
(3)	計画期間	4
(4)	観光に関する KPI	4
2.	観光統計から見た根室市の現状	5
(1)	観光客の動向（国内・訪日外国人の全体像）	5
(2)	外国人観光客の動向	11
(3)	観光マーケットの動向から見た現状	15
3.	観光資源に関する現状と課題	16
(1)	観光資源の概要	16
(2)	観光資源活用の課題	20
(3)	観光振興に向けた課題の整理	25
4.	根室観光の方向性	26
(1)	根室観光の将来像	26
(2)	基本方針	27
(3)	施策の体系	28
(4)	基本施策	29
(5)	計画の推進体制	35
(6)	観光の目標値	36

1. 計画策定の趣旨

(1) 計画の趣旨

本市では、平成 22 年に「根室市観光のまちづくり基本方針」と「根室市観光のまちづくり基本方針主要プログラム」を策定し、根室観光の最大の課題である「夏季集中」・「通過型観光」からの脱却等を目指して、観光協会をはじめ、民間企業や関係団体とともに取り組むべき観光振興施策を具体的に示し、取り組んできました。

このような中、国は、平成 29 年に、新たな「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、観光は我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるという認識の下、「観光先進国・日本」への飛躍を図る方向性を示し、北海道においても「北海道観光のくにづくり行動計画(第 4 期)」を策定し、国際的に質や満足度の高い観光地づくりや、世界水準の受入体制の整備・充実を推進する方針を示すなど、観光を取り巻く状況は大きく変化しています。

また、人口減少や少子高齢化により、若年労働者が減少する社会構造の中で、高い付加価値を生み出すことができる「観光産業」は、今後ますます重要性が高まる分野であるとはいえ、平成 29 年度に本市が作成した「根室市経済実態調査報告書」においても、観光業は輸移外型産業であり、観光客の消費は市中経済に直結するため、観光客の消費拡大を図ることが重要であることから、今後は、水産関連産業等の既存産業とも連携するなど、積極的な対応が必要であるとしたところであり、本計画は、これらのことを踏まえ、本市の観光がおかれている現状と課題を改めて分析した上で、市民・民間事業者・行政など、観光に携わる全て主体の観光振興の指針とするものです。

(2) 計画の位置づけ

本市の最上位計画である「第9期根室市総合計画（平成27年3月策定、以下「総合計画」という。）」においては、「海と大地に根ざす『生産・交流都市』ねむろ」を将来都市像に掲げ、「全国屈指の水産都市」、「世界に誇る自然と食の交流都市」、「北方四島との交流拠点都市」の3つを「生産・交流都市のかたち」としています。

図 2-1 根室市の将来都市像

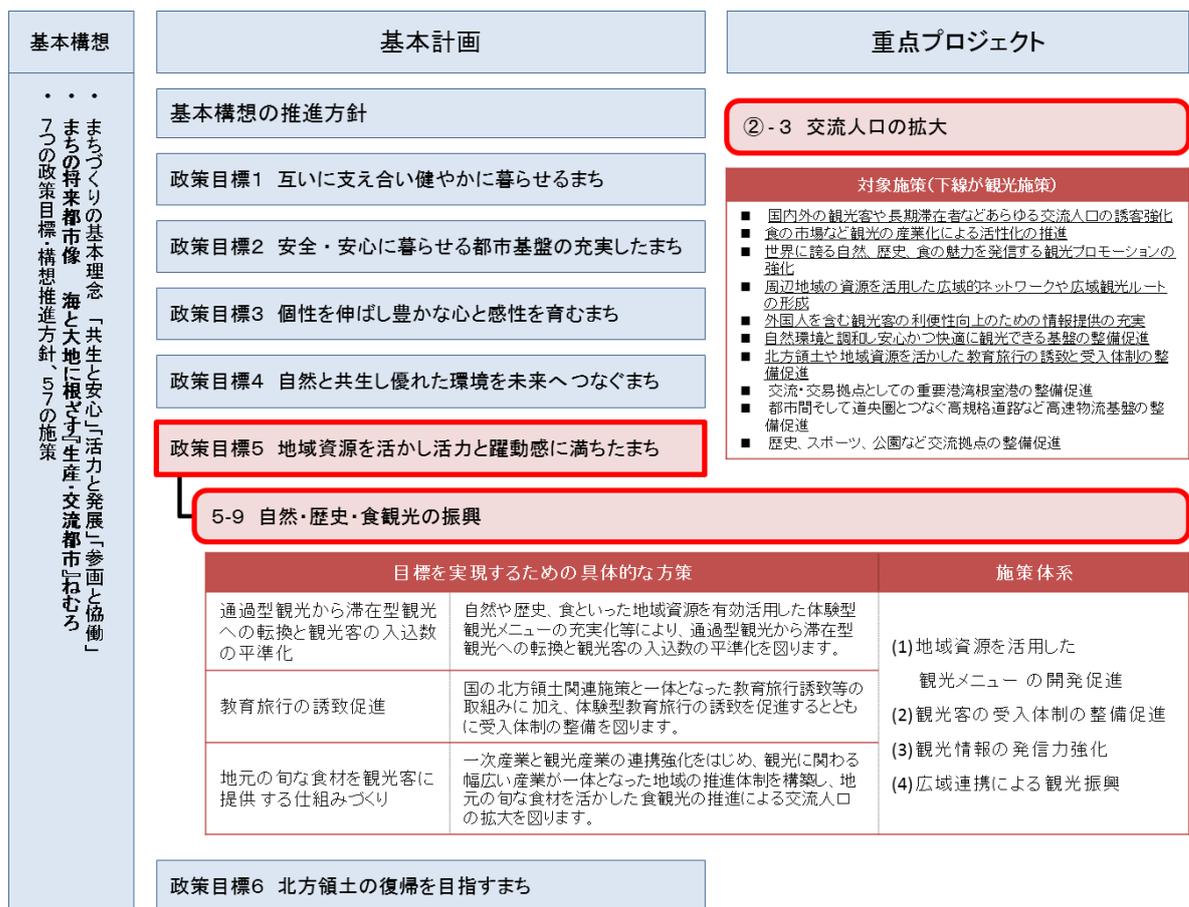


※交流拠点都市:「ヒト」が行きかい、「モノ」と「情報」等が流動し、産業活動の拠点となる都市のこと。

出所：第9期根室市総合計画（平成27年3月策定）

総合計画における観光施策は、「政策目標5 地域資源を活かし活力と躍動感に満ちたまち」の中で、「5-9 自然・歴史・食観光の振興」として位置付けられています。また、総合計画の3つの重点プロジェクトの一つ、「② 住みたいと思える「ひと」と「しごと」を呼び込むプロジェクト」においても、「②-3 交流人口の拡大」として位置づけられており、本市の将来都市像を実現するための重要な施策となっています。

図 2-2 第 9 期根室市総合計画における観光施策の位置づけ



出所：第 9 期根室市総合計画（平成 27 年 3 月策定）

「根室市創生総合戦略（平成 27 年 10 月策定、以下「創生総合戦略」という。）においては、観光振興について「世界に誇る自然、歴史、食の魅力を発信する観光プロモーションの強化」として、「欧州客をターゲットにしたエコツーリズムや、国内客をターゲットにした歴史や食の魅力についてのシティプロモーションを展開し、一元的に国内外へ情報発信する」ことを位置付けています。

さらに、「地域グローバル観光推進戦略 基礎調査（平成 28 年 3 月）」において、自然への関心度が高い外国人をターゲットに設定し、「再訪意向向上によるリピーター増」、「推奨意向向上による新規顧客獲得」、「日本訪問客に対する誘致」、「欧米での直接誘致」といった 4 つの誘致活動の推進が必要であるとしています。

本計画は、「総合計画」、「創生総合戦略」のもと、観光分野での具体的な施策等を進めていくための個別計画とします。

(3) 計画期間

本計画の期間は、「総合計画」と計画期間を合わせ、令和元年度から令和6年度の6年間とします。

(4) 観光に関する KPI

「総合計画」、「創生総合戦略」では、観光に関する KPI（重要行政評価指標、Key Performance Indicator）を設定しており、観光客の中でも特に経済効果が高くなる「宿泊客」、「外国人宿泊客」、閑散期となる「冬期の強化」に重点をおいています。

本計画は、こうした観光に関する KPI を踏まえるものとしてします。

図 2-3 第 9 期根室市総合計画における成果指標

指 標	内容・出所等	(H26)	目標値 (H32)	目標値 (H37)
冬期間における 観光客入込数	1年間の観光客入込数のうち 11 月～3月の観光客入込数の割合 (根室市調べ)	16.9%	20.0%	25.0%
外国人宿泊客数	外国人の宿泊客数(北海道/観光 客入込調査)	2,361 人/年	2,500 人/年	2,800 人/年
観光客入込数の うち 宿泊者数の割合	1年間の観光客入込数のうち 宿 泊者数の割合(根室市調べ)	16.5%	18.0%	20.0%

