

第2期 北広島市観光基本計画（案）

令和 年 月
北広島市

観光の目指す姿

—新しい「観光」ははじめます。

まちを楽しみ、喜びをデザインする、ボールパークのあるまち北広島

新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、人々の暮らしや意識に大きな変化を与えました。日々の行動が制限され、社会経済活動が停滞するなど、当たり前の日常が失われ、特に観光産業は、その影響を真正面から受け、未だ回復途上にあります。

持続可能な観光の推進に向けて、ニューノーマル（新しい日常）時代の「観光」を、立ち止まって考えるときなのかもしれません。

北広島市は、利便性の高い都市機能を有する一方で、身近に里山を感じられる自然と共存した素晴らしい環境と、地域の人々が脈々と紡いできた歴史や文化があります。この豊かな環境は、次代へと引き継がなければならない大切な財産です。

市民が、まちを知り、愛着を持ち、その魅力を自分の言葉で伝える、この普遍的な価値観を大切にすることが、観光客をはじめ北広島市を訪れる人々との絆をはぐくみます。

市民が主役の観光を確立します。

北広島市には、多くの魅力的な観光資源があり、各観光事業者の取組が観光を支えています。しかし「北海道ボールパーク F ビレッジ」の開業は、これまでの観光の概念を変えなければならないことを示唆しています。

「個」の取組に加え、多様な主体との対話により「地域」としての広がりを持つことで、新たな観光資源を真に生かした観光が形となり、多くの人を引きつける魅力になります。

多様な主体と新しい価値を共に創ります。

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大やデジタル技術の急速な進展などは、暮らしや社会経済活動において、価値観が変化・多様化する不確実性の高い時代へと作用しています。

新たな時代に求められる変化に、迅速かつ柔軟に対応し、チャレンジし続けられるビジョンを描くことが重要になります。

しなやかに時代の変化に対応する基盤をつくります。

観光には、まちづくりを推進し、わくわくできる仕掛けをデザインする力があります。

まちが大きく変わろうとしている今、市民や事業者の日々の営みの積み重ねが、観光客を受け入れる土壌となり、北広島市に共感する人々とのつながりを築きます。

これが、北広島市の目指す新しい観光の姿です。

目次

第1章 第2期 観光基本計画策定の趣旨

1 計画の趣旨	3
2 計画の位置づけ	3
3 計画期間	3

第2章 第1期 観光基本計画の総括

1 総括	4
2 基本方針の成果	4

第3章 観光の現状と課題

1 北広島市の観光の課題	6
2 国内の観光の状況	7
3 北広島市の観光の状況	9

第4章 基本方針

1 基本方針	10
2 稼ぐ観光	11
3 数値目標	11

第5章 観光戦略

1 観光戦略の構成	12
2 基本施策と主な取組	
(1) 基本方針1	13
(2) 基本方針2	15
(3) 基本方針3	17

第6章 施策の推進

1 施策の推進	19
2 観光振興に係る安定的な財源の確保	19
3 推進体制	20
4 持続可能な観光	21

第7章 参考資料

1 計画策定経過	22
2 北広島市観光市民懇話会構成員名簿	23

第1章 第2期 観光基本計画策定の趣旨

1 計画の趣旨

北広島市では、平成26（2014）年4月に「にぎわいと魅力あるまち北広島」を目指し、地域資源や集客施設を生かした「都市型観光」を掲げ、4つの基本方針を柱とする第1期観光基本計画を策定し、これまで各種取組を進めてきました。

平成30（2018）年10月に、きたひろしま総合運動公園予定地が北海道日本ハムファイターズの新球場の建設地として決定したことを受け、平成31（2019）年3月に計画を改訂し、新たな観光まちづくりの推進を位置付けたところです。

令和5（2023）年3月、新球場「エスコンフィールドHOKKAIDO」を核とする「北海道ボールパークFビレッジ」（以下、「Fビレッジ」という。）が開業します。北海道のシンボルであり、本市の新たな観光コンテンツの誕生は、観光まちづくりの転換期となります。

観光は、裾野の広い産業であり、旅行業、宿泊業、飲食業、小売業、交通サービス業などに影響を及ぼす、地域への経済波及効果が高い総合産業といわれています。観光を地域の産業に進化させ、地域経済の活性化につなげていくことが求められます。

