

# 苫小牧市観光振興ビジョン

(素案)

平成27年3月

ビジット苫小牧観光会議

# 目 次

## I 観光振興ビジョン策定の趣旨

- 1 観光振興ビジョン策定の背景 . . . . . 1
- 2 観光振興ビジョンの目的 . . . . . 2
- 3 観光振興ビジョン策定の基本 . . . . . 2

## II 苫小牧市の観光の現状と課題

- 1 国の観光施策 . . . . . 3
- 2 北海道の観光施策 . . . . . 5
- 3 本市における観光の現況と課題 . . . . . 8

## III 観光振興の基本的な考え方と取り組み

- 1 観光振興の基本的な考え方 . . . . . 10
- 2 観光振興における取り組み . . . . . 10
  - (1) 観光資源の整備・活用 . . . . . 11
  - (2) 観光施設の整備・活用 . . . . . 11
  - (3) 観光推進体制の強化 . . . . . 12
  - (4) 各種イベントの開催 . . . . . 12
  - (5) 大会・合宿誘致 . . . . . 13
  - (6) インバウンドの拡大 . . . . . 13

## IV 観光振興の推進

- 1 観光振興にける各主体の基本的な役割 . . . . . 14
- 2 観光振興における目標値 . . . . . 14
- 3 おわりに . . . . . 15

# I・・・観光振興ビジョン策定の趣旨

## 1 観光振興ビジョン策定の背景

国は平成19年1月に施行された「観光立国推進基本法」の序文において、観光を「地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するもの」であり、少子高齢化時代の到来において「地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、わが国固有の文化、歴史等に関する理解を深めるもの。」と定義している。

また北海道では、平成13年10月に施行された「北海道観光の国づくり条例」において、豊かな観光資源を北海道経済の「リーディング産業」と位置づけ、条例に基づく「北海道観光のくにづくり基本計画」の中で、具体的な行動指針や施策を示している。

苫小牧市は、雄大な樽前山と裾野に広がる原生林や湖沼群、野鳥の聖域であるウトナイ湖、豊かな海の恵みをもたらす太平洋などの自然のロケーションと、日本初の掘り込み港であり国際拠点港湾である苫小牧港、製紙や石油、自動車などの産業が共生する北海道屈指のまちである。

しかし、北海道の玄関である「苫小牧港」「新千歳空港」が身近にあるにもかかわらず、北海道を訪れる観光客にとって苫小牧市は道内観光地への通過点であり、具体的なまちのイメージが定着していないのが実情である。

こうした背景から、苫小牧市では平成22年3月に本市の観光産業の連携を強化し、情報を共有することによって具体的な観光振興策を検討し誘客の増加を図ることを目的として「ビジット苫小牧観光会議」を設置し、観光振興のあり方について協議を行ってきた。

平成25年3月の第5回会議において「苫小牧市の観光振興に向けた今後のあり方」をまとめ、これを受けて平成26年1月の第6回会議において、観光振興の考え方と具体的な施策について広く市民に示し、行政、事業者、市民が一体となって苫小牧の魅力を対外的に発信するために「苫小牧観光振興ビジョン」を策定することとした。

## 2 観光振興ビジョンの目的

---

少子高齢化時代を迎え、人口の減少に歯止めをかけるためには、本市が持つ様々なアドバンテージを発信することで、交流人口の増加、ひいては定住に繋げることが重要である。観光振興は交流人口の増加による経済の活性化につながるとともに、苫小牧市は自然と産業が共生し、快適で住みやすい町であることを市民自身が再確認することができる。本市の様々な観光資源をどのように活かしていくか、観光行政を推進する目的と姿勢をビジョンで明確に示し、行政、事業者、市民が一体となり苫小牧の魅力を発信することで、多くの方々が苫小牧を訪れる機会をつくり、交流人口の増加に繋げることを目的とする。

## 3 観光振興ビジョン策定の基本

---

苫小牧市観光振興ビジョンは、苫小牧市総合計画（基本構想・第5次基本計画）、都市計画マスタープラン、CAP（まちなか再生総合プロジェクト）等の計画との整合性を図り、「ビジット苫小牧観光会議」の中でその内容について協議を行いながら策定していく。

ビジョンは本市における観光振興の考え方を示すものであり、社会情勢の変化など概ね10年程度を目処として、必要に応じ見直しを行っていく。



## II・・・苫小牧市の観光の現状と課題

### 1 国の観光施策

急激に進む人口減少・少子高齢化と国際交流の動きが活発化する中で、国は新たな経済成長の柱として観光立国の実現を目指し、平成18年12月に「観光立国推進基本法」を定めた。

同法においては、観光振興における国、地方自治体の責務と住民、及び観光事業者の役割を謳っているほか、「観光立国推進基本計画」を策定し、国が掲げる目標や総合的かつ計画的に講ずる施策について定めることとなっている。

平成19年6月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、①旅行消費額、②訪日外国人旅行者数、③国際会議の開催件数、④日本人の国内旅行における一人当たり宿泊数、⑤日本人の海外旅行者数について目標値が示され、計画に基づく施策の推進により「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」（平成20年法律第39号）の成立と、羽田・成田、関西各空港の整備、大学の観光関係学部・学科の拡大、ビジット・ジャパン・キャンペーンの強力な推進、国際会議の誘致・開催、中国人個人観光ビザの発給要件緩和などの一定の成果を見ることができた。さらに翌20年10月には官民を挙げて観光立国の実現に取り組むとして国土交通省に観光庁を設置し、観光立国を総合的かつ計画的に推進することとなった。しかしながらバブル崩壊に端を発し、リーマンショック、少子高齢化による地方都市の疲弊など経済の長期停滞から脱却することができず、平成22年6月18日に閣議決定された新成長戦略において、改めて観光による地域経済の活性化が提起された。