出所：第 9 期根室市総合計画（平成 27 年 3 月策定）

2. 観光統計から見た根室市の現状

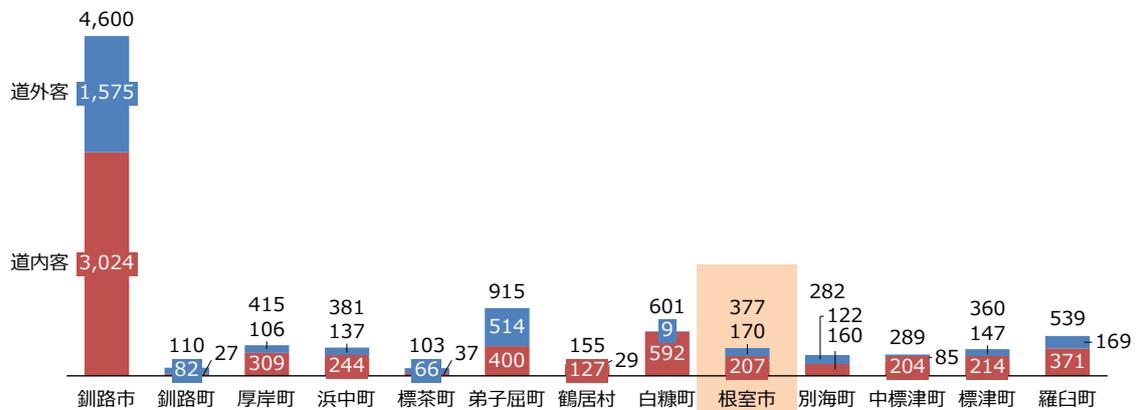
(1) 観光客の動向（国内・訪日外国人の全体像）

① 釧路・根室圏における根室市の観光客数

釧路・根室圏における平成 28 年度の観光客数は、阿寒湖温泉や釧路湿原国立公園を有する釧路市が 460 万人と突出しており、次いで弟子屈町が続きます。

本市は 37.7 万人と、厚岸町、浜中町、標津町と同程度となっています。

図 3-1 年間観光入込客数比較：釧路・根室圏域（平成 28 年度）（単位：千人）

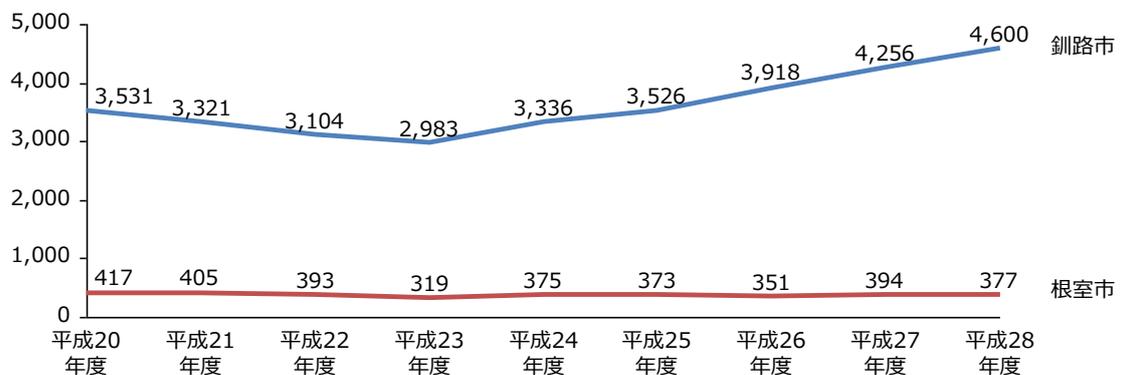


出所：平成 28 年度北海道観光入込客数調査報告書

② 観光客数の経年変化

本市の観光客数の経年変化を見ると、釧路市が増加傾向にあるのに比して、横ばい状態が続いています。

図 3-2 年間観光入込客数の推移（平成 20 年度～28 年度）：釧路市・根室市（単位：千人）

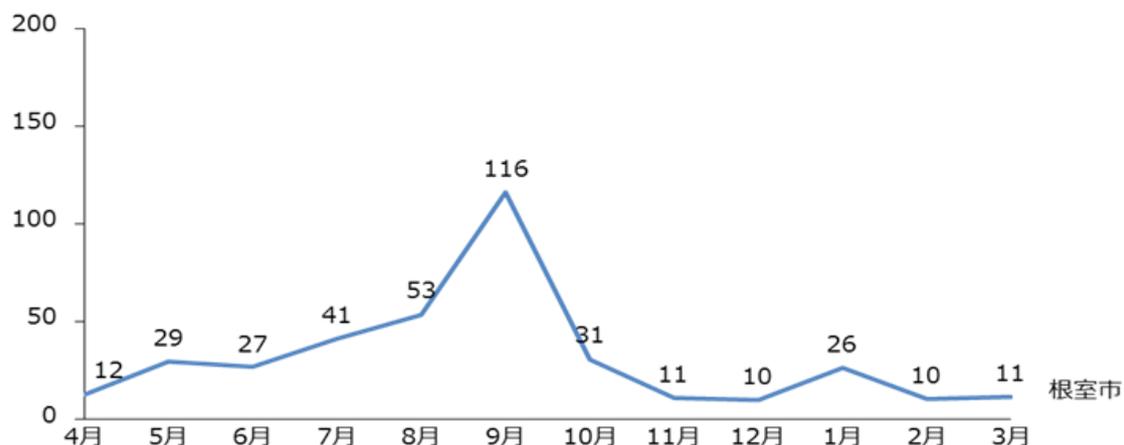


出所：北海道観光入込客数調査報告書（平成 20～28 年度）

③ 観光客の月別動向

本市の月別の観光客数を見ると、7月から8月にかけて増加し、9月にピークを迎える夏季集中型の傾向が強くなっています。また、納沙布岬の初日詣やバードランドフェスティバルの開催される1月は2.6万人とやや増加しますが、11月から4月まで（1月除く）は1万人程度で推移する傾向にあります。

図 3-3 月別の観光入込客数の推移（平成 28 年度）：根室市 （単位：千人）

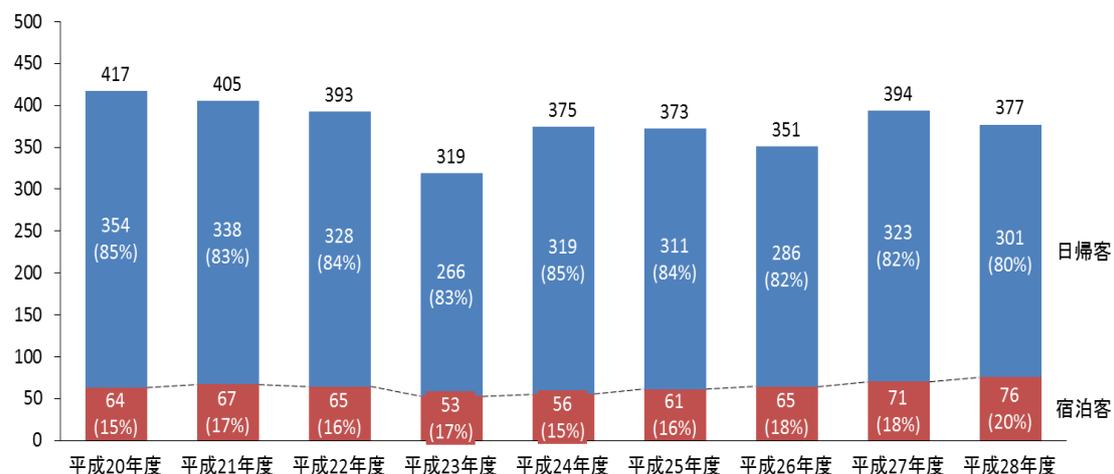


出所：平成 28 年度北海道観光入込客数調査報告書

④ 日帰客と宿泊客の推移

日帰り客と宿泊客を見ると、日帰り客は増減を繰り返しつつも横ばいの状況となっていますが、宿泊客数は横ばい傾向から、近年は増加傾向にあります。

図 3-4 日帰客・宿泊者数の推移（平成 20 年度～28 年度）：根室市 （単位：千人）



出所：平成 20 年度～28 年度北海道観光入込客数調査報告書

⑤ 宿泊観光客と宿泊ビジネス客の月別動向

根室市観光協会による「宿泊者数情報調査報告」において、宿泊客を観光客とビジネス客に分類した調査が報告されています。

特に、宿泊観光客は7月から9月の夏季に集中し、最も観光客が多い月は9月で、日帰り客を含めた観光入込客数の季節動向と同様となっています。なお、冬季におけるピークは、2月となっていることから、1月の観光入込客数の増加は、日帰り客が中心であるといえます。

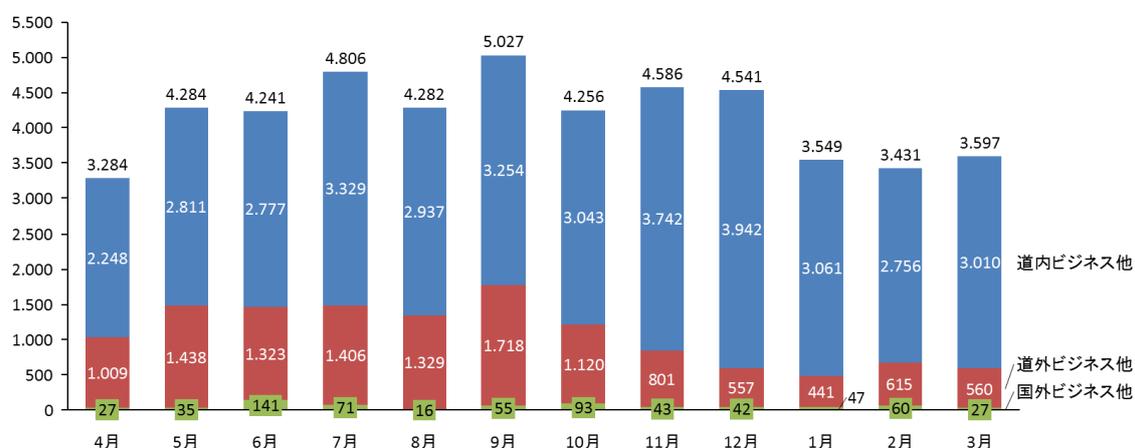
図 3-5 宿泊観光客の月別動向（単位：人）



出所：平成28年度 宿泊者数情報調査報告

一方、宿泊ビジネス客は、宿泊観光客ほど需要の浮き沈みは見られないことから、シーズナリティの影響を受けにくいといえます。

図 3-6 ビジネス宿泊客の季節動向（単位：人）



出所：平成28年度 宿泊者数情報調査報告

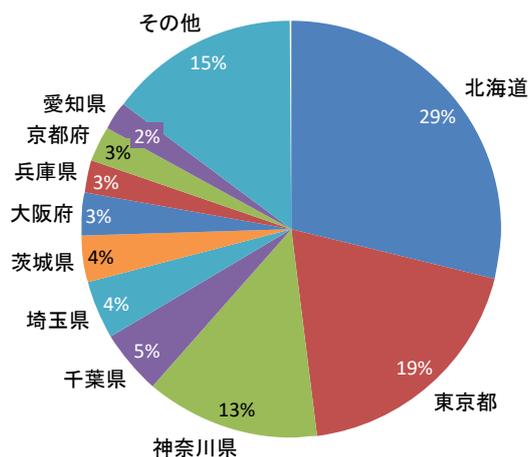
⑥ 宿泊客の属性

ア. 居住地

本市の宿泊客の居住都道府県を見ると、北海道以外では、東京、神奈川、千葉、埼玉の1都3県が41%を占め、主要なマーケットであることがわかります。

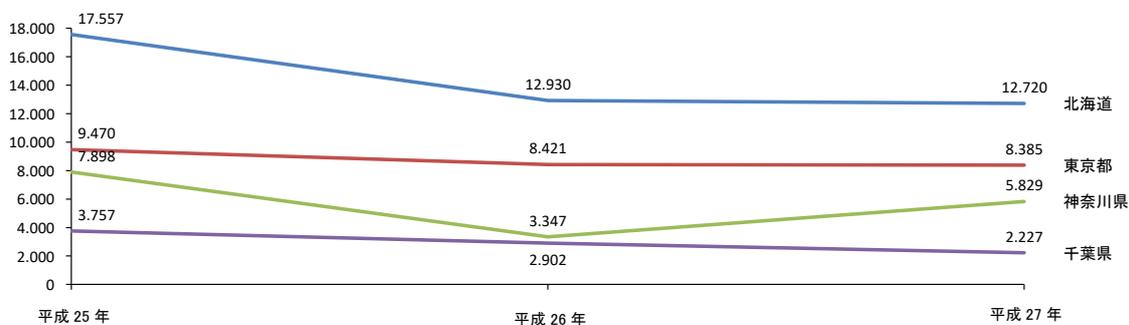
また、近年は神奈川県からの宿泊者が増加しています。

図 3-7 居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合



出所：RESAS・観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」¹

図 3-8 主要な居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の推移



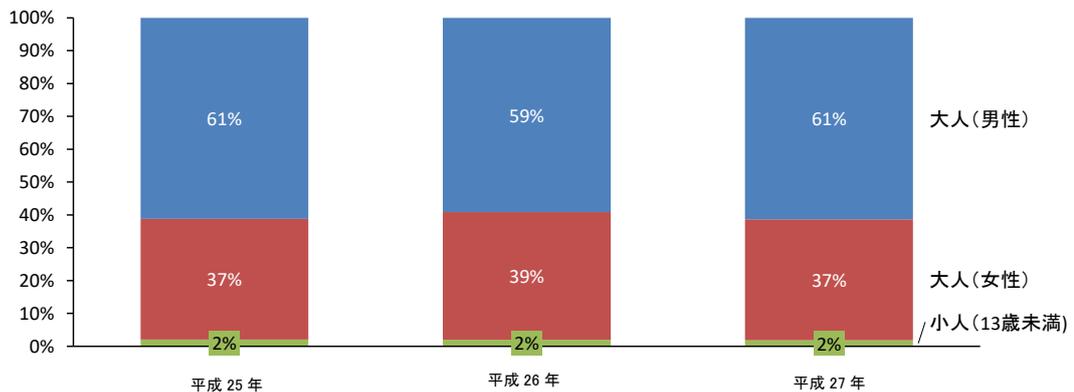
出所：RESAS・観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