本計画は、本市を取り巻く情勢の変化に対応した観光施策の推進に向けて、今後の観光まちづくりの指針となる計画として策定します。

2 計画の位置づけ

本計画は、「北広島市総合計画（第6次）」における観光分野の個別計画として策定します。

本市の観光の目指す姿の実現に向けて、市民、民間事業者、観光関連団体、行政の共創による新たな観光まちづくりを推進します。

3 計画期間

本計画の期間は、令和5（2023）年度から令和9（2027）年度までの5年間です。

なお、総合計画前期基本計画の見直しや社会情勢の変化を踏まえ、適宜、必要な見直しを行います。

第2章 第1期 観光基本計画の総括

1 総括

本市では長く観光振興に特化した個別計画を有しておらず、総合計画に基づき、観光の振興やイベントの充実など幅広い観光政策の推進を図るとともに、商工業振興基本計画に基づく観光資源の発掘や観光商品の開発、観光情報の発信、広域・民間連携など、両計画を踏まえ、各種取組を推進してきました。

第1期観光基本計画は、総合計画（第5次）において、「観光の振興」を具現化する取組の一つに「新たに策定する観光基本計画に基づき、観光の振興を図る」ことが位置付けられ、推進計画にも新規事業として登載され、こうした経過を経て、平成26（2014）年4月に観光振興の基本的な考え方と方向を示すとともに、観光協会の活性化や観光を通じた豊かなまちづくりを目指すことを目的に計画を策定しました。

主な成果は、都市部における観光の在り方として、本市が有する個性や魅力を発揮しながら、地域資源や集客施設を生かした「都市型観光」の概念を打ち出したことだといえます。

この「都市型観光」を推進するため、任意団体であった観光協会の法人化や関係機関等との連携による都市型観光推進協議会の設置、サイクルツーリズムの展開、近隣自治体との連携など各種取組を進めてきたところであり、これにより組織体制や情報発信の強化、観光資源の有効活用、魅力ある観光基盤の構築などを図ってきたところです。

2 基本方針の成果

(1) 基本方針1（市民力を活かした観光推進力づくり）

- ・観光協会が自立した事業運営を行うため任意団体から法人化し、一般社団法人北海道きたひろ観光協会を設立
- ・観光振興に関する施策を総合的に推進するため、商工会や観光協会、宿泊、ゴルフ場、店舗、市民、学識等で構成する「きたひろしま都市型観光推進協議会」を設置、観光振興の取組に関して、様々な立場から幅広い意見交換を行う
- ・観光事業者や市民を対象に、異文化理解やホスピタリティなどインバウンド対応力などの向上を目指した研修を実施
- ・地域資源を生かした「ツール・ド・キタヒロ」を開催
- ・インバウンド受入に向けたモニターツアーなどを市単独、又は圏域の自治体との連携により実施
- ・北海道へのゴルフ観光客の誘致を進める「北海道ゴルフツーリズムコンベンション協議会」、圏域における観光客の増加を目指す「さっぽろ連携中枢都市圏観光協議会」、外国人旅行者の誘客促進に向けた「広域観光周遊促進事業」等に参画
- ・観光学部を有する大学との連携により、学生視点での観光資源の掘り起こしやターゲット層を踏まえた効果的な情報発信等の調査・研究

(2) 基本方針 2（観光資源の保全と有効活用）

- ・外国人を招聘したモニターツアー等の実施により、外国人視点での評価を行うことで、観光資源に関する魅力や課題の把握
- ・各種イベントに参加し、地元産を使った食資産の PR を実施。商工会や市内事業者では、赤毛を活用した商品開発を展開
- ・インバウンドを含めた交流人口の増加を目指した農泊の取組を推進。体験と宿泊をセットにした旅行商品のモニターツアーを実施
- ・観光パンフレットや観光情報サイト等を中心とした情報発信のほか、国指定史跡旧島松駅通所の説明では多言語での PR 動画を公開
- ・「北海道ゴルフツーリズムコンベンション協議会」に参画。平成 30（2018）年度は北広島市がホスト自治体として、東アジアや東南アジア等から旅行会社等を招聘し北海道の魅力 PR