平成23年3月11日に発生した東日本大震災は東北地方に甚大な被害を及ぼし、国は平成23年7月29日復興対策本部において「東日本大震災からの復興の基本方針」を発し、東北の観光振興による復興が提起された。さらに震災、原発事故、円高、欧州債務危機など、わが国を取り巻く危機的状況を踏まえ、「日本再生の基本戦略」（平成23年12月24日閣議決定）の中で、観光が日本復興に果たす役割が改めて示された。

また、震災を契機として従前の基本計画の見直しが図られ、平成24年3月30日に閣議決定された「観光立国推進基本計画～観光でつくる日本のチカラと地域の魅力～」では、震災からの復興を柱の一つとして掲げ、（1）震災からの復興～観光が、復興を支え、日本を元気づける～（2）国民経済の発展～観光が、日本経済と地域を再生する～（3）国際相互理解の増進～観光が、世界を惹きつける～（4）国民生活の安定向上～観光が、人生を楽しく豊かにする～を基本方針として、改めて観光による経済再生を目指すことを謳い、従前の基本計画で示された目標に、訪日外国人旅行者の満足度、観光地域の旅行者満足度を新たに加え、観光の裾野の拡大と質の向上を図ることとした。また、国が講ずべき施策として、①国内外から選好される魅力ある観光地づくり（観光地のブランド化・複数地域間の広域連携等）、②オールジャパンによる訪日プロモーションの実施、③国際会議等のMICE分野の国際競争力強化、④休暇改革の促進を挙げ、平成28年度までの5年間で実施する具体的な内容を示している。

さらに平成25年3月には、観光立国を実現するための施策を効果的かつ総合的に推進するため、全閣僚による「観光立国推進閣僚会議」と、施策の検討を行うワーキングチーム、有識者の意見を聞くための有識者会議が設置された。

平成26年6月に開催された第4回閣僚会議において、「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催を踏まえ、訪日外国人旅行者2000万人を目標とした「観光立国実現に向けたアクションプログラム2014」が決定され、①2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光

振興、②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取り組み、③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化、④世界に通用する魅力ある観光地域づくり、⑤外国人旅行者の受入環境整備、⑥MICEの誘致、開催促進と外国人ビジネス客の取り込みを柱として、政府一丸、官民一体となった取り組みを進めていくこととしている。

### 【北海道運輸局の取り組み～「北海道観光推進戦略」の策定】

北海道においては、国が実施する観光立国の取り組みに合わせて、北海道、北海道観光振興機構、市町村、民間事業者などが各々の立場で観光振興の施策や事業を展開している。

今後北海道観光が道外からの来訪を更に促進し、持続的に展開していくためには、道内の主な機関・団体、民間事業者、住民などそれぞれの主体が同じ方向性を持ち、中長期的な観光推進戦略への認識を共有しながら、「観光の高付加価値化と観光消費の拡大」、「リピーター率の向上」、「ロングステイ化の促進」、「旅行需要の季節間格差の克服」、「満足度の更なる向上」などの諸課題に対応していくことが重要である。

そこで、北海道運輸局では北海道観光に関係する主な機関・団体・民間事業者等による意見交換会を開催し、北海道観光の現状と課題、観光振興のための基本的な方向性について認識を共有し、「いまあるモノ、コトを掘り起こし磨き上げ、新連携・新結合で観光を通じた高付加価値実現と持続可能な地域づくりを総がかりで目指す」とともに、連携・協力して重点的に取り組む事柄について「北海道観光推進戦略」として取りまとめた。

#### 北海道観光推進戦略（北海道観光の振興を通じ価値実現を目指す戦略展開）

##### 1 北海道経済の高付加価値化

「アジアで唯一、西欧田園地域の豊かなライフスタイルを享受できる地域」という北海道の強み・特色を最大限生かし、観光を通じた北海道経済全体の高付加価値化を進めるため、次の取り組みを強力的に展開する。

- ・北海道の魅力の掘り起こし・磨き上げ
- ・北海道ライフスタイルを生かした取組の展開
- ・農水産業・食やコンテンツなど異業種と観光との連携による道内産業の振興
- ・ラグジュアリー観光の推進
- ・ニューツーリズム等の推進
- ・クルーズの振興

##### 2 持続可能な地域づくりへの貢献

全国を上回るスピードで人口減少と高齢化が進む北海道において、観光を通じた交流人口の拡大や地域消費の拡大を図り、持続可能な地域づくりを進めるため、次の取り組みを強力的に展開する。

- ・域内観光消費の着実な取り込み
- ・FIT型・滞在型観光に対応できる地域ぐるみの観光地づくり
- ・観光を担う人材の育成と地域住民のホスピタリティ
- ・観光資源の保全、環境との共生や伝統的価値の伝承などを学ぶ観光の推進
- ・新幹線やLCCなど新たな交通体系の整備・充実を踏まえた地域づくりの推進
- ・北海道の魅力の掘り起こし・磨き上げ（再掲）
- ・北海道ライフスタイルを生かした取組の展開（再掲）

##### 3 地域の暮らしを支える交通と交流の確保

観光と連携し、地域人口の減少、規制緩和等により厳しい経営環境にある公共交通を維持・確保し、地域の暮らしと交流を守るため、国、自治体、民間事業者、住民が一体となって次の取り組みを強力的に展開する。

- ・観光交流の活発化等を通じた公共交通の維持・活性化
- ・航空路線やチャーター便の拡充
- ・船を活用した交流の活発化
- ・新幹線やLCCなど新たな交通体系の整備・充実を踏まえた地域づくりの推進（再掲）

## 2 北海道の観光施策

北海道では、観光を北海道経済のリーディング産業として位置づけ、道民の総意として観光振興に取り組むため、平成13年10月19日に「北海道観光のくにつくり条例」を公布・施行し、条例に基づく基本的な行動計画として5ヵ年毎に「北海道観光のくにつくり行動計画」を策定することとしている。

