

第 12 回きたひろしま都市型観光推進協議会 議事

1 日時 平成 29 年 3 月 24 日（金） 18 時 30 分から 20 時 00 分

2 場所 北広島市役所第 3 庁舎 3 階会議室

3 出席状況

NO	氏 名	職 業 等	出欠
1	上 原 康 雄	北広島市観光協会会長	欠
2	山 崎 悦 子	北広島商工会会員（行政書士山崎法務事務所）	出
3	(副座長)千 葉 隆 一	札幌ゴルフ倶楽部 支配人	欠
4	田 村 直 人	札幌北広島クラッセホテル総支配人	欠
5	(座長)川 口 満 久	ホクレン農業協同組合連合会統括マネジャー	出
6	中 村 哲	三井アウトレットパーク札幌北広島所長	出
7	三 浦 麻 衣	市民（会社員）	出
8	善 甫 啓 太	市民（会社員）	欠
9	山 田 基	北広島市経済部観光振興課長	出

きたひろしま都市型観光推進協議会事務局

所 属	役 職	氏 名
経済部観光振興課	主 査	青 木 潤
	主 事	高 木 梢

傍聴者

人 数
0人

4 議事録

1. 開会

事務局) ただいまから第 12 回きたひろしま都市型観光推進協議会を始めさせていただきます。

まず本日は、委員の過半数が出席されておりますことから、会議は成立していることを報告させていただきます。

それでは早速ですが、座長に進行をお願いいたします。

2. 議事

座長) 本日は、来年度の都市型観光推進事業の取り組みについて、事務局からの説明の後、意見交換をさせていただければと思います。それでは事務局の方から説明をお願いします。

事務局) 資料に従いまして来年度の事業概要を説明いたします。

①観光振興事業としては、毎年開催しております「北広島ふるさと祭り」、「北の酒まつり in きたひろしま」、「北広島ふれあい雪まつり」の主催であります北広島市観光協会への補助が主な内容となっております。

定例的なイベントのほか、さっぽろ広域観光圏推進協議会、きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会へ参画し、広域的な観光について連携しながら事業を実施していきます。

②都市型観光推進事業につきましては、この推進協議会を引き続き実施させていただきます。平成 27 年度に作成した「北広島市の都市型観光の方向性について」を踏まえて、具体的に実施する内容等にご意見をいただく場として引き続き開催したいと考えています。

具体的な取り組みのイメージとしては、市民大学 OB 会で実施している事業「かんじき DE 自然観察」や、無農薬で赤毛米を生育したことによりホテルを見ることができた、というお話もありまして、「北広島を知る観光！」として取り組みできないか検討します。

また、きた北海道広域観光周遊ルート事業の一環で、インバウンド向け体験ツアーをテーマとして、提案を含むワークショップを行いました。

具体的には、いちご狩りをした後、日本の伝統文化である餅つきをして、そのイチゴと餅を使っていちご大福を作って食べてもらうというツアーを提案しました。例えばこういったツアーを観光協会などと連携し、造成していけないかと考えております。

あとはゴルフツーリズムやサイクルツーリズムと今年度行政の方で行った事業もありますので、そういったものともつなげていながら、事業を展開したいと考えているところです。

各種イベントにも参画いたします。例として、サッポロビヤガーデン「ふるさと応援ステージ」で特産品を使った PR 活動を展開し、景品で特産品を提供してまちの PR を行っております。来年度につきましてもこういった PR 活動は続けてまいりたいと考えております。以前ご報告いたしました有楽町における PR もその一環です。

また食資産を活用した観光 PR につきましては、地元の農産物を使った「きたひろ農学校シリーズ」5 種類を活用して、サッポロオータムフェストや東千歳駐屯地のイベントに出店をし PR を行います。

今年度は広島コンベンションビューローの方がオータムフェストの時期に来られ、一緒に PR ステージを行いました。

次にインバウンドの取り組みにつきましては、ゴルフツーリズムコンベンション 2016 という、実行委員会と行政及び観光協会といったメンバーが構成員となり、東南アジアの旅行会社等を対象としたコンベンション事業を行っております。これはインバウンドにゴルフをしていただくだけでなく、買い物や食事を楽しんでいただくといった事業でもあります。来年度につきましても、この事業に参画していく予定でございます。

また先ほども触れましたが、きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会というものがございまして、道北の方にインバウンドを呼びこもうというルート形成事業なのですが、北広島市も観光拠点地区として参加しております。具体的には来年度以降に事業が展開されていくことになるのですが、基本的には運輸局や市町村の事業と連携しながら、広域のルートを周遊してもらうという計画です。北広島市におきましては、宿泊、そしてサイクリングがモデルコースとして組み込まれる予定です。

さっぽろ広域観光圏推進協議会というものもございまして、石狩管内の 8 市町村の広域で行っている事業でございます。今年度も実施しておりましたアラサツスタンプラリーという、石狩管内の 8 市町村を周遊するスタンプラリーをじゃらんの紙面上で展開をしております、北広島市もいくつか施設を掲載しております。