(3) 基本方針 3（魅力ある観光基盤の構築）

- ・F ビレッジの開業により交通結節点となる JR 北広島駅には、市外から多くの来訪が想定されることから、利便性の高い観光案内等の整備を検討
- ・令和元（2019）年度・令和 2（2020）年度において、観光サービスに対する観光客のニーズ把握のため JR 北広島駅東口に臨時観光案内所を設置
- ・令和元（2019）年 10 月に民間事業者が運行するバス路線の北広島団地線が「さんぼまち・東部線」として再編

(4) 基本方針 4（効果的な情報発信）

- ・市の PR や各種イベントについて、テレビや新聞等のメディアを活用した情報発信。テレビでは、ロケ地として採用された番組もあり、メディアへの露出によりまちの PR・宣伝効果が得られた
- ・観光情報サイト「きたひろ農学校」は、シティセールスの一環として「観光」に特化した Web サイトとして平成 24（2012）年度に公開
- ・市の概要や歴史、宿泊、食事、イベント、アクティビティなどをまとめた観光パンフレットのほか、サイクルツーリズムの推進に向けたコンセプトブックやサイクリングマップを作成
- ・観光パンフレット（英語、簡体字、繁体字、韓国語）、サイクルツーリズムの推進に向けたサイクリングマップ（英語、繁体字）を多言語で作成

第3章 観光の現状と課題

1 北広島市の観光の課題

(1) 観光イメージ、観光に対する意識

北広島市は、国指定史跡旧島松駅通所や寒地稲作発祥の碑などの歴史的資産を有するものの、他の自治体に比べ観光イメージが弱く、また、強みのアクセスの良さは、市内で周遊する観光に結びつかず単一目的の通過型の観光となっています。Fビレッジ開業を機に、多彩な魅力を有するまちとして「訪れたい」を連想させるイメージづくりや効果的な情報発信が求められます。また、市民の観光に対する意識や満足度が低い^{*}といった課題もあります。観光客を迎えるためには、市民がまちを知り、まちに愛着を持つことが大切であり、それがおもてなしにつながっていくといえます。

^{*}総合計画（第6次）策定時に実施した市民意識調査における「現状の満足度・今後の重要度の偏差値」による。「地域資源を有効に活用した観光産業の充実」の満足度 36.4、重要度 45.9

(2) 潜在力や優位性を生かした施策展開

北広島市には、集客性の高い商業施設や道内有数のゴルフ環境、食と農の体験施設、北海道遺産にも選定^{*}された寒冷地における米作りを築いた歴史、広域的な自転車道など、多様な魅力が存在しますが、観光資源としての発信の弱さ、他地域との差別化が図られておらず、北広島市として連想されるものが少ないといえます。コンテンツの訴求など、効果的な観光資源の活用や発信の充実が求められます。

^{*}令和4（2022）年10月13日に“北海道米のルーツ「赤毛米」”が北海道遺産に選定（NPO法人北海道遺産協議会）

(3) 観光基盤の整備

北広島市には、観光案内や観光サービスの提供に特化した機能がないなど、観光客の円滑な移動や利便性を高める観光基盤が不足しています。特に、観光案内所は、人・情報が集積する交流拠点であり、本機能を設けることで、観光客の消費動向やニーズの把握につながり、それらを踏まえた観光施策の展開が可能になることから早期の整備・充実が求められます。また、交通結節点となる JR 北広島駅からの二次交通の充実も課題といえます。