¹ 観光予報プラットフォームでは、日本全体の宿泊実績データのうち、7,000万泊以上（平成28年10月現在）のサンプリングデータ（店頭、国内ネット販売、海外向けサイトの販売）を抽出し、宿泊者数の実績データを算出している。各データ・情報の提供元は非公開。データの算出方法において、宿泊実績データのサンプリングをもとに拡大推計をして算出していることから、属性別ごとの延べ宿泊者数（総数）の合計値が一致しない場合がある

イ. 性別・参加形態

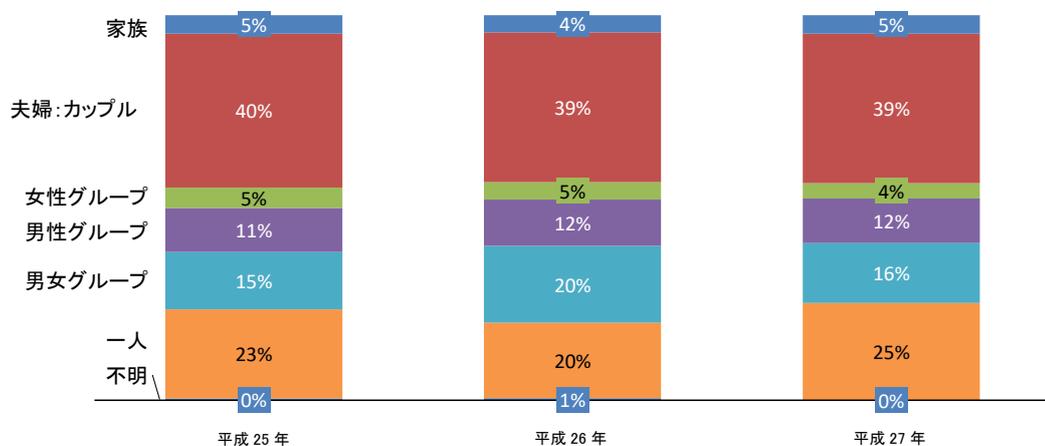
性別を見ると、大人男性が約60%以上、大人女性が約40%で推移しています。参加形態別では、家族客（子供連れ）は5%程度で、夫婦：カップルが約40%、男女グループが15~20%、一人旅（ただし一人旅はビジネスを含む）が20%を占めるなど、全体的に「大人が楽しむ旅行」となっています。

図 3-9 宿泊者の性別・年齢層の割合（訪日外国人含む）²



出所：RESAS・観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

図 3-10 宿泊者の参加形態の割合（訪日外国人含む）³



出所：RESAS・観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

²延べ宿泊者数（日本人）と延べ宿泊者数（外国人）を合計した数。

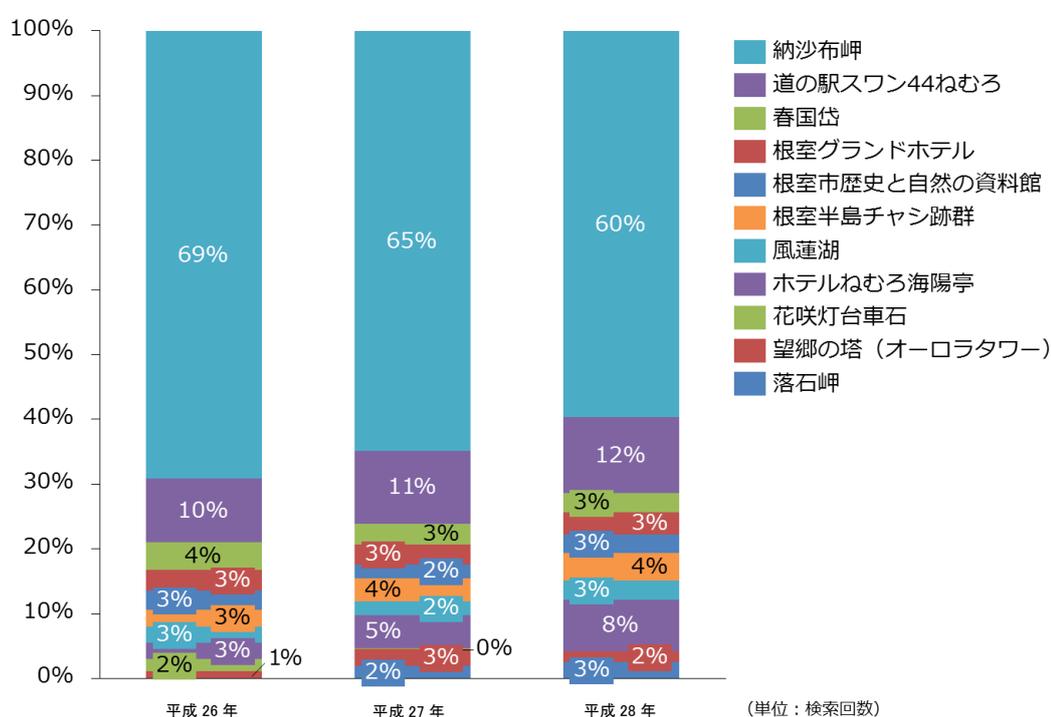
³延べ宿泊者数（日本人）と延べ宿泊者数（外国人）を合計した数。宿泊実績の同伴者情報をもとに、「家族(子ども連れ)」、「夫婦、カップル(男女二人含む)」、「女性グループ」、「男性グループ」、「男女グループ(13歳以上子ども含む家族)」、「一人」に分類した項目。

⑦ 観光目的地

RESAS・株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」による観光目的地（自家用車・レンタカー利用者の目的地検索数）を見ると、「納沙布岬」が最も多い約60%を占めています。「道の駅スワン44ねむろ」は、10%~12%、その他の観光目的地は、それぞれ3%程度となっており、本土最東端の地を訪れる観光が多いということがうかがえます。

なお、バードウォッチングやネイチャーツアー等の目的型の来訪は、この統計には含まれていません。

図 3-11 来訪者の目的地（自家用車・レンタカー利用者の目的地検索数）の割合



出所：RESAS・株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」⁴

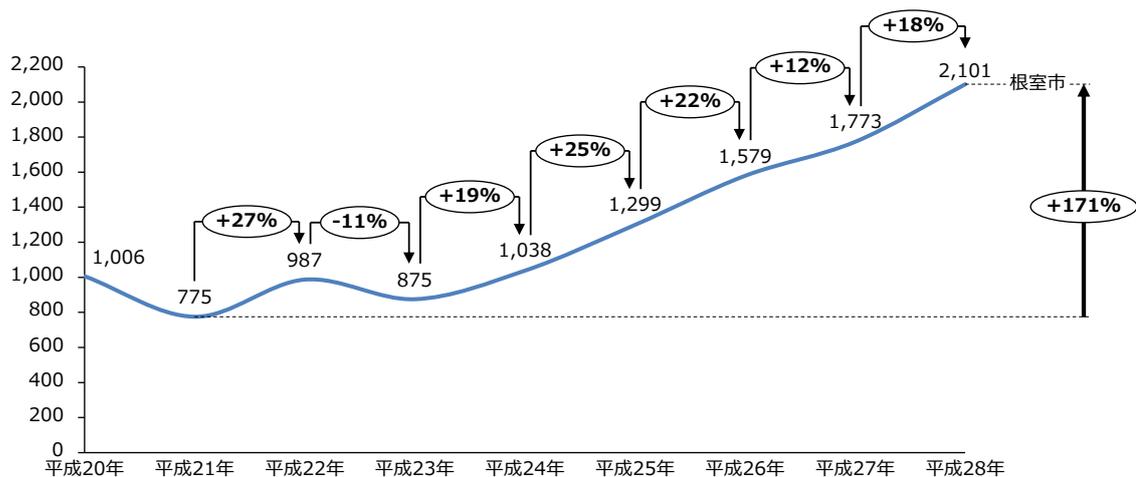
⁴検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユニークユーザ数。下記条件に全て該当した場合のみ表示。
・施設分類が、観光資源、宿泊施設や温泉、広域からの集客が見込まれるレジャー施設や商業施設に該当。

(2) 外国人観光客の動向

① 外国人の経年推移

本市における訪日外国人数（宿泊者数）は、毎年 10～20%前後の伸び率で増加しています。平成 23 年と 5 年後の平成 28 年を比較すると、140%増の 2.1 千人泊と大きく増加しています。

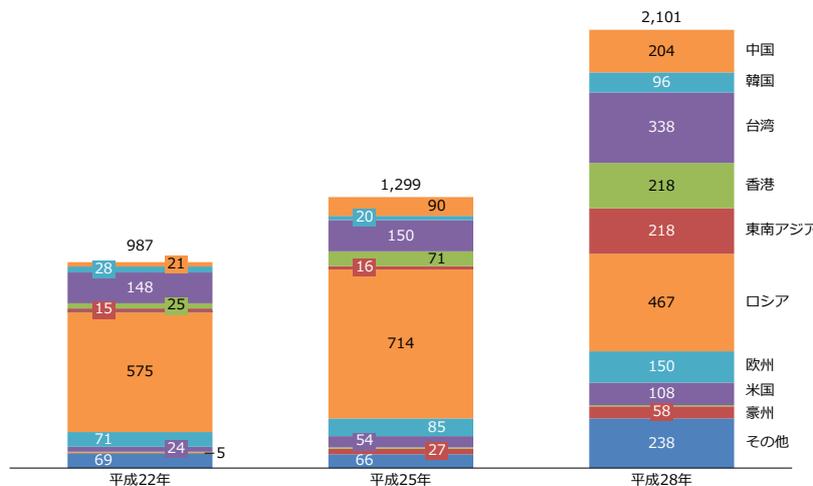
図 3-12 訪日外国人の年間観光入込客数の推移（平成 20 年度～28 年度）（単位：人泊）



