

次期観光基本計画の策定に向けた 観光事業者アンケート調査（概要）

令和4年6月

1 観光の現状と課題について

- ①感染症収束後に向けての受入体制の整備が重要。課題は、観光客の受入体制や案内板等の整備など観光基盤づくり、市民のホスピタリティ向上と観光人材育成、効果的な情報発信及び新たな特色ある観光商品の開発等
- ②出張や帰省を観光と捉え、観光に来る観光客だけが観光の対象ではないという考えが重要。
- ③北広島市は、都市型観光や観光特化型の都市のいずれにも当てはまらず、観光の観点からは魅力度が低い。サイクルツーリズムを目玉とするのであれば各地区への道路整備やレンタサイクルの充実、市内中心部の自動車乗入制限など思い切った施策が必要。コンテンツを特化することで他地域との差別化が図られる。
- ④昨シーズンの大雪でいかにインフラが弱い地域であるかが露呈、バスも運休となり他地域から来ようという意識が低下。
- ⑤立地環境やボールパーク、アウトレット、くるるの杜、ゴルフ場などのアドバンテージやポテンシャルが大きい、それを生かし切れていない。
- ⑥観光地としての認識が薄い、市民のおもてなしの心が必要。まちの拠点を何処に置くか、観光資源を繋ぎ合わせ分散感を解消させる公共交通機関の増強、コロナ禍収束後の新たなインバウンド受入策。
- ⑦人材を集めること、自治体が出来ないことをするためには、独立運営していける企業や人材の確保が優先。本業としてここで営利を行えるような取組が求められる。
- ⑧駅周辺に観光客を誘導する仕組みづくり。周辺に飲食店も含め一体の観光地として滞在してもらえる仕掛け。
- ⑨計画を分かりやすくPRすることが重要。ボールパークにより注目されている今、既存コンテンツを再訴求するとともに将来的な観光計画を示すことで北広島市＝豊富な資源（モト・コト）ありと認知拡大に繋がる。
- ⑩JR北広島駅付近は良好なアクセスをもちながらも、目的地となる場所が不足、現状は住民のインフラとしての機能を果たすにとどまる。観光客の宿泊という観点からは、札幌へのアクセスの良さが裏目に出ている。

2 観光まちづくりの推進について

- ①各拠点を回る観光ルート案の策定、交通インフラの整備が重要。
- ②立地特性等から民間における開発意欲は向上しているが、開発制限があり活用されていない土地も多い。開発を誘導するエリアを特定するなどエッジの効いた今だから策定できる政策を描き実践されるべき。
- ③現状、宿泊施設が少ないのが大きな課題。今後、ボールパーク開業や駅西口事業に合わせて変化していく中で、レンタカー事業も加えて、ステイ&ライドの出来る観光拠点が求められる。大曲エリアの商業施設やゴルフ場やサイクリングコース等が存在する中で、交通手段などを繋ぐシステムがないため、市全体の集客において相乗効果が生まれてない。
- ④市民への啓発、観光関連団体や事業者への支援強化及びブランディングとマーケティングが必要。
- ⑤観光に来る観光客だけが観光の対象ではない、といった考えに立った時、誰が魅力やメニュー等を紹介するのか。観光に携わる関係者だけが観光に携わる人材ではなく、市民が市の魅力を案内できるコンシェルジュ機能が重要。
- ⑥ボールパークに来たお客様をいかにして市内に留めるかが重要。交通渋滞への対応、観光施設を増やす。
- ⑦情報発信力、そのための体制を整えること。ボールパークやアウトレット等の誘客施設での有効な情報発信の検討、道の駅を整備しての情報発信、地域おこし協力隊の受け入れなど。
- ⑧インフラ強化での市内定期路線循環バスの設定・運行、ICTスポットの設置、ショート及びロングステイ者や移住検討者に向けた特典やインセンティブの設定、観光資源・コンテンツ間での連携・連動性の創作。
- ⑨他都市がうらやむほどの機運が高まっている。観光振興において、ボールパークが中心となって、他都市との連携を含めた大きな取組が求められる。旅行代理店事業も行えるくらいの人材や組織編成など観光協会の役割が重要。市が変わろうとしている今こそ、若い世代での組み立てが必要。