平成30（2018）年の北海道胆振東部地震では、外国人観光客への情報提供など、災害時における対応が課題となりました。

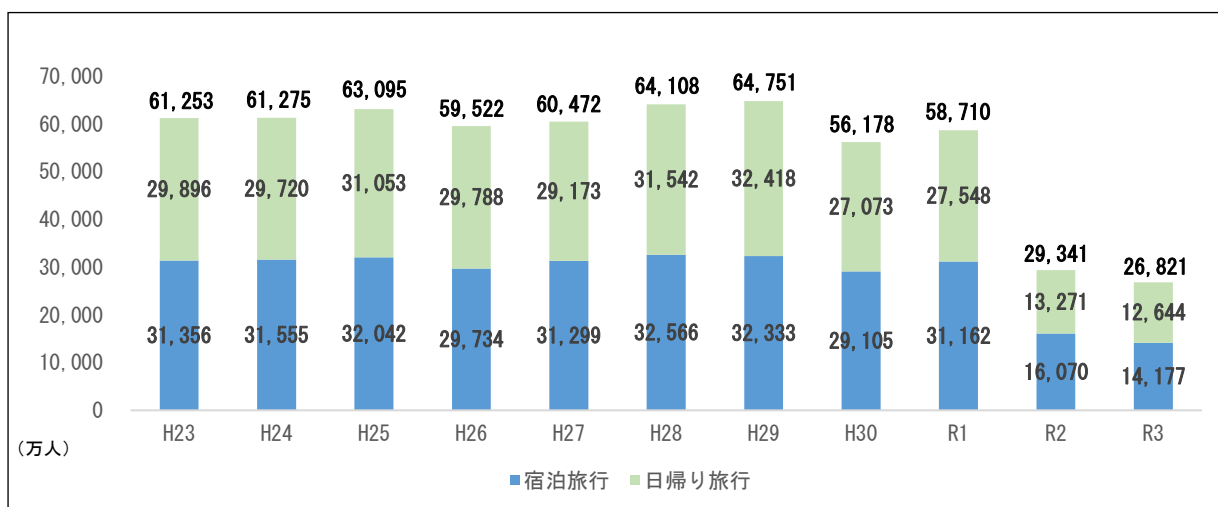
(4) 観光を基軸としたプラットフォームの形成

令和5（2023）年のFビレッジ開業により北広島市がダイナミックに変貌する機会を好機に、観光を軸に多様な関係者が連携を深めることで、地域が誇れる観光ブランドの創出が期待されます。交流人口や関係人口の動向に影響を与え、地域経済の活性化や雇用の創出、市民の満足度向上など、北広島市が目指すまちづくりの具現化を図るため、観光まちづくりを積極的に推進する必要があります。

2 国内の観光の状況

(1) 日本人国内延べ旅行者数

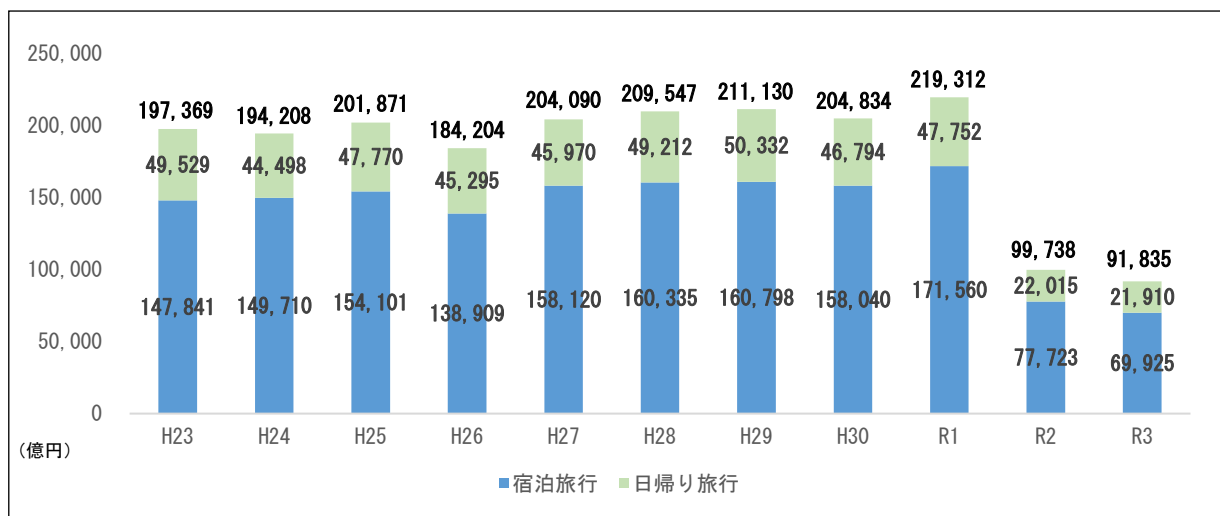
平成 26 (2014) 年は消費税引き上げの影響により落ち込みましたが、平成 29 (2017) 年までは増加傾向にあります。平成 30 (2018) 年は豪雨や地震等の災害が相次ぎ各観光地に影響を及ぼしました。令和元 (2019) 年は台風の影響等による減少があったものの、ゴールデンウィークが大型連休となったことなどにより、旅行者数は前年から増加しました。令和 2 (2020) 年・令和 3 (2021) 年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに大きく減少しています。