平成25年度からの第3期行動計画では、本州と北海道を結ぶLCCや北海道新幹線などの新たな交通インフラを最大限に活かしながら、旅行形態に応じた新たな魅力ある滞在型の観光地づくりや、国内外からの誘客活動を通じて地域経済の活性化を図り、目標を定めて着実に進めることとしている。

### 北海道観光の国づくり行動計画（平成25年度～平成29年度）

#### （1）計画の目標

##### ① 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

世界自然遺産など北海道が世界に誇る自然や環境を守り育てながら、温泉や食、伝統や生活、文化など豊かな資源を最大限に活用するとともに、質の高いサービスを提供して、繰り返し訪れ、安心してゆっくりと滞在できる北海道らしい魅力ある観光地づくりを進める。

##### ② 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

首都圏をはじめ大都市圏など道外からの誘客はもとより、道民の道内旅行を促進していくとともに、国内の旅行需要の減少が懸念される中、将来有望であるアジアなど、海外への戦略的な誘客活動を積極的に推進し、国内外に本道の魅力を広く発信して旅行市場の拡大を進める。

##### ③ 観光振興による地域と経済の活性化

道民一人ひとりが自分たちの暮らす地域はもとより道内各地域の魅力を体感し、守り、育て、北海道のすばらしさを多くの人々に伝えながら、国内外の観光客がもたらす消費をさらに拡げて、観光を地域の総合産業として大きく発展させ地域と経済の活性化を目指す。

#### 目標指標（平成29年度）

- 観光入込目客数 6,000万人
- 外国人の来道者数 120万人
- 観光消費額（1人） 道内客 14,000円 道外客 74,000円 外国人 155,000円
- 平均宿泊数（道外客） 2.8泊
- 満足度 ・食事：道外客 85% 道内客 80% ・接客サービス：道外客 80% 道内客 80%
- リピーターの割合（道外客5回以上来道） 50%
- 体験型観光を目的として訪れる割合（道外客） 8%

#### （2）観光振興に向けた行動指針

目標の達成に向け、観光に関わる人々が連携・協働し取り組むための指針を定める。

指針	<b>地域にこだわり連携して地域の魅力を高める</b>	<b>おもてなしの心で交流する</b>	<b>地域の魅力を戦略的に発信する</b>
主な行動	災害等への安全対策 交通利便性の向上 環境の保全と活用 地域への愛着と歴史や文化の継承 食の魅力の向上と食文化の育成 地域資源の発掘と観光の価値の向上	ホスピタリティの向上 ふれあい・交流の推進 受入環境の整備 サービスの質の向上	道民一人一人が観光振興の担い手 戦略的な情報発信とプロモーション 東北との連携 観光案内機能の充実 多様な旅行メニューの提供
視点	<b>北海道観光を巡る環境変化に対応するための視点</b> ①新たな「価値」を創り出す観光への転換    ②結びつきの更なる強化    ③LCC就航や新幹線開業を追い風とした取り組みの推進		

### (3) 観光振興に関する道の施策

計画期間内のLCC就航拡充や北海道新幹線開業による効果を活かし、変化を的確に捉えながら施策を推進する。

1 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり	2 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大	3 観光振興の基盤強化
<b>地域の資源を生かした競争力ある観光地づくり</b>	<b>道外からの誘客促進、道民の道内旅行の活性化</b>	マーケットデータの収集や融資制度などの活用による観光基盤の強化、観光に関する普及啓発、観光を学ぶ機会の充実
自然環境と共生する観光地づくり、滞在型や通年化に向けた観光地づくり、食の付加価値向上など魅力を磨く取組の推進、効果的な観光情報提供、案内機能の充実、教育旅行など若者の受入環境整備	北海道新幹線開業などの効果を活かす戦略的誘客の展開、教育旅行の拡大、道民の道内旅行の拡大	
<b>満足度の高いサービス提供</b>	<b>ターゲットを定めた戦略的な海外からの誘客促進</b>	
リピーターにつながる心が通うおもてなし、安全で快適な受入環境づくり、旅行しやすい交通ネットワークの形成、観光を支える自在の育成	対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進、特定分野にターゲットを定めたプロモーションの推進、国際的気航空路線等の誘致促進	

### (4) 推進体制

計画の推進にあたり、道をはじめ国、市町村、北海道観光振興機構、道民、観光事業者、観光関係団体、大学など観光に携わるすべてのものが「北海道観光のくにつくり条例」に基づく役割を認識し、互いに連携・協働して観光振興に取り組むこととしている。

## 【北海道観光の現況】

平成25年12月に北海道経済部観光局から示された「北海道観光の現況」は次のとおりである。

#### (1) 観光入込客数の推移

平成24年度の観光入込客数は、東日本大震災による観光需要の落ち込みから回復基調に転じたことに加え、「北海道 destinations キャンペーン」や高速道路の開通区間延長による交通アクセスの向上、国内外の新規路線の就航などから、5,098万人（実人数 対前年度比110.5%）と震災前の水準に回復した。

また外国人来道者数も、国際定期便の新規就航や円安の影響から、過去最高の79万人（対前年度比138.7%）となり、国・地域別では台湾、韓国、中国、香港、タイが上位を占め、特に直行便が就航したタイが大きく増加している。

#### (2) 観光客の動態

北海道を訪れる観光客の属性の特徴は以下のとおりである。

- ①女性が半数以上を占める
- ②年齢別では50台以上の比率が最も高い
- ③居住地別では関東圏からの来道者が群を抜いて多い
- ④家族旅行が大半であり、団体旅行は減少傾向
- ⑤長期滞在者が増加
- ⑥8割以上がリピーター
- ⑦旅行目的が多様化
- ⑧パッケージツアー利用者は減少
- ⑨観光貸し切りバス利用が減少し、鉄道利用が増える
- ⑩旅行情報や宿泊手配はインターネットが主流