2 観光まちづくりの推進について

- ⑩ボールパークに来る方は目的がさまざま。見学に来る人も多いと思うので、北広島魅力発見ツアーを企画し、観光につなげることも重要。
- ⑪道路の渋滞緩和、観光地セットアップで宿泊施設の充実、名産品があると目当てで来る人がいるのでは。
- ⑫札幌市他、周辺観光地との交通インフラ整備とPR、まちとしての強みを明確に打ち出し、地域各社・団体と共有する。
- ⑬「ゴルフ」「グリーン」「サイクル」「ショッピング」など魅力的な観光要素はいくつもあるが、それらの資産を面で展開しPRするプレーヤーの存在が必要。他自治体でも行政と連携を図りながら観光まちづくりを進める企業等がパートナーとして活動し効果を上げている事例もある。
- ⑭施策を広くカバーするバランスも重要だが、特定の観光要素に注力して差別化を図り来訪の動機をつくることも必要。サイクルツーリズムは、国内事例からもまちを変えるポテンシャルがあり、周遊により効果の波及を創り出しやすい施策。

3 ボールパーク開業を踏まえた観光の取組について

- ①ボールパークの波及効果を有効に活用し、ボールパークの来場者を市内へ取り込むため観光基盤への投資や来訪者のおもてなしのため観光案内所の設置などが早急に必要。誘客促進としては、ボールパーク見学を絡めた教育旅行の開発や観光関連事業者によるボールパークでのイベント開催等に取り組む必要がある。
- ②市の魅力に関係なくボールパークに来たい人が訪れる。これまでのように、何もないというアナウンスでは、北広島市は何もないという情報しか流れない。今あるものだけでも、市民が説明できるようになることは重要。
- ③道外から他球団のファンも来ることから市民との交流の場があれば良い。コロナ収束後は宿泊施設や飲食店での交流が望ましい。札幌市内からの観客を取り込むことも重要。市内で飲食をしてから札幌に戻ることができるようにJRの終電時間の繰り下げ要請も必要。修学旅行など学校行事の一貫としてボールパークの見学と宿泊の提案を旅行会社を通してセールスしていく。
- ④ファイターズというネームバリューを広く使ってお菓子などを作成し、そこにマージンなどを発生させず、地域と一体化で広く使っていくことこそ、活性化につながるのでは。
- ⑤ボールパークを市の拠点とする考えや方向性があるのか。令和の「農商工連携ツアー：農/くるるの杜・商/MOP・工/ボールパーク」としたモデルコースを旅行社へ提案、定期観光バスコース設定に向けた行政からバス会社への働きかけ、当面はメディアが取り扱ってくれる間の露出やPRに便乗する手段を見出す。
- ⑥市内の観光に関わる事業者の取組等を紹介、観光協会または旅行代理店等とも施策などを作るべき。観光事業経験のある人を据え置くことが大事。旅行会社との提携のほか、他の自治体との連携を図り北広島というより「北海道」というカラーを鮮明にする必要がある。
- ⑦住みやすいまち道内3位なら、住みやすい街をご紹介ツアー、キレイな街並みを見せるツアー、駅前のプラタナス並木から団地へあがって行く通りなど、外から来た方には感動を与える。

3 ボールパーク開業を踏まえた観光の取組について

- ⑧ボールパークへのアクセス利便性を上げる。ボールパークに来たお客様に市の魅力をアピールできるか。
- ⑨ボールパークと北広島を結びつけないとボールパークだけにしか注目が集まらない。北広島に来たのだから、北広島にも目を向けてもらえるよう、地域産業、観光地、歴史を知ってもらえるようなスペースがあると良い。
- ⑩ボールパーク来場前後の観光ルートの策定、ボールパークとの相互送客、市内および近隣市内の施設同士の連携強化、食拠点の提案、拡充。
- ⑪Fビレッジを訪れた方が周辺にも足を伸ばすような仕掛けが必要。新たな人の流れを作り出すことで既存の事業者や新規参画する事業者にとってのメリットがあれば、即効性は薄いが中長期で周辺に魅力的な場所が増えて周遊を生み出すという好循環が生まれる。市単独でなく広域で施策を展開することで、道内に限らず道外やインバウンドも呼び込めるような地域としてのブランディングになる。
- ⑫ボールパークが開業しても、見学後は札幌に流れる懸念がある。市内に滞在させ観光消費する仕組みが必要。
- ⑬宿泊者に市内限定の利用商品券の発行、タクシー事業者と連携してボールパークを案内する事業、ボールパークに子ども達が修学旅行等で全道・全国から来場するため、自然の家や温泉付き施設、ジップラインやアスレチックなどフォレストアドベンチャーパークを設置。