(出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

(2) 日本人国内旅行消費額

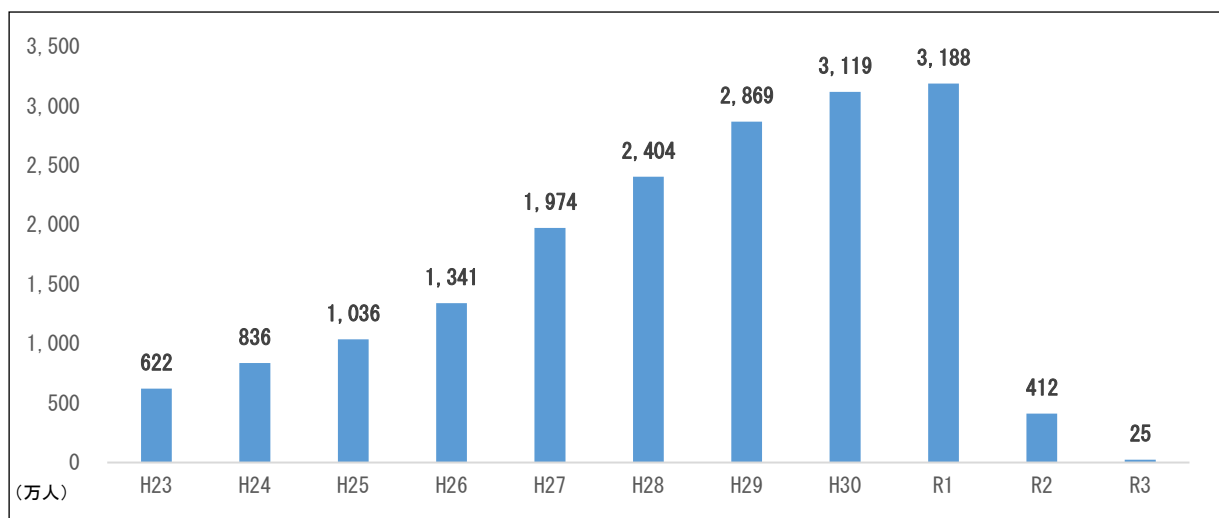
日本人国内延べ旅行者数の推移と同様に、平成 26 (2014) 年は消費税の引き上げの影響により落ち込みましたが、平成 29 (2017) 年までは増加傾向にあります。令和元 (2019) 年は旅行者数の増加を受け、宿泊旅行、日帰り旅行ともに増加しましたが、令和 2 (2020) 年は新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに半減し、対前年比 54.7%の減となっています。



(出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

(3) 訪日外国人旅行者数

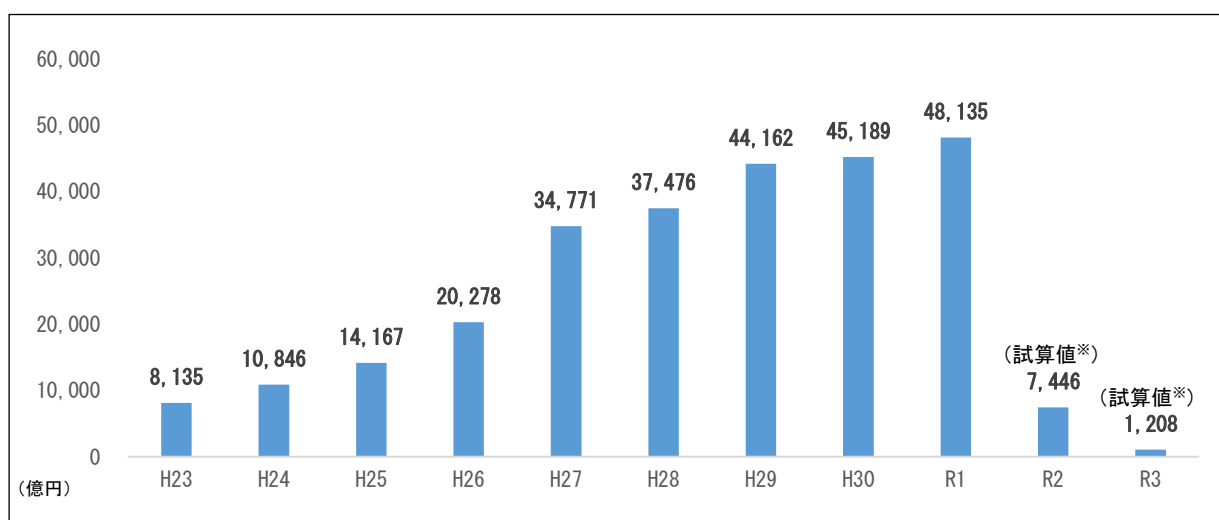
令和元（2019）年までは、ビザの緩和や消費税免税制度の拡充、受入環境の整備、プロモーション等により、過去最高を更新しました。令和2（2020）年・令和3（2021）年は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、水際対策の強化・継続により大きく減少し、令和2（2020）年は対前年比87.1%の減となっています。