出所：北海道観光入込客数調査報告書（平成 20～28 年度）

国別に見ると、最も大きい割合を占めていたロシアは減少し、台湾、中国、東南アジア、香港、韓国、東南アジア、欧米豪がそれぞれ大きく伸びています。

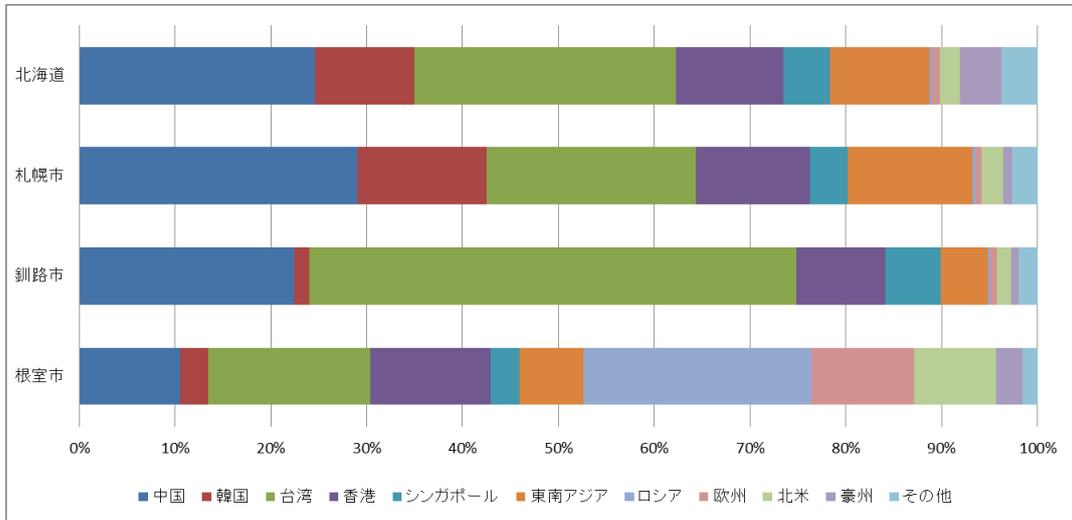
図 3-13 訪日外国人の国別割合の推移（平成 22 年度～28 年度）（単位：人泊）



出所：北海道観光入込客数調査報告書（平成 20～28 年度）

また、北海道の他の都市と比較して、本市の訪日外国人は、欧州・北米・豪州の割合が高いことがわかります。

図 3-14 訪日外国人の国別割合の比較



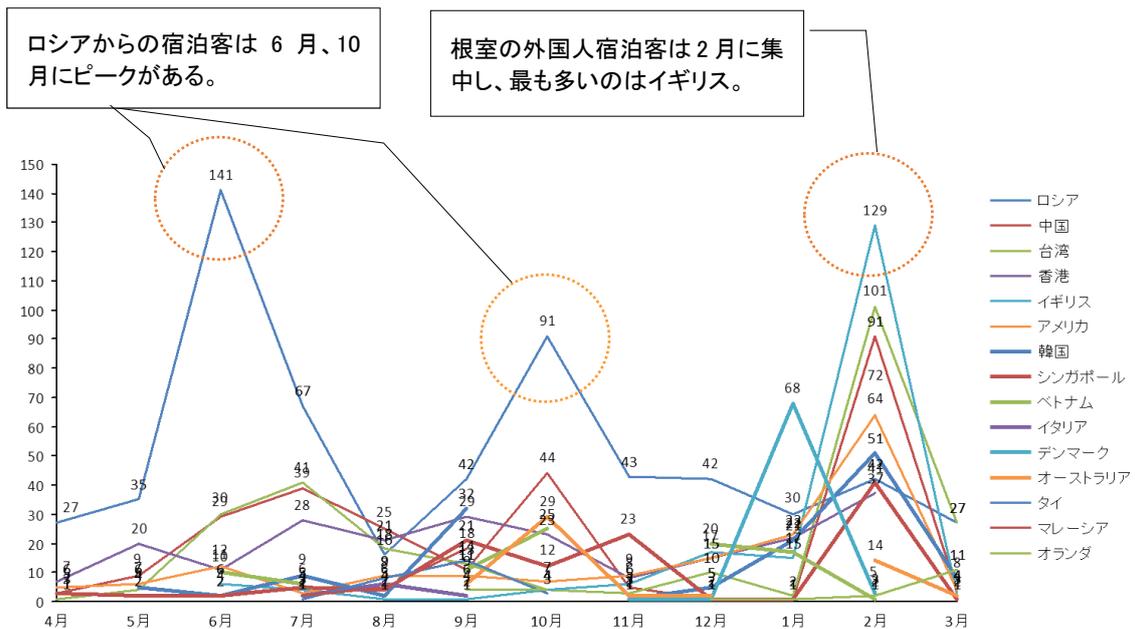
出所：北海道観光入込客数調査報告書（平成 28 年度）

② 訪日外国人の月別動向

訪日外国人宿泊者数の月別動向を国別で見ると、最も多いロシアは、主にビジネスにより 6 月と 10 月にピークとなっています。また、2 月はイギリスの 129 人が最も高くなっています。

2 月の根室は、バードウォッチングのベストシーズンであり、バードウォッチング先進国であるイギリスからの関心を得ていると考えられます。

図 3-15 国別訪日外国人宿泊者数の月別推移（単位：人泊）

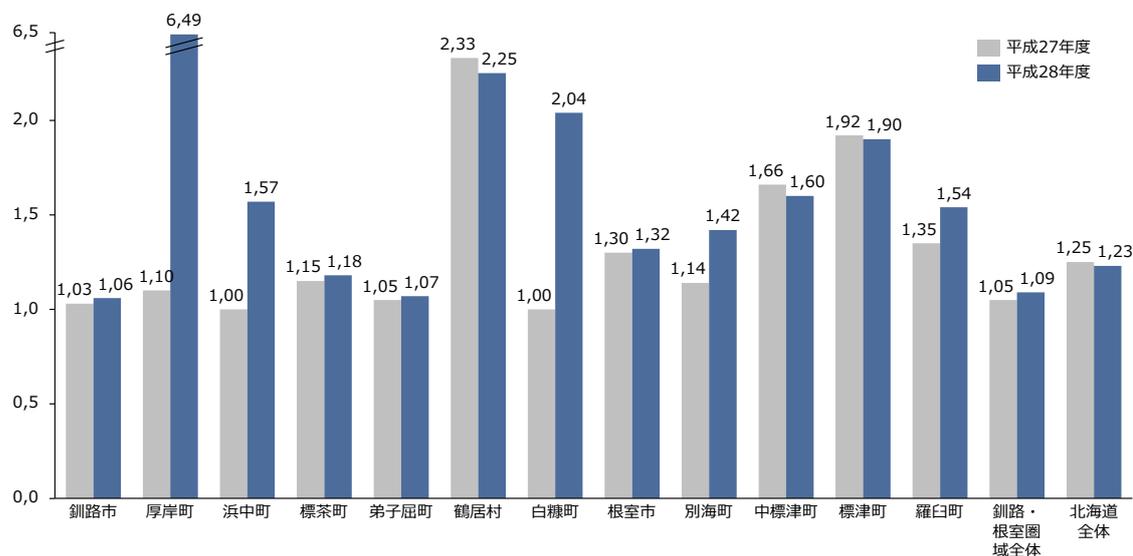


出所：北海道観光入込客数調査報告書（平成 28 年度）

③ 訪日外国人の国籍別滞在日数

訪日外国人の滞在日数では、本市の平均泊数は 1.3 泊程と北海道全体や釧路・根室圏全体、釧路市よりも若干高い数値となっています。一方、近隣市町村の中には、鶴居村の 2.3 泊、標津町の 1.9 泊といった連泊・滞在型の地域も見られます。

図 3-16 訪日外国人の宿泊日数 (単位：人泊)



出所：北海道観光入込客数調査報告書（平成 27、28 年度）

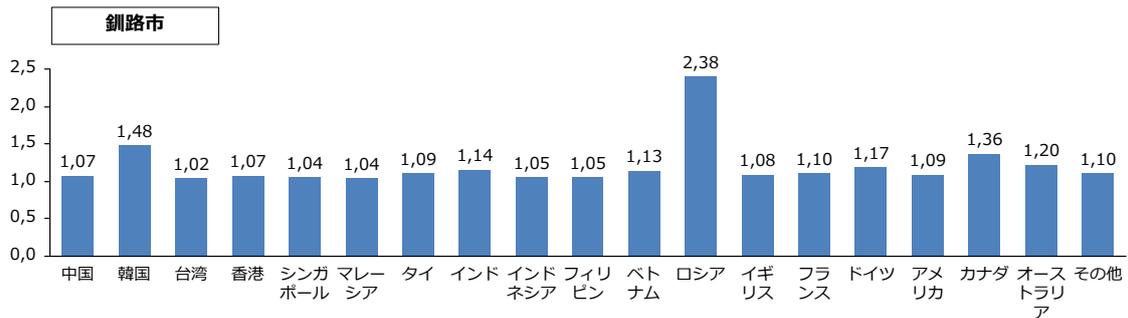
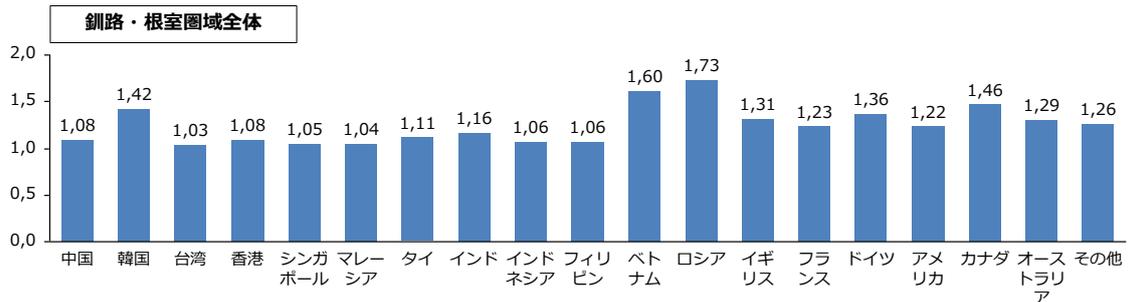
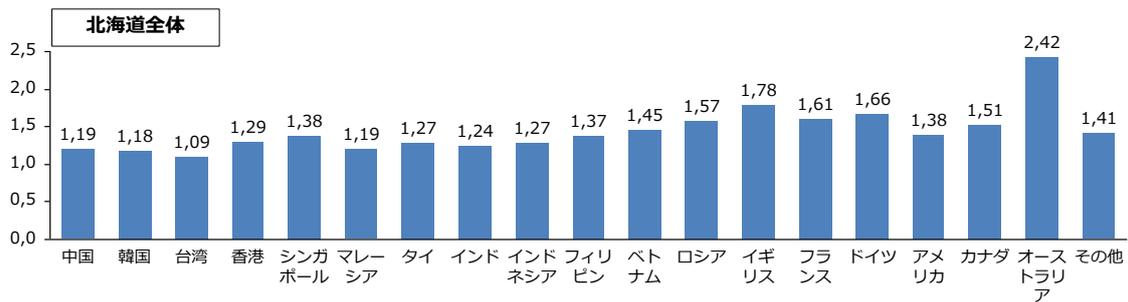
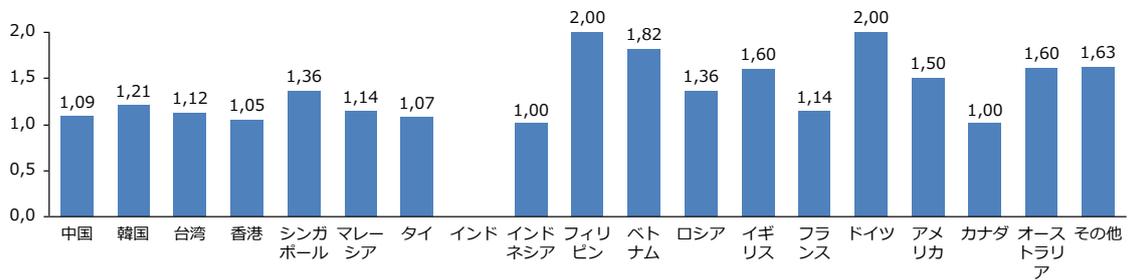
（平成 27 年度・28 年度比較、釧路・根室圏域市町村※釧路町は 0 のため非表示）