4 観光客に響き集客につながる北広島市の魅力について

- ①観光に対する強みは、アクセスの良さや自然体験ができる潜在的な資産、弱みは、市民が北広島市には観光資源がないと考えていること。磨き上げることで魅力的な観光資源となりうる潜在的な資源としては、旧島松駅通所などがある島松、三島地区。
- ②寒地稲作発祥の歴史は、当市の財産に限らず、北海道の財産。しかし、北海道で米づくりを行う生産者でさえも、この歴史を知らない状況がある。当市が売りにするべきは中山久蔵翁・赤毛米。この財産を観光素材として利用しようとする動きが広がらない。素晴らしい歴史資産を有効に利用すべき。
- ③強みはゴルフ場と温泉。
- ④駅前から樹木をすべて桜などに変えて団地の中から北広島駅、そしてボールパークへ続く桜並木などを作れば効果は一時的だが、広く認知してもらう足掛かりになる。
- ⑤自転車での走りやすさを生かし集客を行う。
- ⑥自然なのか、街並みなのか、名物なのか、何かひとつ育て上げる機運は少し感じづらい。
- ⑦強みはたくさんあるが、それを磨き上げるのは個々の事業者の問題であり簡単ではない。
- ⑧札幌・新千歳空港が近く、ボールパーク開業は大きな強みになる。多種多様の地域資源の組み立ても可能。
- ⑨ステイモデルが成立するメニューが豊富、ショート及びロング滞在パターンにスロー又はアクティビティプランを加えて用意。市内温泉巡り、ゴルフ場巡り、食農体験、サイクリング、野球観戦、ショッピング、札幌巡りなど様々な体感や組合せが可能。
- ⑩魅力は田園風景が望めること。竹山、恵庭島松方面、および駅通所近辺エリアなど、景観を生かし飲食店等を誘致。多くの人々が景観を併せて食事を楽しめるエリア形成を促すべき。北広島では美味しい食事が楽しめないという話も聞いており、大きく改善すべく誘致していく流れが出来るとよい。

4 観光客に響き集客につながる北広島市の魅力について

- ⑪強みは、自然やキレイな街並み。弱みは、札幌のベッドタウンで地味、どれも市民も認めている感がある。
- ⑫歴史的遺産でもある、クラーク博士の名言を活かしたシンボリックな像などを造るべき。羊ヶ丘の一例があるように、クラークにちなんだ都市であることを明確にすべく、馬上で手を振るクラーク像などを、ボールパークまたは島松沢エリアに建立することを望む。
- ⑬強みは、サイクルツーリズムやBP等の、他にはないコンテンツ、観光都市として確立している札幌市と近接している立地。弱みは、市内各コンテンツを結ぶ交通インフラ。
- ⑭観光客は市町村を指定して観光は行わないにも関わらず、市町村名に拘りが強過ぎる。より広域エリアでの視点を持ち、観光客が行きたいと思われる施設を連結するような取組を行政同士が連携して行うべき。
- ⑮北広島の立地は、旭山動物園、支笏湖、小樽など観光客がせっかく北海道に来たのであれば訪れたいと思う場所が1時間圏内のエリアに点在しており、市に特化するのではなくそうしたエリアとの連携を行うことの方が市の最終的利益は向上する。連携の肝はGive and Takeの関係性づくり非常に重要。行政間のみではなく民間企業を巻き込んで官民連携で行うことが有用。
- ⑯潜在的な資源、ショップ施設、ゴルフ場施設、アウトドア施設、支笏湖ドライブ、日高町・由仁町・早来町競走馬見学、乗馬体験施設、日本ハムファイターズと創り上げるベースボールの街、スポーツ施設。