（出典：国土交通省「観光白書」）

(4) 訪日外国人旅行消費額

訪日外国人旅行者数の推移と同様に、令和元（2019）年までは増加傾向にあります。これは、1人当たり旅行支出が比較的高い傾向にある中国や欧米豪の訪日外国人旅行者数が堅調に伸びたことが要因に挙げられます。令和2（2020）年は新型コロナウイルス感染症の影響により、対前年比84.5%の減となっています。



（出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」）

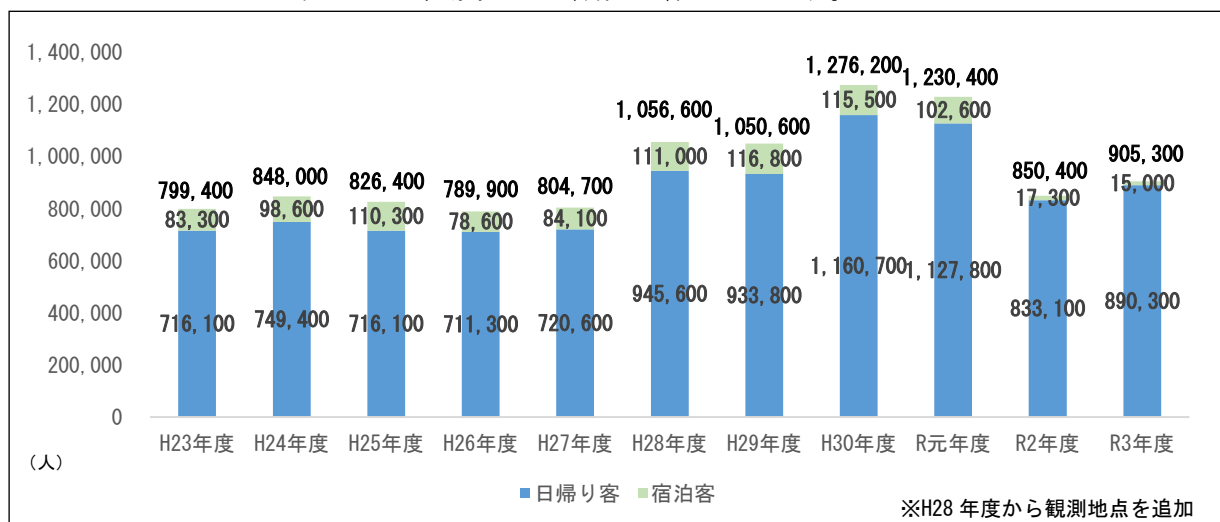
※令和2（2020）年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4月～12月期の調査を中止しているため、1月～3月期の全国調査の結果を用いて値を試算。令和3年についても、1月～9月期の調査が中止のため、10月～12月期の全国調査の結果等を用いて値を試算

3 北広島市の観光の状況

(1) 観光入込客数

令和元（2019）年度に北広島市を訪れた観光客は123万人で、日帰り客が92%、宿泊客が8%となっています。施設別に見ると、ゴルフ場41.3万人、グリーンツーリズム施設23.1万人、宿泊施設20.6万人、ふるさと祭りなどの夏季イベント12.8万人となっています。