③サイクルツーリズム等観光拠点整備事業につきましては、まずツール・ド・キタヒロというサイクリングイベントを 4 回開催予定です。各回 40 名の定員としております。こちらは基本的に日本の方、特に札幌圏内の方をターゲットとしたサイクルイベントでございまして、来年で 5 年目を迎えます。

サイクルスタンドの設置も行います。今年度は 5 か所でしたが、来年度は 8 ヶ所設置する予定でございます。

サイクリングマップにつきましては、今年度も作成したところですが、来年度は多言語に対応したものを作成します。今年度にサイクルツーリズムのプロモーションで台湾に行ったという経緯もあり、そういった場所で配布できるようなものが今までなかったため、インバウンドへの対応も視野に入れ作成するところです。

サイクルツーリズムのプロモーションにつきましては、今年度は「サイクルモードインターナショナル」という千葉県の幕張メッセで行われたイベントにブースを出展し、VR 動画で実際に北広島市のサイクリングを疑似体験してもらうという PR 活動を行いました。これが大変好評であったこともあり、来年度につきましては、VR 動画を使った PR を幕張メッセのイベントだけでなく、札幌市の地下歩行空間でもサイクルツーリズムのプロモーションを実施する予定です。

またこのプロモーションの際にお配りしていたコンセプトブックにつきまして、イメージは配布した資料のとおりですが、イメージで訴えるような写真がメインのブックでして、来年度につきまして作成しようと考えております。

サイクルツーリズムのインバウンド向けプロモーションにつきましては、今年度は北海道観光振興機構の事業に「相乗り」するような形で台湾に行っておりました。内容としましては、現地での商談会及びイベントブースでの PR です。来年度も北海道観光振興機構や石狩振興局の「ようこそ石狩」誘客促進事業などと連携しながらプロモーションを行っていきたいと考えております。

最後になりますが、サイクルツーリズムの新規の取り組みということで、1つがサイクリスト向け雑誌の記事掲載を行います。北広島市のサイクリングを取材していただき、見開きで記事を掲載します。

2つ目としましては、インバウンドの招聘ツアーを行います。台湾の旅行会社やメディア関係者を招聘して、サイクリングの体験や観光をしていただき、ツアーの造成や情報発信を行い、訪日外国人観光客数の拡大を図ってまいります。

来年度の取り組みの説明については以上です。

事務局) きた北海道広域観光周遊ルートについて補足いたします。新聞等では「ひがし北海道ルート」の話題が、バスツアーの話やバスの利用数が伸び悩んでいるという問題などで、取り上げられています。

これが「ひがし北海道」で、今年度に「きた北海道」が認定されたという状況です。

そもそもなぜこのような取り組みを行っているかということ、本州の東京と大阪の「ゴールデンルート」と言われている、インバウンドの方のおそらく7割から8割の方が周遊しているルートがありますが、国としましてもなんとかそこから地方に人の流れを作っていきたいという考えもあり、こういった広域の観光ルートを認定しているというところ です。

○委員からの意見

- これは市から事業費を負担しているのでしょうか。
 - ◇ 全体事業費の50%分は地方が何らかの事業を行うということになっています。例えば北広島市が多言語マップを作った事業費など、そういった各自治体のインバウンド向け事業費を合算して「きた北海道」全体事業費の50%を満たせばいいということです。残りの50%は国からの予算です。主に調査費やワークショップに係る経費などにその予算を使い、もともと市町村がやっていたものの事業費を合わせて100%になるというものです。
- 地方には人が来ないから立ち上げたということなのですね。
 - ◇ 北海道も札幌と千歳は人も来ているのですが、地方の奥の方にも人が動く仕組みを作らなければならないということは国も大きな問題として捉えておられて、「お金がまわる」のが首都圏や大都市、大きな観光地に限られているという状況です。そうではなくて、観光として魅力はあるのだけれども、ブラッシュアップされていない地域、ノウハウがない地域を広域連携でカバーしあい、商品プランを作っていく一つの取り組みと捉えていただければと思います。もちろん儲からなければ息切れしてしまうという危惧もあります。この広域観光周遊ルートは全国に10数ヶ所ほどあります。
- 「ひがし北海道ルート」に北広島は入っているのですか。
 - ◇ 入っておりません。
- この「きた北海道ルート」に組み込まれるとしたらやはり三井アウトレットパークなどになるのですかね。あまり市内を周遊して遊んでもらおうということにはならないのでしょうか。
 - ◇ 市内で1か所から2か所くらいしかルートには組み込まれません。北広島市での滞在をど

うするかという問題はこれから出てくると思います。ただ、北広島市自体がまだまだ知られていないという問題もありますので、こういった広域周遊ルートに名前が出てくることで、旅行会社の方にイベント等を知っていただく機会にもなりますので、こういった事業への参加を通じてPRもできたと考えております。