## 平成24年度北海道観光入込客数調査

<観光客入込客数（延べ人数）の圏域別構成>

圏域	観光入込客数	前年度比	前々年度比	構成比
道央（石狩・空知・後志・胆振・日高）	6,970 万人	103.8%	98.4%	54.7%
道南（渡島・檜山）	1,083 万人	107.0%	102.3%	8.5%
道北（上川・留萌・宗谷）	2,116 万人	103.4%	95.7%	16.6%
オホーツク（網走・北見・紋別）	832 万人	104.1%	97.0%	6.5%
十勝	963 万人	105.4%	106.6%	7.6%
釧路・根室	788 万人	109.1%	103.0%	6.2%
合計	12,752 万人	104.4%	99.0%	100.0%

<宿泊客延べ数の圏域別構成>

圏域	観光入込客数	前年度比	前々年度比	構成比
道央（石狩・空知・後志・胆振・日高）	1,701 万人泊	104.4%	106.1%	56.2%
道南（渡島・檜山）	405 万人泊	109.6%	89.2%	13.4%
道北（上川・留萌・宗谷）	390 万人泊	103.4%	98.1%	12.9%
オホーツク（網走・北見・紋別）	164 万人泊	103.9%	88.9%	5.4%
十勝	192 万人泊	101.7%	109.0%	6.4%
釧路・根室	176 万人泊	107.6%	100.7%	5.8%
合計	3,029 万人泊	104.9%	101.3%	100.0%

<観光客入込客数（実人数）の多い市町村>

順位	市町村名	入込客数	前年度比
1	<b>札幌市</b>	1,304 万人	107.2%
2	<b>小樽市</b>	660 万人	109.3%
3	旭川市	576 万人	106.5%
4	千歳市	488 万人	107.6%
5	函館市	450 万人	109.6%
6	釧路市	334 万人	111.8%
7	登別市	284 万人	106.9%
8	喜茂別町	257 万人	94.5%
9	帯広市	248 万人	103.7%
10	洞爺湖町	224 万人	111.0%
11	<b>苫小牧市</b>	189 万人	105.4%

※太字は道央圏

<宿泊客延べ数の多い市町村>

順位	市町村名	宿泊客数	前年度比
1	<b>札幌市</b>	1,007 万人泊	105.1%
2	函館市	348 万人泊	108.8%
3	釧路市	116 万人泊	112.7%
4	登別市	110 万人泊	104.3%
5	帯広市	96 万人泊	105.2%
6	<b>倶知安町</b>	87 万人泊	85.3%
7	<b>小樽市</b>	71 万人泊	110.2%
8	上川町	67 万人泊	106.1%
9	旭川市	63 万人泊	106.4%
10	富良野市	63 万人泊	106.4%
29	<b>苫小牧市</b>	15 万人泊	124.1%

※太字は道央圏

平成24年度における全道179市町村の観光入込客数（延べ人数）は1億2,752万人で、対前年度比で4.4%の増加となり、そのうち6,970万人（全体の54.7%）が道央圏を訪れている。また、宿泊客数（延べ数）においても、総数3,029万人のうち1,701万人（全体の56.2%）は道央圏に宿泊している。

### 3 本市における観光の現況と課題

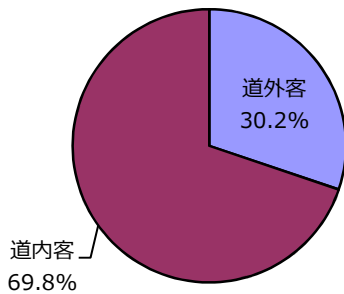
<平成24年度苫小牧市における観光客入込調査実績>

#### 苫小牧市の観光客入込み状況

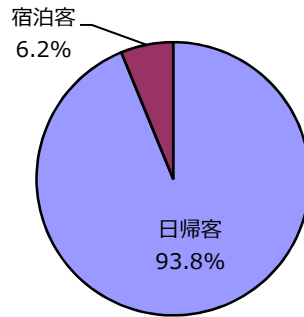
単位：千人

	春季（3～5月）	夏季（6～8月）	秋季（9～11月）	冬季（12～2月）	合計
入込総数	390.6 (20.7%)	717.3 (38.0%)	519.4 (27.5%)	262.3 (13.9%)	1,889.6
道外客	114.1 (6.0%)	182.4 (9.7%)	181.5 (9.6%)	92.5 (4.9%)	570.5
道内客	276.5 (14.6%)	534.9 (28.3%)	337.9 (17.9%)	169.8 (9.0%)	1,319.1
日帰客	366.7 (19.4%)	666.4 (35.3%)	492.8 (26.1%)	246.1 (13.0%)	1,772.0
宿泊客	23.9 (1.3%)	50.9 (2.7%)	26.6 (1.4%)	16.2 (0.9%)	117.6
宿泊客延数	32.0 (1.7%)	67.3 (3.6%)	34.0 (1.8%)	20.4 (1.1%)	153.7