※厚岸町は 2 人が長期滞在した数値のため参考値

国籍別に宿泊日数を見ると、ドイツやアメリカは、北海道全体の滞在日数を上回っていますが、イギリス、フランス、オーストラリアは、北海道全体の滞在日数に達しておらず、旅マエや旅ナカでの「滞在して根室を楽しむ過ごし方」の提案が重要と考えられます。

図 3-17 根室市における国別訪日外国人の宿泊日数 (単位：人泊)

出所：北海道観光入込客数調査報告書 (平成 28 年度)



(3) 観光マーケットの動向から見た現状

観光マーケットの動向から見た本市の観光の現状について、以下のとおり整理します。

観光客の動向
1) 本市の観光客数は全体で見ると横ばい傾向であり、漸減傾向から脱しつつある。 2) 宿泊客数は、わずかであるが増加傾向にあり、国内宿泊客通過型の観光地から、滞在型の観光地へと徐々に変化していると思われる。

月別の動向
1) 7～9月に年間観光客が集中する夏季集中型の傾向は続いている。 2) 観光客数の平準化が課題であり、7～9月以外の観光資源の発掘・磨き上げ、情報発信等が求められる。

観光目的・属性
1) 観光客の属性から、「 <u>大人が訪れる観光地</u> 」という側面が見られる。 2) 本土の最東端・納沙布岬を見たい、 <u>パードウォッチングの聖地である春国岱で野鳥を観察したい</u> といった目的型の観光形態が強い。

訪日外国人観光
1) 訪日外国人観光客は大きく増加の傾向にあり、滞在日数も増加している。 2) アジア諸国、欧米豪諸国双方ともに伸びている。 3) 近隣市町村の中には連泊・滞在型の地域も見られ、本市においても取り組みによって、さらに滞在日数を延ばす余地は大いにある。 4) シンガポール、ベトナム、イギリス、ドイツ、アメリカ、オーストラリアの滞在日数が長いですが、その中でイギリス、オーストラリアについては、北海道全体の滞在日数に達しておらず、 <u>旅マエから旅ナカにおいて、根室を楽しむ過ごし方の提案</u> が重要である。

3. 観光資源に関する現状と課題

(1) 観光資源の概要

① 根室半島の豊かな自然

根室半島は、北海道の東南部に位置し、長さ約30km、幅約8kmの東西に細長い半島であり、先端には本土最東端の納沙布岬、付け根部にはラムサール条約登録湿地である風蓮湖・春国岱など、多様な自然環境を有しており、オホーツク海の流氷や湿地帯に咲き乱れる花々、本土で最も早く朝日を見られる等、季節や時間帯に応じた様々な観光が可能です。

中でも、風蓮湖・春国岱は、国内で観察される野鳥の半数以上を見ることができ、野鳥の楽園として、日本をはじめ世界から人々が集まるバードウォッチングの聖地とされています。

こうした恵まれた自然を活用し、ガイド付きのバードウォッチングやネイチャーツアー・クルーズ、フットパス、歴史探訪、ガイド付きタクシー（野鳥コースなど）、水産都市の食や文化体験プログラムなどが、観光事業者や市民の有志によって行われています。

根室半島の豊かな自然	<p><自然景観を楽しむ></p> <ul style="list-style-type: none">• 流氷や日の出を望むことができる本土最東端「納沙布岬」• オホーツク海を望み100種類の花々が咲き揃う「北方原生花園」での散策• 様々なコースで原風景を楽しむことができる「根室フットパス」• ねむろ半島遊覧バス「のさっぷ号」で巡る自然観察• 放射状節理構造の玄武岩で、車輪を思わせる形をした奇岩「根室車石」がある花咲灯台 <p><野鳥・動物等を楽しむ></p> <ul style="list-style-type: none">• バードウォッチングの聖地での野鳥観察体験(ラムサール条約登録湿地である風蓮湖・春国岱と原生野鳥公園ネイチャーセンター、道の駅スワン44ねむろ、浜松海岸、ねむろバードランドフェスティバル等)• 北海道に生息する野生動物観察(オジロワシ、オオワシ、エトピリカ、エゾシカ、ハクチョウ等)• 自然のままの野生動物を間近で観察できる「落石ネイチャークルーズ」、「本土最東端パノラマクルーズ」、「風蓮湖・温根沼ネイチャークルーズ」• 地元住民による根室自然ガイド
------------	--

	<p><自然を楽しむイベント・催し></p> <ul style="list-style-type: none"> 根室半島の恵まれた海を舞台に開催される「根室半島磯釣全道大会」 バードウォッチャーの交流の場や観察機会を提供する「ねむるバードランドフェスティバル」の開催
--	---

② ブランド力の高い海産物

本市は、太平洋とオホーツク海の豊かな海を背景に、「さんま」や「花咲がに」等、既に全国的にブランド力のある海産物、国内有数の漁業生産高からも見てとれる質の高い海産物に恵まれています。

こうした資源の旬の時期やイベント等で多くの観光客が訪れますが、年間を通して観光客の目的を生み出すためには、海産物を活用した新たな飲食メニューの開発や提供する飲食店の協力、さらには観光客に「根室でしか味わえない」と思わせる意識づくりや飲食店における提供体制等を検討していくことが必要です。

ブランド力の高い海産物	<ul style="list-style-type: none"> 肉厚な食感と濃厚な味わいの「花咲がに」 魚体が大きく脂乗りの良い、水揚げ日本一の「さんま」 うまみが凝縮した新鮮なホタテ貝やアサリ、ホッキなどの「貝類」 あらやぶつ切りの身と野菜による鍋、凍った刺身「ルイベ」、頭の軟骨を使った「氷頭」や「めふん」などの秋鮭料理 地元の海産物が味わえる「根室かにまつり」、「根室さんま祭り」の開催 春から夏にかけて水揚げされる脂乗りの良い「時鮭」 主におでんや昆布巻き、佃煮等に加工される「昆布」
-------------	--

③ まちの歴史・文化／オホーツク文化やアイヌ文化などの歴史、水産都市として発展してきたまちの文化

本市は、オホーツク文化やアイヌ文化などの歴史や、明治初期からこれまで水産都市として発展してきた歴史・文化のある街です。特に近年では、日本の100名城に登録されている根室半島チャン跡群に団体ツアーが盛んに訪れる等、注目を集めています。そのような歴史や文化を物語る遺跡や建物・公園、地元食などもあることから、街に滞在しながら楽しむことができる歴史・文化を活用した取り組みを検討していくことが必要です。

オホーツク文化やアイヌ文化などの歴史	<ul style="list-style-type: none"> アイヌ文化期の砦跡で、日本100名城に登録されている根室半島チャン跡群
--------------------	---

水産都市として発展してきたまちの文化	<ul style="list-style-type: none"> • 地元海産物との相性も良い根室の地酒「北の勝」 • 北海道で2番目に古い牧場の跡地を利用し、国内最大級でイギリス積みのレンガサイロが有名な「明治公園」 • ロシアからの遣日使節であるアダム・ラクスマンの根室来航に関する資料に触れることができる「根室市歴史と自然の資料館」 • 地元の漁師が手早く食べられ、満腹感やスタミナを得られるメニューとして考案された「エスカロップ」や「スタミナライス」 • 食べる昆布の食習慣を普及させるために開発された「根室さんまロール寿司」 • 長崎県平戸市から日本海を北上して伝わった(諸説あり)とされる「オランダせんべい」 • 漁業の振興や安全、港の発展を祈願する「ねむろ港まつり」の開催
--------------------	--

④ 本土最東端

本市は、納沙布岬を代表に、多くの日本（本土）最東端が存在します。鉄道ファンであれば、日本最東端の鉄道駅である「JR花咲線東根室駅」、近年ブームとなっている御朱印めぐりであれば「根室金刀比羅神社」などであり、日本（本土）最東端を目的に訪れる観光客もいることから、さらなる情報を発信することが重要です。

本土最東端	<ul style="list-style-type: none"> • 流水や日の出を望むことができる本土最東端「納沙布岬」(再掲) • 日本最東端の鉄道駅(JR 花咲線東根室駅) • 200年以上の歴史を持つ、日本最東端の有人神社(根室金刀比羅神社と、北海道三大祭りの1つである根室金刀比羅神社例大祭) • 「日本一遅咲きの桜」、「桜前線の終着点」として知られる
-------	---

⑤ 北方領土返還要求運動原点のまち

本市は、北方領土返還要求運動原点のまちとして、多くの遺構や北方領土関連の施設、歴史的なストーリーを有しています。近年では政府が北方領土を対岸で見る修学旅行誘致の取り組みを強化する等、平和教育の重要な場としても注目されています。

根室振興局や北方領土隣接地域と連携し、視察をはじめ、平和教育、環境教育、農業や食の教育など、根室の資源を活かした幅広い教育プログラムの開発と教育旅行の誘致を図ることが重要です。

<p>北方領土返還要求運動原点のまち</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 北方領土関連の資料を啓発展示している「望郷の家・北方館」、「北方領土資料館」、「北方四島交流センター・ニホロ」 • 北方領土(国後島)から持ち込まれ、市の木となっている「千島桜」 • 納沙布岬をゴールに歩き、北方領土までの近さを体感するイベント「北方領土まで歩こう会」の開催
------------------------	---

⑥ 雄大な酪農景観と酪農文化

本市は、広大な土地や牧草を活用した我が国有数の生乳生産地域であり、海外地域にも匹敵する雄大な酪農景観を有しています。そうした酪農景観を楽しむためのフットパスや酪農体験、新鮮な乳製品等を楽しむことができます。

このような資源を活用することは、三方を海に囲まれた本市にとって、新たな魅力の発見や情報発信に繋がるのが期待でき、また、根室を訪れた観光客が豊かな時間を過ごすための重要な要素となります。

<p>雄大な酪農景観と酪農文化</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 牧場をつなぐ散歩道を酪農家集団が整備した「根室フットパス」 • 牛に直に触れることができ、ヤギやポニー、ウサギたちとも遊べ、乳製品も購入できる牧場 • 牧畜が盛んな根室地方内陸部の良質な牛肉 • 見渡す限りの大きな草原と、その中でのんびりとたたずむホルスタインの風景を見ることができる酪農景観
---------------------	---

(2) 観光資源活用の課題

本計画の策定にあたって、本市の観光事業者、観光施設、関連団体、農業・酪農、水産業等幅広い方々に対して、本市の観光資源の現状の取り組みや課題等についてのヒアリング調査を実施しました。

普段観光客に接している方々や観光による地域経済の活性化に取り組んでいる方々の貴重なご意見等を基に、本市の観光資源活用における課題について、以下の3つの項目と10の課題に整理します。