5 官民の役割分担について

①行政の役割は、観光関連団体及び観光事業者と調整を図りながら、インフラ整備や計画策定、人材育成及び情報発信等の観光基盤整備を行い観光まちづくりを推進するほか、観光関連団体や観光事業者等との情報共有し課題解決に努めるとともに積極的な支援。観光協会の役割は、市等と緊密な連携を取りながら、市の観光振興の中心となる役割を担い、市の観光基本計画をベースとして観光振興に係る具体的な事業活動。観光事業者等は、市全体で観光を盛り上げようという意識をもち主体的に観光振興に取り組むとともに、観光協会や同業者同士で連携して新たなサービスや商品を生み出すよう努める。

②当市の財産を活用した取組を行っている。

③規制緩和など民間ではできない点について行政の力が必要。ボールパークで知名度が上がる中、飲食、宿泊、商業、工業、農業などあらゆる分野でスクラムを組んで柔軟な対応ができるよう、障壁があれば官の力で取り除く必要がある。観光協会はプロモーションやキャラバンなど観光業者をとりまとめ進むべき方向性を決める。

④市民に寄り添い、まず市民から、そして観光客へとしないと魅力的なまちにならない。子供から老人まで住みよい街でなければ何も生まれてこない。

⑤観光事業者間の情報の共有がされていると感じられない。

⑥観光事業者の役割は自分達の仕事を魅力あるコンテンツにしていくこと。行政や観光協会の役割はどのような事業者がいて、何をしているのかを把握して情報発信していくこと。個々の事業者が連携していくための仲介。

⑦「官」として、『北広島市版DMO』の形成、大都市圏へ、「北広島市」のアンテナショップ的な拠点づくり、送客可能な組織・法人へ、プロモーション行事の仕掛けと準備、行政事務局による主導と進行が必要、観光・滞在窓口のワンストップチャネル化、「民」として活動時における人的派遣、DMO確立に向けた内外の人材やノウハウを活用しつつ多様な関係者と連携。

5 官民の役割分担について

⑧行政としての規制整備と併せて、地域農産物や体験型農業観光への取組を推進。観光協会は、シティーセールス的に道内外へ発信していく活動。倶知安やニセコも、地元活動以上に他都市や海外への発信力を高め、多くの人々を魅了している。既存の祭りの概念を通り越した新しい祭りづくりをボールパーク等と進めていく時代へと変化。観光事業者は、既存施設や既存事業の明確な提示が必要。楽しんで頂ける取組を明示化することで、滞在時間のアップ、消費活動を多くして頂ける。

⑨弱みを強みに変えられるよう、発想の転換。既存のものでのツアーを作ってみたらいかがか。

⑩自分が観光地に行くときに、その市町村のHPから観光地を検索することがあるので、北広島市のHPにも掲載する。観光協会イベントを発案し、共感できる事業者と一緒に参加する形だとまとまりあって事業者もやりやすい。

⑪事業者は道外、インバンド受入に向けたハード、ソフト面の整備を進めるとともに、観光誘客に繋がるコンテンツの提供を進めること、行政は観光地化に向けた動き（観光資源のPRや案内所、各社を繋ぐインフラ整備、地域住民への理解等）を進める地域のハブ役となることが重要。

⑫まちの進路を決める行政、現場で実行部隊を担う観光協会、システム・ネットワーク・ソリューションをもつ観光事業者という形で3者が主体的に関わりあい、まちづくりに寄与するような取組をいくつも起こせる状態が望ましい。各自が別個に働くのではなく、得意とする領域を出し合ってコミュニケーションを図りながら連携および協働することで新たな価値を創造する。

⑬行政と観光事業者との連携は必要で、観光事業者が少ないのも課題。観光協会やタクシー事業者等既存の事業者から発展させて行くのが良い。観光協会が魅力度向上委員会を設置して、民間観光事業者や民間企業を抱き込んで、観光振興を練って行くのが良い。