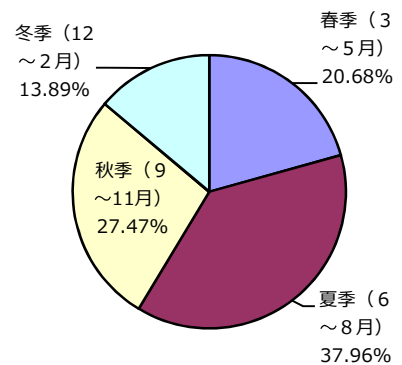
観光入込客数（道外客・道内客）



観光客入込客数（日帰客・宿泊客）



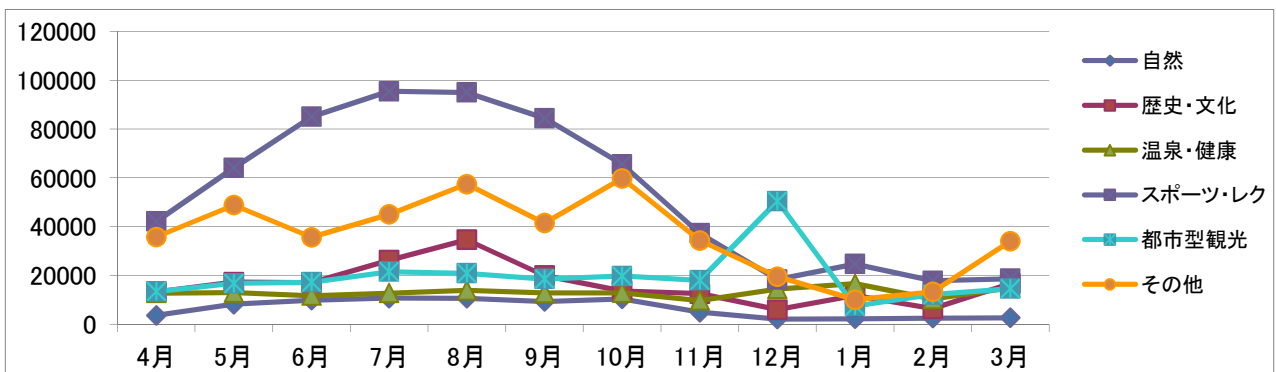
観光客入込客数（季別）



#### 分類項目別入込客数

中分類	小分類(調査対象観光地点)	入込客数
1)自然	山岳・湖沼(樽前山・錦大沼公園・ウトナイ湖など)	7.7万人
2)歴史・文化	庭園・博物館・産業観光(科学センター・工場・港湾など)	19.0万人
3)温泉・健康	温泉・市内各温浴施設	15.5万人
4)スポーツ・レク	スポーツ施設・キャンプ場・公園(ゴルフ場・白鳥アリーナ・アルテン・ノーザンホースパークなど)	65.4万人
5)都市型観光	食・グルメ(ぷらっと港市場)	23.0万人
6)その他	道の駅ウトナイ湖・クルーズ船	43.5万人
7)行祭事・イベント	港まつり・苫小牧漁港ホッキまつり・スケートまつりなど	14.8万人

#### 月別項目別入込客数推移



本市における平成24年度の観光の現況は、観光客入込客数では189万人（対前年度比105.4%）で道内市町村中11番目であり、傾向としては道内からの来訪者が約7割で宿泊を伴わない短期滞在の方が多く、夏季（6～8月）にゴルフなどのスポーツを目的として来訪する方が多い。

調査対象観光地点において集客力の高い施設は、道の駅ウトナイ湖（43.3万人）やノーザンホースパーク（24.4万人）、ぷらっと港市場（23.0万人）など、千歳空港やフェリーターミナルに近く、道央圏からの交通アクセスにも優れていることが集客に結びついているものと思われる。

本市の観光振興の課題として、①北海道の玄関口が身近にありながら、滞在を伴う観光拠点や魅力ある観光ルートが少ないため、通過する町になっている。②工場や港など産業を中心としたイメージが強い反面、雄大な自然や特産品などの情報発信力が弱く、観光客にとって町を訪れる動機がない。③西胆振（登別、室蘭、伊達、豊浦、洞爺湖、壮瞥）、東胆振（苫小牧、白老、安平、厚真、むかわ）、日高（日高、平取、新冠、新ひだか、浦河、様似、えりも）の観光資源はポテンシャルがあるにもかかわらず、誘客を促進する広域観光の具体的戦略、取組みがないことなどが挙げられる。

平成22年3月に市民を対象にして行われた「苫小牧の観光に関するアンケート調査」では、苫小牧の観光は何を活性化すべきかについては、祭り・イベントと答えた回答が最も多く、ついで食、情報発信の順となった。また、苫小牧の特産品については、「よいとまけ」「王子サーモン」など古くから市民に馴染み深いものが挙げられ、「ご当地グルメ」にふさわしいメニューについては、「ホッキカレー」「ハスカップジャム&スイーツ」であるなど、地場特産品であるホッキ貝やハスカップなどの名前を使った「地元へのこだわり」も強いことが伺えた。

平成25年3月に開催された「第5回ビジット苫小牧観光会議」では、「苫小牧市の観光振興に向けた今後のあり方」についてとりまとめを行い、委員からは「観光資源の活用」について10項目にわたる提言のほか、「銘菓などによる誘客効果」「情報発信」「おもてなしの実践」などについても提言があった。

#### 苫小牧の観光資源の活用について

- (1) 港・海…苫小牧の魅力である港と雄大な自然（樽前山、支笏湖、ウトナイ湖、太平洋）を感じられる観光プログラムの提案
- (2) 食・グルメ…食を活かしたゾーン（面）の開拓と地元食材の知名度を上げるための商品開発。及び胆振、日高全域の食材の活用
- (3) 自然…樽前山周辺の登山やハイキングなどに関する情報発信と企画
- (4) 体験型…個人ツアー客をターゲットとした体験型ツアーの企画
- (5) 文化…美術博物館、会館を活用した企画展や東部地区を使った野外コンサートなどの企画
- (6) 産業…中心部（王子製紙）から港湾、東部への産業観光ルート開拓による企業研修、修学旅行の誘致
- (7) 公園…都市機能において公園面積が全国でも特筆すべき面積であることをPRし、更なる活用を図る。{全都市「住みよさランキング」における快適度（都市公園面積、公共下水道普及率等）全国第19位}
- (8) 大会・合宿受入…陸上競技場の改修に伴う大会・合宿誘致の拡大
- (9) イベント…「港まつり」「スケートまつり」「たるまえサンフェスティバル」「ホッキまつり」の性格付け及び新たなイベント（コスプレ、ゆるキャラなど）の掘り起こし
- (10) 観光周遊モデル…観光施設や供食施設の巡回バス、ロードマップの作成