① 根室観光の基盤強化

- 1) マーケティングの強化
- 2) シーズナリティと平準化
- 3) 情報発信の拡充
- 4) 観光産業の担い手の確保・育成

② 観光資源を活用した過ごす根室観光の拡充

- 1) 体験コンテンツの拡充
- 2) 訪日外国人観光客への対応の強化
- 3) 二次交通の拡充
- 4) 滞在時間・消費の喚起

③ 根室観光の推進体制の強化

- 1) 地域内連携、異業種連携の強化
- 2) 広域連携の強化

① 根室観光の基盤強化

1) マーケティングの強化

マーケティング面では、宿泊施設等の個別の取り組みとともに、観光協会において、市全体の観光客入込数などのデータ収集・分析が進められています。こうしたデータは KPI の把握と、それを基にした施策の改善等の PDCA サイクルを実施する上で重要なデータであり、引き続き、収集・分析を行うことが重要です。

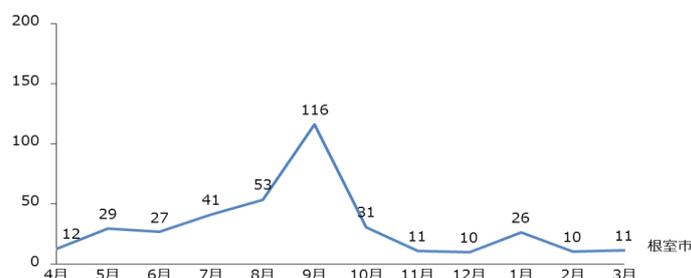
一方、水産・農産品等のブランディングが課題としてあげられており、より詳細な顧客情報の収集・分析と、それに基づいたブランディング戦略の構築・実施に取り組む必要があります。

2) シーズナリティと平準化

根室観光の主なシーズンは、市内で多くのイベントが開催されているゴールデンウィークから 10 月です。特に花咲がにやさんまの旬の時期であり、イベント・催事も行われる 9 月がピークとなっています。

ピークシーズンでは宿泊施設の部屋不足が発生する等、観光客増加に伴うハード面（施設整備）が課題としてあげられています。一方で、シーズン以外ではビジネス客が多く、宿泊施設では平日よりも土日の受入が少なくなっています。飲食業では、夏は観光客、冬は地元客を中心に地元の素材を活かした料理を提供していますが、顧客分散をいかに行うかが、課題としてあげられています。

図 4-1 月別の観光入込客数の推移（平成 28 年度）：根室市の比較（単位：千人）
（再掲）



出所：平成 28 年度北海道観光入込客数調査報告書

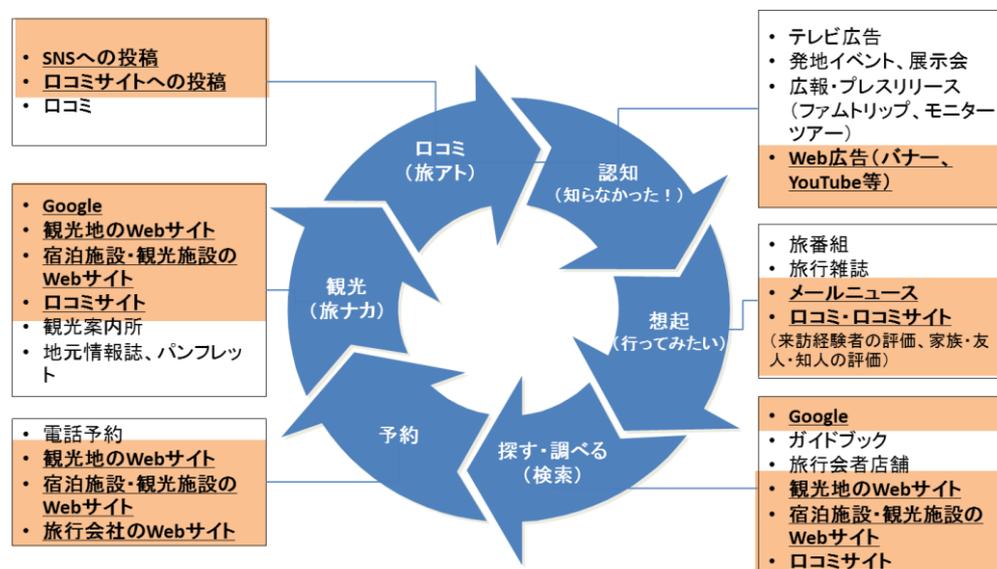
3) 情報発信の拡充

情報の発信については、国内外ともに個人観光客が拡大した現在においては、旅行・観光における消費者行動（カスタマージャーニー）の変化に合わせ、的確な情報を的確な手段で発信する必要があります。

観光客の来訪前（旅マエ）では、本市来訪を選んでもらうための認知・想起・検索（比較検討）・予約といった行動に対する観光客向けの情報発信、本市滞在中（旅ナカ）においては、観光客が求める飲食や観光、移動等の情報、さらには地元住民との交流等によって得られる情報（ガイドブックには掲載されていない情報等）で満足度を高め、旅行後（旅アト）

には、口コミや SNS への投稿等を喚起し、リピーターや口コミ観光客につなげていくことが求められます。

図 4-2 旅行・観光における消費者行動（Customer Journey）の変化



出所：JTB 総合研究所作成

本市においては、宿泊施設や飲食施設を中心に、デジタルプロモーション（Web や SNS による情報発信）に積極的に取り組まれており、高い効果も出ていますが、一方で、こうした対応ができない施設との差が広がるなど、市全体でのデジタルプロモーションの基盤整備が課題としてあげられています。また、交通情報の発信やインフォメーションセンターの設置、バードウォッチャー等、特定マーケットへのプロモーションなど、事業者連携や官民連携等による旅マエ、旅ナカでの情報発信の拡充が課題としてあげられています。

4) 観光産業の担い手の確保・育成

観光振興を進めるにあたって、宿泊業、運輸業、ガイド業において、人手不足があげられています。また、飲食業においては、接客サービスの共通教育等によるサービスレベル向上、ガイド業種などの専門職の育成等があげられています。

こうした課題に対応するため、官民連携による人材の確保・育成に向けた取り組みを検討・実施する必要があります。

②観光資源を活用した過ごす根室観光の拡充

1) 体験コンテンツの拡充

体験コンテンツは、「見る」に特化したコンテンツが多い反面、「体験」するコンテンツが少ない、団体向けプログラムの未整備など、まとまった集客が十分に見込めないといった課

題があげられています。また、受入環境の整備については、地元住民に観光資源・施設の知識不足（案内ができない）、駐車場の整備など、ソフト面・ハード面双方の課題があげられています。

強みのコンテンツであるバードウォッチングも、上級者向けとともに初心者でも楽しめる体制づくり等による幅広い集客を図る（観光施設）、漁業事業者によるバードウォッチャー、エコツアーリスト対応（パノラマクルーズ、ネイチャークルーズ等）の強化、また、その場で新鮮な魚を提供するサービス（水産業×飲食店）などが、民間事業者からあげられています。

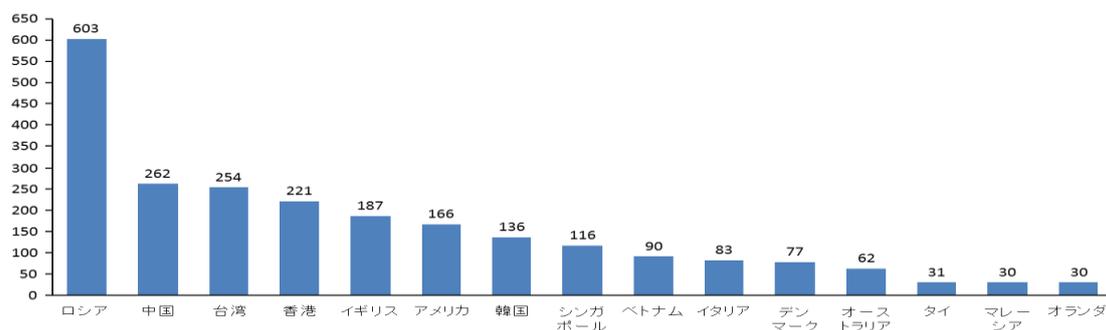
2) 訪日外国人観光客への対応の強化

訪日外国人観光客への対応については、「創生総合戦略」においてKPIとして設定される等、本市にとって重要な施策となっております。

現在の主要顧客は、年間を通してビジネスを含めたロシアが最も多く、次いで中国、台湾、香港であります。図 4-3 のように宿泊日数（宿泊者数×泊数）で見ると、イギリス、アメリカの割合も、中国、台湾、香港に近いマーケットであることがわかります。特にねむろバードランドフェスティバルが近づく2月には、台湾と中国を抜いてイギリスが一位となる等、バードウォッチングの聖地としてのブランドが浸透していることがわかります。

訪日外国人観光客については、マーケティング分析等に基づいた更なるプロモーションの強化とともに、言語対応の強化が課題としてあげられています。現在は、片言のやり取り、スマートフォン翻訳機能、写真・画像を用いたコミュニケーションが行われており、深刻なコミュニケーション障害は発生していませんが、根室観光の満足度を高め、再来訪や他への紹介・推奨といった本市来訪後の影響を考慮すると、より高いレベルでの対応が求められます。特に根室に滞在して楽しんでもらうための重要なコンテンツである飲食や自然ガイド等におけるコミュニケーションは重要な課題となっております。

図 4-3 根室市における国別訪日外国人の宿泊日数（単位：人泊）



出所：根室市観光協会資料（平成 28 年度）

3) 二次交通の充実

観光客の本市への基本的なアクセスは、個人観光客では自家用車・レンタカーなどの車利用、もしくは鉄道、バス、タクシーといった公共交通機関です。一方、団体バスの来訪時の市内における大型バス駐車場の整備が進んでおらず、バスが安心して停車できる駐車場が限定されていることが課題として指摘されています。

また、宿泊事業者からは、フットパス、ロングトレイル等の利用者などから、移動に関する問い合わせが多くなりつつあるとの声があり、観光客の来訪目的の多様化にあわせた移動手段の構築が課題となっています。

4) 滞在時間・消費の促進

宿泊業においては、泊食分離が進んでいる中で宿泊施設内での消費が増えていかないという課題がある一方で、商店街では空き店舗が多くなっているなど、観光客の消費の場に繋がっていないことが課題となっています。

また、入場施設の平均滞在時間は30分程度であり、観光客の滞在時間が短いことが課題としてあげられています。

③根室観光の推進体制の強化

1) 地域内連携、異業種連携の連携

市内の事業者の連携、特に異業種間の連携について、より強く取り組むべきと感じている事業者が多くなっています。

宿泊事業者は、飲食事業者と連携して、飲食店マップを作成しており、また、観光タクシーの情報提供などを行っており、今後においてもさらなる連携の強化が必要です。

2) 広域連携の強化

観光振興における広域連携の取り組みは、複数の観光地がそれぞれの特性を生かして、その機能や魅力を補完・連携することにより、多様なニーズを持つ観光客への対応や周遊ルートの形成による外国人観光客等の誘客を促す相乗効果があります。

このようなことから、根室市観光協会では、根室管内一市四町の観光協会等で組織する根室観光連盟に加盟する等、広域連携を強化していますが、今後もさらなる強化が求められます。

特に、釧路空港へLCC（格安航空会社）が参入したことを受け、本市と釧路市の観光連携を図ることも必要です。

(3) 観光振興に向けた課題の整理

本市の観光資源や市内の事業者等からの指摘を踏まえ、本市の観光振興に向けた課題を以下のように整理します。

■ 類まれな観光資源を有効に活用する

本市の観光資源には、まだまだ人々を惹きつける魅力がある。そうした観光の力をさらに磨きあげ、本市への来訪、宿泊・滞在、消費につなげる「根室での豊かな時間の過ごし方」を提案していく必要がある。