- 「見ていただきたいものや形にしたいもの」はこれまでのお話の中でたくさん出てきましたけれども、実際に形になっているところを早く見たいなと思います。
 - ◇ 北広島はツアーに組み込める場所ではないと言われてきました。しかしながら先ほどの「いちご大福」の件もそうですが、旅行会社の方などが食いつくところは探せばあるのだと思います。それを今まで整理し切れていなかったなので、そういったものを蓄積して、何かあったときにすぐ提案できることが、実現に向けて重要なのだと考えています。
- 実現には、旅行会社や旅行者などにとって「使いやすい」ことが重要なのだと思います。
 - ◇ 例えば「食だけ」ではなくて、体験も伴うと印象に残りやすいと感じています。そういったものの方が旅行会社や旅行者に受け入れられやすいと考えています。
- アラサツスタンプラリーのお話がありましたが、結果はどのようにフィードバックされるのでしょうか。
 - ◇ スタンプを押したという記録は残るのですが、どのように周遊したかのデータはとれていないのが現状です。来年度はお店にも協力いただき、そのあたりのデータも収集するように検討しているところです。
- サイクルスタンドはまた同じようなものを設置する予定なのでしょうか。
 - ◇ できれば「自転車の駅」にあるような既製品を置きたいと考えております。今年度は単管で組んだものを実際にくるの柱に置かせていただいたのですが、反応はいかがでしたか。
- まず見た時に「何これ」となるようです。あまりピンと来ていないようでした。
- 一般的なタイヤを挟むようなスタンドはどうなのでしょうか。
 - ◇ 自立ができないような、いわゆるスポーツサイクルを想定しておりまして、サドルを引っかけて駐輪するイメージです。そういった自転車を所持していない方にはわかりづらいかもしれません。
- ある程度見た目もおしゃれなものでないと、置きたくない施設が出てくるかもしれません。
 - ◇ ものについては、今後検討したいと思います。
- 利用はされているのですか。
 - ◇ 実際に利用されているところは確認しています。しかしながら利用頻度については把握しきれっていないのが現状です。

- サイクリングを普段しない方でも、SNSに投稿したくなるくらいデザイン性の高いものであればいいと思います。
- 「食」、「体験」、そしてこの「サイクリング」と各コンテンツはいいのですが、そういうもののセールスの仕方、打ち出し方に一貫性がないと思います。ここをうまくコーディネートして「きたひろらしさ」を印象付けるなにかがあれば、個々の魅力以上の魅力に変えていけるのではないかという気がします。例えばさっきのサイクルスタンドでも、「形だけ」を落とし込んでいるので。
 - ◇ このスタンドの設置自体がある種のセールスになるということですね。
- このシティセールスについてはどのように進められたのですか。
 - ◇ このambitious cityというグリーンマークがシティセールスとしてデザインしたものです。これをモチーフに進めているというのが現状です。
- このマークはいいですね。例えば名刺などを整理していてもこのマークのおかげですぐに北広島の方とわかります。このようにうまく印象付けられる何かを利用できれば違うのではないかと考えます。統一感があればいいなと思います。
- 旅行会社で、現地でどこに立ち寄るかということはランドオペレーターという方が決めています。こういった方に売り出していくというアプローチもあります。個人旅行の方については、SNS等で情報を全部調べてきますので、そういったところにPRすることも重要です。拠点に行って紙で調べるというのは今あまりないですね。CDのいわゆる「ジャケ買い」ではないですが、瞬間に良いと思ってもらえるような見せ方、作りこみは重要だと思います。
- 「お祭り」関係の企画やデザインについては、誰かに許可を取らなければならないのでしょうか。これも統一感がない気がするのですが。
 - ◇ 現状では観光協会が主催となっており、商工業者の方や市民の方も一緒になって企画・運営をしているため、すべての企画やデザインに対しての統一感を持たせるということはなかなか難しいというのが現状です。
- でもだからこそ行政がやるよりも動きやすいという利点はありますよね。ポスターにambitiousのグリーンマークが入っているだけでも違うのではないかとはいいますが。
 - ◇ 当時このグリーンマークも入ったブランドサイトを立ち上げたのですが、それと一緒に観光のサイトも立ち上げておまして、その時に「きたひろ農学校」という言葉ができました。資料にもありますが、コロケや春巻きについているイエローのマークがそうです。統一感という意味では、我々ももう少し整理したいと考えております。現在シティセールスは別な担当部署がございますので、そこともうまく連携を取りながら進めてまいりたいと思います。

- 先ほど多言語化のお話もありましたが、外国の方にとっては絵で見てわかるということも重要だと思しますので、そういった意味でもデザインは大切ですね。

事務局) この「事業の統一性」につきましては、今後も検討して参りたいと思います。

座長) あとは他になにかありませんか。なければ閉会にしたいと思います。

3. 閉会

座長) これをもって閉会とさせていただきます。お疲れさまでした。