### Ⅲ・・・観光振興の基本的な考え方と取り組み

#### 1 観光振興の基本的な考え方

観光振興を図る目的は、地元の魅力をPRすることによって交流人口を増やし、地域経済の活性化を図るとともに、ひいては定住人口の増加に繋げることである。

本市を訪れる観光客は、ゴルフなどを目的とした短期滞在者が多く、誘客力の高い観光拠点も道の駅やぷらっと港市場などの通過型が主体であるが、地元市民が観光資源としての活用を期待しているものは、港や海、食、自然、産業であり、普段我々が生活している中で密接に関わっているものである。

こうした要素を観光資源としてどう磨き上げるか、市民自身がそれらの観光資源に愛着と誇りを持ち、積極的にPRできる環境を醸成するために、どのように活用し情報発信していくかが重要である。

また、北海道の空と海の玄関口という本市の地の利を活かしながら、胆振、日高を北海道を代表する地域ブランドに高める取り組み（北海道新幹線×nittan 地域戦略会議）において、地域の拠点としての役割を踏まえながら広域観光の振興を図ることも必要である。

#### 2 観光振興における取り組み

##### 苫小牧市総合計画 部門別計画第3章「活力ある産業と賑わいのまち」

##### 第4節 魅力と賑わいのある町並みを創出します

##### 2 観光

##### 主要施策

##### 1 観光資源の整備・活用

- (1) 自然を中心とした観光資源のほか、地域特性を活かした産業・文化・スポーツ及び各種施設などの観光資源の充実を図り、有効活用します。
- (2) 大会・合宿の開催に伴い、地元特産品のPR強化により苫小牧の魅力を味わってもらい観光客入込数の増加を図ります。

##### 2 観光施設の整備・活用

- (1) 道の駅ウトナイ湖は、豊かな自然が満喫できる最高のロケーションとなっていることから、ラムサール条約の登録湿地であるウトナイ湖をPRするとともに、各種イベントを開催するなど、集客を図ります。

##### 3 観光推進体制の強化

- (1) 観光協会の事業の拡大や体制強化の支援を行います。
- (2) 観光案内所の機能強化を図るとともに、ビジット苫小牧観光会議と連携をとりながら、観光資源の再確認と観光客の増加につなげます。

##### 4 各種イベントの開催

- (1) 市民、観光客がともに楽しめる魅力あるまつり、各種イベントの開催により、市外からの観光客の誘致を図るとともに、多くの市民や各種団体と協働で地域の賑わいや活性化を図ります。
- (2) クルーズ船の寄港は、乗船客による観光消費や関連産業への経済効果が期待でき、苫小牧の魅力や知名度の向上にも寄与することから、官民一体となった歓迎体制を構築します。
- (3) フィルムコミッション事業は、テレビ番組やCM、映画の撮影を通し、苫小牧を広くPRするため、映画制作者への各種支援を行います。

本市では「苫小牧市総合計画」の主要施策を基本として観光振興の取り組みを進めてきた。しかし、苫小牧市総合計画は策定から5年が経過し、この間リーマンショックや東日本大震災を契機として、国は観光による震災からの復興、国民経済の発展、国際相互理解の増進、国民生活の安定向上を謳い、さらに2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定を受けて、インバウンドの飛躍的拡大に向けた取り組み、世界に通用する魅力ある観光地域づくりに政府一丸、官民一体となって取り組むなど、観光を取り巻く環境は大きく変化した。

こうした国や道の観光振興施策と連携を図るとともに、新たな観光の視点に基づく「苫小牧市観光振興ビジョン」の取り組みについて、つぎのとおり提起する。

## **(1) 観光資源の整備・活用**

自然、産業、スポーツ・レジャー、食・グルメなどの観光資源をPRし有効活用する取り組みとして、地の利を活かし、長期滞在を伴う北海道観光のベースキャンプ、スポーツやカルチャーなどの体験、北海道の産業拠点としての産業観光など、新たな観光資源の活用を図る。

### **【自然】**

- ・樽前山及び周辺の原生林、湖沼群（支笏湖、錦大沼、ウトナイ湖）
- ・海（ふるさと海岸）
- ・四季を通じた花観光（錦大沼公園ハナショウブ園、ウトナイ湖周辺、緑ヶ丘公園）

### **【産業】**

- ・港（西港区、東港区、漁港区、勇払マリーナ）と船が出入港する風景（動画）の紹介
- ・工場（製紙、石油精製、自動車関連、CCS実証施設ほか）
- ・苫東（石油備蓄、火力発電所、メガソーラー、植物工場ほか）

### **【スポーツ・レジャー】**

- ・スポーツ…スケートリンク、野球場、体育館、陸上競技場、サッカー、テニスコートの観光客への利用促進
- ・ゴルフ…ゴルフ場が集積する道央地域において、積雪が少なくロングシーズンでプレーが楽しめることに加え、近隣の観光資源についてもPRを強化
- ・アウトドアレジャー…キャンプ、釣り、カヌー、乗馬などアウトドアレジャーのPR強化
- ・公園…市民文化公園、緑ヶ丘公園（総合運動公園）、錦大沼公園、キラキラ公園の活用
- ・温泉…市内温浴施設のほか胆振、日高の温泉の紹介

### **【食・グルメ】**

胆振が食材の宝庫であることをPRし、地域ブランドを活かした手ごろな価格の新メニューの開発とイベント開催時の連携強化

- ・前浜で水揚げされるホッキ・すけそう・カレイ・鮭などの水産品
- ・近隣で生産される牛肉・ジンギスカン・豚肉などの食肉ブランド
- ・東胆振の米・野菜と周辺で収穫される山菜・ハスカップ・きのこなど
- ・大会、合宿誘致における地元名産品のPR（地元名産品販売ブースの設置）