■ ピーク期以外の誘客に向け、根室の魅力をパッケージ化する

本市の観光は、ピークシーズンの夏には、滞在時間の延長や消費の拡大に取り組む必要があり、春・秋・冬といったシーズンでは、誘客に力を入れていく必要がある。

そのためには、教育旅行や視察旅行、企業研修といった団体旅行の誘致にも活用可能なプログラムの構築に取り組むことが有効である。

■ 志ある事業者、住民が集い協働する仕組みをつくる

本市では、宿泊業、タクシー業、飲食・物販業、酪農業、水産業、ガイド業、住民有志等が、既に様々な取り組みを積極的に行っている。次のステップとして、こうした有志が集まり、議論する場を設け、あらたな取り組みを協働してスタートできる機会を設けることで、より進化した観光振興の推進が図られる。

■ 相乗効果が発揮される広域連携に取り組む

根室管内は、北方領土、自然体験、歴史文化体験等共通する資源が豊富であり、連携したプロモーションや、共通したテーマのコース設定（自然、バードウォッチング、トレイル等）等により、観光客が本市を起点に楽しむことができる。

また、釧路空港へのLCC乗り入れ等を踏まえ、釧路市との連携も重要である。加えて、人材育成研修の実施や観光客へのアンケート調査、共同プロモーション等、広域による効果的な取り組みも可能である。

■ 観光振興の基盤となる環境の継続的な強化

根室観光を一層促進し、地域の経済を活性化させるためには、その基盤となるデータ収集とマーケット分析、それに基づくプロモーション、データに基づくPDCAといったマーケティングとマネジメントの双方を着実に実施していくことが重要である。

また、旅マエ、旅ナカ、旅アトといった観光客の消費行動（カスタマージャーニー）に基づく情報提供、特に訪日外国人向けの情報提供や受け入れ環境の強化が必要である。

また、観光に直接携わる宿泊業、運輸業、飲食・物販業、酪農業、水産業等の事業者の方々との連携とレベルアップ、専門人材の活用等による体制強化等が必要である。

4. 根室観光の方向性

明らかにした課題等を踏まえ、本市が有する魅力の活用や将来動向を勘案しながら、根室観光の目指すべき姿を具現化するため、以下の方向性で取り組むこととします。

(1) 根室観光の将来像

本市の観光は、日帰り客は横ばいの傾向にあるものの、宿泊客数は微増しており、特に外国人観光客は確実に増加しています。これはエコツーリズムやバードウォッチャーの目的地として、あるいは食の魅力の高い地域として、「根室市」を全国に効果的に発信し、グローバルな視点での受け入れ環境を整備してきた効果といえます。

一方、さらなる交流人口の拡大や観光客誘致における経済振興等による地域活性化のためには、夏季においては滞在時間の延長や消費の拡大（高い付加価値・単価等）、夏季以外のシーズンについては、国内・海外からの観光客、特に宿泊客を呼び込むことによる平準化が重要であります。

そのためには、本市の特色ある資源の掘り起こしや新しい魅力となる資源の組み合わせ、シーズンごとの体験コンテンツの充実・拡充、さらにその資源に適するマーケットを見定めた効果的なプロモーション、受入環境づくり等が重要であり、また、市内の酪農・水産、飲食店、土産品店、運輸業、宿泊施設等の事業者が連携した体制づくりを進めていくことも重要であり、根室観光の将来像を次のように定め、その実現に向けた6年間の観光施策を進めていきます。

世界に誇る「根室の自然・歴史・食」に魅せられる

～「訪れる」から「過ごす」観光への進化を目指して～

- 根室のベストシーズンである夏はもちろんのこと、春、秋、冬にも多くの観光客が根室に宿泊してゆっくりと過ごしている
- 市内の酪農・水産、飲食店、土産品店、運輸業、宿泊施設等の事業者が連携し、根室でゆっくりと過ごすあたらしい魅力が数多く生み出されている
- 根室市の観光振興の核となる推進体制が構築され、マーケットを見定めた効果的なプロモーション、受入環境づくり等を推進している

(2) 基本方針

根室観光の将来像“世界に誇る「根室の自然・歴史・食」に魅せられる～「訪れる」から「過ごす」観光への進化を目指して～”を実現するため、以下の基本方針を設定しました。

基本方針 1

地域資源を活かした観光の魅力づくり

本市が誇る類い稀な自然環境をはじめ、JR花咲線の車窓などからの「絶景」や、サンマやハナサキガニに代表される豊かで新鮮な味覚の「食」、北方領土や日本100名城の一つである根室半島チャシ跡群等の「歴史・文化」など、地域資源を観光資源として活用し、観光の魅力づくりの取り組みを進め、観光客の誘致を推進します。

基本方針 2

魅力を伝えるための効果的な情報発信

「絶景」や「食」、「歴史・文化」など、本市の魅力を発信するため、多様化する情報発信手段を効果的に活用し、さらにマスメディアやインターネットメディアを積極的に活用するなど、幅広く情報発信することで本市への誘客促進を図ります。

また、交通体系の整備や観光客のニーズの多様化により、広域的な観光形態が広まっており、このような観光形態に対応するため、市外の観光関係者とのネットワークを強化し、周辺地域も含めた協力関係の構築を目指します。

基本方針 3

魅力ある観光基盤づくり

本市が質の高い観光地域となるためには、観光振興の基盤づくりとして、市民・民間事業者・行政が連携した地域のホスピタリティの向上や、多様化する観光ニーズや急増する外国人観光客に対応できる人材の確保と育成、観光情報の分析・戦略構築力の強化などが不可欠であることから、その取り組みを推進します。

また、外国語表記などのインバウンドの受入環境の整備や、宿泊施設の環境整備、観光地の周辺環境の整備、二次交通の充実など、魅力ある観光地域となるための受入環境の整備について、その取り組みを進めます。

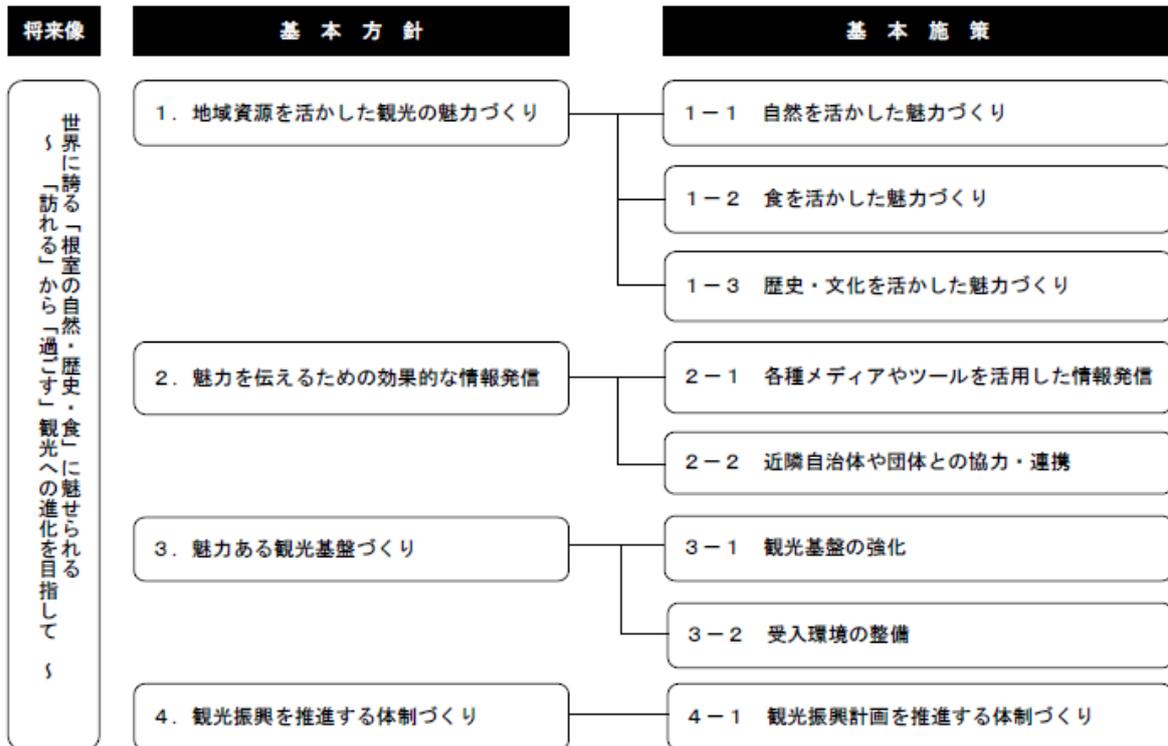
基本方針 4

観光振興を推進する体制づくり

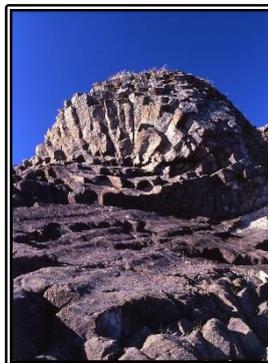
本計画を推進するための民間事業者と行政、特に観光産業以外の産業も含めた業種横断

的な推進組織の設置による計画の遂行や、その組織体が自律的、継続的に活動する仕組みづくりを行います。特に、根室市観光協会等の既存の観光推進組織を軸としつつ、日本版DMO等の新しい観光推進組織の事例を参考にしながら、本市の観光推進にふさわしい組織のあり方を検討します。

(3) 施策の体系



根室十景（北方原生花園）



根室十景（花咲灯台車石）



根室十景（春国岱）



搾乳体験



ねむろ港まつり（千人踊り）

(4) 基本施策

4つの基本方針実現のため、それぞれの基本方針のもとで推進する施策を設定し、その実効性・実現性を図ります。

基本方針1. 地域資源を活かした観光の魅力づくり

基本施策1-1 自然を活かした魅力づくり

取 組	概 要
自然環境の保全と利活用の推進 [主体：協働（市民・民間・行政）]	根室半島は、本土最東端の納沙布岬、ラムサール条約登録湿地の風蓮湖・春国岱など、多様な自然の宝庫であり、日本で最も早い朝日等、季節や時間帯に応じた様々な体験が可能であることから、豊かな自然環境の保全と観光資源としての利用を推進します。
体験型観光の推進 [主体：協働（市民・民間・行政）]	本市では、根室十景など「見る」コンテンツに比べ「体験」するコンテンツが少なく、また、団体向けの体験メニューも未整備であることから、地域の特性を活かした水産業や酪農業等の関連団体と連携し、体験コンテンツの充実化や、その魅力向上を図ります。
野鳥観光の推進強化 [主体：協働（市民・民間・行政）]	本市はこれまでも、国内で観察される野鳥の半数以上を見ることが出来る野鳥の楽園としてPRに努め、野鳥観察小屋（ハイド）等の整備を進めてきたところであり、世界から集まるバードウォッチャーの聖地として確立されつつあります。今後は、上級者向けや初心者向けといったニーズに合わせた対応により、幅広い集客を図るとともに、集客増加に期待できる国にターゲットを絞った情報発信を行うなど、野鳥観光の推進強化を図ります。
ガイド付きツアーの強化 [主体：協働（市民・民間・行政）]	本市の有する魅力を、体験する・過ごすといった「根室で豊かな時間を過ごす」サービスを提供し、「根室に宿泊したい」という動機を生み出すため、ガイドツアーとタクシーの組み合わせや、素晴らしい景観や風情ある街中と飲食サービスの組み合わせ等、市内の酪農・水産、飲食店、土産品店、運輸業、宿泊施設等の事業者が連携した取り組みを推進します。

基本施策 1-2 食を活かした魅力づくり

取 組	概 要
<p>飲食・販売機能の充実促進 [主体：民間・行政]</p>	<p>既に全国的なブランド力がある「さんま」や「花咲がに」、また、「鮭」や「昆布」等の質の高い海産物に恵まれており、これらの豊かで新鮮な「食」は最も優位性の高い資源ですが、多様多様な優れた食材があるものの、観光客にとって、食することや手に入れやすい場が少ないことから、関連する団体等と連携し、「食」の提供や、「販売」する場の充実などを促進します。さらには、北方領土に隣接するという地理的条件や、四島在住ロシア人との交流など、他にはない地域特性を活かしたマルシェ（市場）開設等の取り組みを促進します。</p>

基本施策 1-3 歴史・文化を活かした魅力づくり

取 組	概 要
<p>北方領土を活かした教育旅行等の誘致促進 [主体：協働（市民・民間・行政）]</p>	<p>北方領土関連の平和教育プログラムを拡大・強化することで、本市独自の教育旅行・視察旅行のパッケージ化が十分に可能であり、特に閑散期における誘客強化施策として、パッケージの開発段階を含め、それを活用したプロモーションや教育機関や道内外の企業等への誘致活動を進める旅行エージェントとの連携体制の構築を検討します。</p>
<p>JR 花咲線を観光資源とした取り組みの推進 [主体：民間・行政]</p>	<p>本市は、JR 花咲線の維持存続に向けた取り組みを推進しており、「地球探索鉄道 花咲線」として、全国から注目を集めています。今後は、JR花咲線を観光資源として捉え、花咲線沿線自治体と連携を図り、JR花咲線の車窓からの「絶景」や、ここでしか味わえない「食」などの魅力をPRし、JR花咲線の利用促進と観光客誘致の取り組みを推進します。</p>



北方館で説明を受ける修学旅行生



地球探索鉄道 花咲線（落石海岸）

基本方針 2. 魅力を伝えるための効果的な情報発信

基本施策 2-1 各種メディアやツールを活用した情報発信

取 組	概 要
マスメディア等を活用した情報発信の強化 [主体：協働（市民・民間・行政）]	新聞・ラジオ・テレビ・情報誌等のメディアを効果的に活用し、情報発信の強化に努めます。また、映画・TVドラマなどの撮影を促進し、その撮影地の活用と撮影に係る協力体制の構築を図ります。
ICTの有効活用 [主体：民間・行政]	旅マエ・旅ナカ・旅アトなどへの対応や、インターネットによる情報発信の重要性が増している中、SNSやスマホアプリなど、ICTを有効に活用した、観光客が情報を入手しやすい仕組みづくりを行います。
ターゲットを絞ったイベント等への出展 [主体：民間・行政]	バードウォッチャーなどの特定の嗜好を持つ観光客にターゲットを絞り、その嗜好に合ったイベントやフェスティバルに出展するなど、積極的なPRに努めます。
「涼しい夏」のPR推進 [主体：民間・行政]	本州などにおける近年の夏の記録的な猛暑により、道東地域一体の涼やかな気候は地域資源の一つであり、避暑等として「涼しい夏」をPRし、誘客に繋げてまいります。

基本施策 2-2 近隣自治体や団体との協力・連携

取 組	概 要
広域連携によるルートの形成と情報発信の強化 [主体：民間・行政]	釧路・根室地域などの観光資源を有効に結び付けることによる観光ルートの設定や、各種プロモーション活動を効果的に実践するため、関連する団体等との連携強化に努めます。



道の駅スワン44ねむろ



大阪自然史フェスティバル 2018 に出展し、ねむろバードラントフェスティバルをPR

基本方針 3. 魅力ある観光基盤づくり

基本施策 3-1 観光基盤の強化

取 組	概 要
地域が一体となった観光のまちづくり [主体：協働(市民・民間・行政)]	本市が質の高い観光地域となるためには、観光関係者だけではなく、市民・民間事業者・行政が、地域活性化に繋がる観光産業の重要性を認識・共有し、地域のホスピタリティの向上を図り、観光客を迎え入れる環境づくりが必要であることから、ワークショップや有識者による講演会の開催などを通して、観光振興による地域活性化の機運を醸成するなど、観光のまちづくりに向けた取り組みを推進します。
観光に対応できる人材の確保・育成 [主体：協働(市民・民間・行政)]	観光産業の持続的な発展のためには、観光事業者による「おもてなし」はもとより、様々な業種において、多様化する観光ニーズや、急増する外国人観光客などに対応できる人材づくりが不可欠であるため、セミナーや研修会等によるスキルアップを行うとともに、将来の担い手となる人材の確保などの取り組みを推進します。
観光情報の分析・戦略構築力の強化 [主体：民間・行政]	定期的な来訪者調査や、ターゲットごとの嗜好調査を実施し、マーケット分析、それに基づくプロモーション、データに基づく PDCA といったマーケティングとマネジメントの双方を着実に実施し、観光振興を推進するための情報分析・戦略構築力を強化します。

基本施策 3-2 受入環境の整備

取 組	概 要
インバウンドの受入環境の整備 [主体：民間・行政]	今後も増加が見込まれる外国人観光客に対応するため、既の実施している Wi-Fi 環境の整備のほか、観光施設の案内板や、宿泊施設、飲食店、交通機関での外国語表記やキャッシュレス化など、外国人観光客が安心して快適に旅行できる受入環境の整備を促進します。
宿泊施設的环境整備 [主体：民間・行政]	観光シーズンの7月から9月の繁忙期には宿泊施設が不足していることから、新たなホテルの誘致や既存宿泊施設的环境整備を促進し、市内宿泊施設の受入体制の強化を図ります。

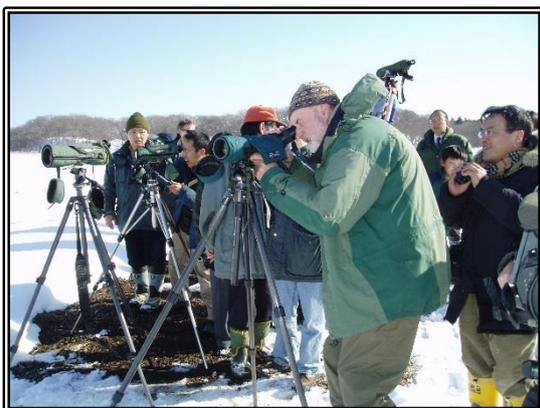
取 組	概 要
観光地等の周辺環境整備 [主体：民間・行政]	日本100名城である「根室半島チャン跡群」は、観光客が増加する一方、大型バスの駐車場整備の課題があることから、その整備について検討するとともに、他の観光地や観光施設についても、駐車場やトイレ、案内板等の整備を検討します。
二次交通の充実 [主体：民間・行政]	市内から観光地点を結ぶ交通機関や、中標津空港から本市、また、他都市と本市を結ぶ交通機関などの二次交通の維持・充実を図ることが重要であることから、バス路線や JR 花咲線の活用のほか、タクシーを使ったガイド付きツアーの強化・拡充など、既存の交通機関と新たな取り組みを合わせた二次交通の充実を促進します。



バードウォッチングガイド講習会



ニムオロ冬の祭典



ねむろバードランドフェスティバル



本土最東端の駅 東根室駅

基本方針 4. 観光振興を推進する体制づくり

基本施策 4-1 観光振興計画を推進する体制づくり

取 組	概 要
根室市観光振興計画を実践する 会議の設置の検討 [主体：協働（市民・民間・行政）]	本計画を推進するため、民間事業者と行政、特に観光産業以外の産業も含めた業種横断的な推進組織の設置による計画の遂行（PDCAサイクルの実践）や、その組織体が自律的、継続的に活動する仕組みづくりに主眼をおき、各業界の次世代のリーダー人材などが集まり、本計画の実現について議論し、実践する会議の設置を検討します。
根室市観光協会の活性化 [主体：民間・行政]	本市の観光振興に果たす観光協会の役割は重要であるため、事業の合理化や法人化も含めた運営体制の強化に努めます。



さんまロール寿司



J R 根室駅での観光列車セレモニー



チャン跡を説明するトロロジストガイド



エスカロップ

（５）計画の推進体制

本計画を推進していくためには、市民、民間、行政が役割を分担し、各々が自主的・積極的に取り組むとともに、相互の連携を強化する必要があります。

そのため、各種施策の推進にあたっては、観光協会をはじめ、観光関連団体、市内事業者とより一層の連携の強化を図ることはもとより、市民をはじめ、市民団体などとも連携を図ります。

■市民の役割

市民は、本市の魅力が一番良く知る理解者であり、豊富な自然資源、歴史、文化などの保全・継承や、市内事業者や行政などと協力・連携し、愛着と誇りを持ち、主体的に観光の魅力づくりに参加することが期待されます。

また、観光客をもてなすための心を養い、観光客と積極的に交流することが期待されています。

■市内事業者の役割

市内事業者は、社会構造の変化に対応し、観光客のニーズに合致した質の高いサービスの提供に努めるとともに、市民・行政と協調し、おもてなしの心を持ち、接客できる人材の育成、さらには将来の本市の観光を持続的なものとするため、各種研究や改善・向上に努めることが求められます。

■観光関連団体の役割

多様化・高度化する観光ニーズにおいて、観光協会が果たす役割は大変重要であり、市民や市内事業者、行政等との連携を図りながら、本市の観光振興の中心となる役割を担います。

また、クルーズ船就航に取り組んでいる漁協等の観光関連団体においては、各種団体間での連携強化を図るとともに、それぞれの事業を通し、市全体の観光振興を推進する役割を担います。

■行政の役割

行政は、本市の観光振興を図るため、市民・市内事業者・観光関連団体と協働し、さらに庁内各部局と十分に連携しながら、効果的な観光施策の展開に努めます。

また、観光振興に関わる事業を実施するほか、広く観光情報の発信を行い、本市の魅力発信に取り組むとともに、他市町村等との調整や広域での共同プロモーションなどを進める役割を担います。

(6) 観光の目標値

「総合計画」では、観光に関するKPI(重要行政評価指標、Key Performance Indicator)を設定しており、本計画においてもそのKPIを達成すべき目標値として踏襲します。

■観光の目標値

図 2-2 (再掲) 第9期根室市総合計画における成果指標

指 標	内容・出所等	(H26)	目標値 (R2)	目標値 (R7)
冬期間における 観光客入込数	1年間の観光客入込数のうち、11月～3月の観光客入込数の割合(根室市調べ)	16.9%	20.0%	25.0%
外国人宿泊客数	外国人の宿泊客数(北海道/観光客入込調査)	2,361 人/年	2,500 人/年	2,800 人/年
観光客入込数の うち 宿泊者数の割合	1年間の観光客入込数のうち、宿泊者数の割合(根室市調べ)	16.5%	18.0%	20.0%

出所：第9期根室市総合計画（平成27年3月策定）