## **(2) 観光施設の整備・活用**

ウトナイ湖は千歳空港やフェリーターミナルからも近く、北海道を訪れる観光客に苫小牧を紹介する

のに最適な観光拠点であることから、更なる有効活用を図るとともに港やまちなかへの誘客を図る。

#### 【道の駅ウトナイ湖の活用】

- ・ 苫小牧市公式キャラクターの「とまチョップ」とコラボした誘客
- ・ 地場産品を使った名物となるB級グルメ的な商品の開発と販売
- ・ 野鳥の飛来や生態などのライブ映像の配信

#### 【観光拠点づくりと複合的活用】

- ・ まちなか、ベイエリアの観光拠点づくりとルートバス運行
- ・ 道央自動車道サービスエリアの活用



道の駅（とまチョップ石碑）

### （３）観光推進体制の強化

観光協会の体制強化に向け、独自財源の確保や機能の拡大を図るとともに、観光業界、広域連携の強化を図る。

#### 【観光協会】

- ・ 「とまチョップ」グッズの増益を図る商品の開発と販売拠点の拡大
- ・ 産業観光コンシェルジュによる修学旅行などのセールス強化や見学施設の交渉及び案内

#### 【観光業界】

- ・ 道内観光地へのアクセスに優れることをPRし、交通の拠点として運輸（JR、バス）、レンタカー、ホテルとの連携強化を図りながら、苫小牧を起点としたJR（室蘭本線、千歳線、日高線）、一般道（36号線、234号線、235号線、276号線）、高速道路（道央自動車道、日高自動車道）による観光ルート、広域周遊マップの作成
- ・ インバウンドに対応する接遇、おもてなし技術の強化

#### 【広域連携】

- ・ 北海道新幹線の開通にあわせた日胆地域の観光協会との連携強化を図り、東西胆振、日高方面への拠点としての機能をPR

### （４）各種イベントの開催

特色のあるイベントを開催し内外に向け地域性をPRするとともに、市民参加型のイベント開催を目指す。

#### 【イベント】

各イベントにおける性格づけを明確にし、特徴のある企画を設定

- ・ 港まつり・・・従来のイベントに加え漁港区における新たな水産イベント
- ・ スケートまつり・・・白鳥アリーナでのアイスショー、アイスホッケーイベント開催
- ・ たるまえサンフェスティバル・・・バーベキューをメインに地元の豊富な食材を使ったグルメイベントの開催
- ・ コスプレフェスタ、ゆるキャラグランプリなど、新たな文化（クールジャパン）のメッカを目指したイベントの開催

#### 【フェリー・クルーズ船】

- ・ フェリーターミナルコンシェルジュサービスによるPR（施設案内、出前講座など）
- ・ 観光シーズンにおけるフェリー及びクルーズ船寄港時の乗船客への情報提供
- ・ タクシー、レンタカー業界と連携し、フェリーターミナルを基点とした苫小牧周遊コースの検討

- ・乗船客優待付きの市内グルメ、特産品マップの作成

#### 【フィルムコミッション】

フィルムコミッション誘致に向け、苫小牧のロケーションを積極的に発信

- ・日常のお気に入り風景など、市民からの情報収集とホームページ、フェイスブックでの情報発信
- ・苫小牧を拠点とした芸術活動の紹介
- ・歴史（勇払千人隊、製紙工場、港など）を紹介する企画

### （５）大会・合宿誘致

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定を受け、全国各地において合宿誘致活動が活発化していることから、全国で初の「スポーツ都市宣言」を行い、数多くのオリンピック選手を輩出した町として、位置、気候、施設など条件の優位性を積極的にPRし、大会・合宿誘致につなげる。

また、日本のアイスホッケーの草分けとして、現在もアジアリーグで活躍する王子イーグルスのホームタウンであり、18年ぶりにオリンピック出場を果たした女子アイスホッケー日本代表チームの合宿地であることなど、「アイスホッケータウン」の定着につなげる。

#### 【大会誘致】

- ・ナショナルチームによる国際交流試合の誘致
- ・アイスホッケー全国大会の固定開催
- ・地元関連企業チームが所属するバスケットボールリーグなど各種競技のリーグ戦誘致

#### 【合宿誘致】

- ・白鳥アリーナのPR（ナショナルトレーニングセンター、アイスホッケーミュージアム）
- ・代表合宿のPR（プロモーションビデオ、ライブ映像）
- ・「Hockey Town」のロゴ作成とPR

### （６）インバウンドの拡大

国の「観光立国実現に向けたアクションプログラム2014」では、「日本の魅力を外国人目線で観光資源として磨き上げ、地域の歴史や伝統に裏打ちされたストーリーをもって効果的に発信して、世界から選ばれる、魅力ある観光地域づくりを行っていくことが必要」であり、その際に「各地域において自らの強み（地域の観光資源・旅行商品の各市場への訴求力等）を踏まえながら、各地域から見て、何れの市場に更に力を入れるか等、国の全体戦略と連携の上、各地域が主体的な戦略を持って国内外の旅行者の呼び込みを進めていくことが重要」としている。本市においても、国の観光振興と連動した外国人観光客誘致の取り組みについて早急に進めていく必要がある。

北海道を訪れる外国人観光客は年々増加し、台湾、香港などの中華圏をはじめ、最近では特にシンガポール、タイなどの東南アジアからの来道者が増えている。主な宿泊先は札幌、倶知安、登別、函館など温泉や食べ物、ショッピングなどの観光資源に恵まれた地域であり、観光目的で本市を訪れる方は少ない。しかし、外国人来道者の中には名所旧跡を訪れる従来型の観光目的だけではなく、新たな発見や体験を求める方も潜在するものと考えられる。

本市としては、海外からのアクセスにも優れ、豊かな自然とものづくり、リサイクル、エネルギー、植物工場などの様々な産業が共生する苫東、臨海、臨空工業団地を紹介する産業観光や、スポーツ、アウトドアなど様々な体験型レジャー、食材の宝庫である胆振、日高の観光資源をSNSをはじめとした様々な手段によりきめ細かく情報発信し、新たな需要の掘り起こしを目指す。

## IV・・・観光振興の推進

### 1 観光振興における各主体の基本的な役割

本市の観光振興を推進するにあたり、市民及び市民団体、観光関連事業者、観光協会、行政がそれぞれの役割において積極的に取り組むとともに、相互のより密接な連携が必要となってくる。

#### 【市民及び市民団体】

- ・ 苫小牧を知り、体験し、この町で暮らすことに自信と誇りを持つことが重要。
- ・ 地域、沿線の環境美化と心遣いにより、「おもてなし」の心を醸成する。
- ・ ボランティアガイドなどにより、人との触れ合いを通じて町の再発見につなげる。

#### 【観光関連事業者】

- ・ 観光客誘致に向けた新たな投資及び地元産品を使った新たな商品開発
- ・ インバウンド拡大に向けた外国語標記や外国語理解力の向上
- ・ ホスピタリティの徹底により、リピーターの確保と口コミによる宣伝効果につなげる。
- ・ 観光客のニーズに合わせた事業展開（営業日の検討など）

#### 【観光協会】

- ・ 観光客誘致につながるイベントの開催や観光資源などの情報発信
- ・ 観光コンシェルジュ機能の強化（外国人観光客対応を含む）
- ・ 産業観光の推進
- ・ 観光ボランティアガイドの育成

#### 【行政】

- ・ 既存観光資源の磨き上げと新たな観光資源の発掘
- ・ 観光振興のための予算獲得（国・道の観光施策との連携）
- ・ 観光振興施策への市民参加の働きかけ
- ・ 広域連携（北海道新幹線×nittan 地域戦略会議）の強化

### 2 観光振興における目標値

本市における平成21年度以降の観光入込客数及び外国人宿泊者の推移は下記のとおりである。

#### 観光入込み客数及び外国人宿泊者の推移（平成21年度～平成24年度）

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
入込総数	1517.9 千人	1661.2 千人	1792.6 千人	1889.6 千人
内道外客	571.4 千人(37.6%)	616.4 千人(37.1%)	510.8 千人(28.5%)	570.5 千人(30.2%)
内道内容	946.5 千人(62.4%)	1044.6 千人(62.9%)	1281.8 千人(71.5%)	1319.1 千人(69.8%)
内日帰客	1410.9 千人(93.0%)	1559.4 千人(93.9%)	1690.7 千人(94.3%)	1772.0 千人(93.8%)
内宿泊客	107.0 千人(7.0%)	101.8 千人(6.1%)	101.9 千人(5.7%)	117.6 千人(6.2%)
外国人宿泊人数	9.1 千人	11.6 千人	4.3 千人	8.7 千人
外国人宿泊延数	10.1 千人	13.4 千人	4.8 千人	9.4 千人



入込客数の推移を見ると、道内からの観光客は増加傾向にあるが、道外からの観光客は平均約57万人でほぼ横ばい、宿泊客も入込総数の6%前後で一定であり、外国人観光客については本市を宿泊先として選択する観光客は少ない。これは、千歳空港や札幌へのアクセスの利便性、周辺ゴルフ場の利用以外、宿泊する動機がないことによるものと思われる。

観光振興の指標である観光入込客数は、観光地点（観光集客力のある施設またはツーリズムなどの観光活動の拠点）への来場者のほか、行祭事・イベントなどの来場者が対象となるが、行祭事やイベントは年度の開催状況により入込客数が変動するなどの不確定要素もあることから、本市としては観光資源の掘り起こしや磨き上げなど観光地点の充実を図ることに重点を置き、入込客数の増加を目指すこととする。具体的には、産業観光の新たな拠点やツアーの設定などによる観光活動の充実と、苫小牧と胆振、日高の観光資源のポテンシャルをPRし、自然や食、文化の体験を通じて外国人を含む道外観光客の滞留時間の増加を目指す。また、行祭事、イベントにおいては、コスプレやゆるキャラなどの新たなイベントの定着と全国大会規模のスポーツ大会の固定開催などにより、目標値として平成30年度の観光入込客数を200万人以上、宿泊客数を20万人以上、外国人宿泊延数を2万人以上とする。

### 3 おわりに

これまで本市における観光振興は、既存の観光拠点と食の紹介、イベント開催による誘客など、限られた特色を際立たせることに傾注してきた。しかし、個人や少人数で様々な目的をもった旅行のスタイルが主流になりつつある今、他市と比較して際立つ観光資源が存在しない本市においても、旅行者の心を捉えるアイテムを掘り起こすことはまだまだ可能である。重要なのは私たちにとって住み慣れた町、目にする風景、食べ慣れた物であっても、道外からの来訪者にとっては新鮮に感じたり価値を認めるものがあり、私たちがそういったものの存在に誇りと愛着を持つことである。

まちなか再生の指針であるCAPでは、その基本方針における「にぎわい創出」の中で、「苫小牧の個性や価値を明確化し、地域の魅力を上げること」が必要としており、目標として「暮らしてみたいまち 出かけてみたいまち 苫小牧」を目指すとしている。

市民、観光事業者、行政、観光協会それぞれが各主体の役割を踏まえ、本ビジョンで示した観光振興の取り組みを進めることで、苫小牧を訪れる動機が生まれ、ひいてはまちなかへの誘客、定住促進につながることを期待するものである。