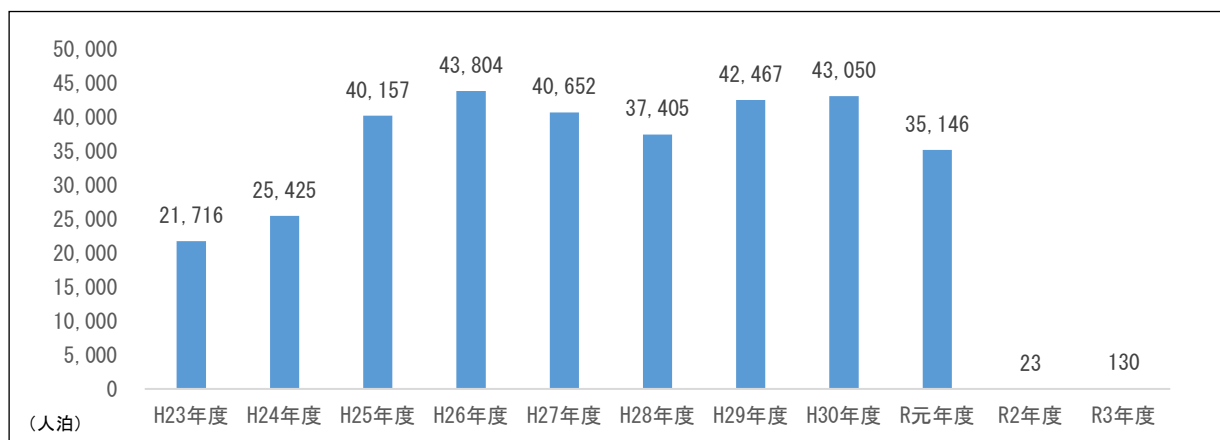
平成30（2018）年は、北海道胆振東部地震のほか、全国的に災害が相次ぎ発生し、観光客の動向に影響を与え本市においても同様の傾向となっていますが、同年度より観測地点を追加したことから見かけ上、観光入込客数は増えています。



(出典：北海道「北海道観光入込客数調査報告書」)

(1) 訪日外国人宿泊者数（延べ人数）

令和元（2019）年度の訪日外国人の宿泊者延べ人数は35,146人で、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、対前年比18.7%の減となっています。国・地域別では、中国などアジア圏の観光客が多い状況です。令和2（2020）年度・令和3（2021）年度は、世界的な感染拡大による入国制限等により大きく減少しています。



(出典：北海道「北海道観光入込客数調査報告書」)

第4章 基本方針

北広島市の観光の目指す姿を実現するための基本方針を、次のとおり定めます。

1 基本方針

基本方針1 ー市民と観光客が幸せを実感する、観光まちづくりー

観光振興は、観光客が増えることで域内での消費拡大や賑わいの創出など、経済的な効果を得ることが目指す方向の一つとなりますが、この視点だけでは、本質的な魅力や価値の提供には不十分と考えます。そこに、地域住民の思いや関わりが加わることで持続的かつ魅力的な観光まちづくりにつながります。

観光の主体としての市民が、まちの魅力を発見・享受し、まちを学び、まちを楽しむ、こうした市民の存在感が観光客を迎える基盤になります。市民一人ひとりがおもてなし力を高め、地域の魅力を効果的に発信するなど、主体的に活躍できる土壌を創出します。

基本方針2 ー多様な掛け合わせが織りなす、新たな価値の創造ー

北広島市には、歴史・自然資産、温泉、ゴルフ、グリーンツーリズムなど魅力的な観光資源があり、観光事業者の取組が市の観光を支えています。こうした個の取組に加え、観光事業者や観光団体、他市町村との連携により全体としての広がりを持つことで、観光客を引き付ける力が高まるといえます。

F ビレッジの開業は、観光団体や観光事業者にとっては、新たな商品開発や市場開拓など、事業活動をより活性化させる好機となります。集客性の高いF ビレッジと多様な機会を結び付けるストーリー性の展開や観光資源の組み合わせにより、新たな価値を創り上げます。

基本方針3 ー時代の変化にしなやかに対応する、戦略的観光の推進ー

近年、あらゆる産業分野においてデジタル技術が急速に進展しており、情報収集としてインターネットやSNSが多用されているほか、AR（拡張現実）やVR（仮想現実）による仮想空間体験といった新たなデジタルコンテンツも生まれるなど、観光分野においても先進的な技術を取り入れた施策展開が求められています。

デジタル技術を活用した、これまでの概念に捉われない新たな観光コンテンツ・価値の創出や、魅力的な情報発信など観光への活用の検討を進めます。

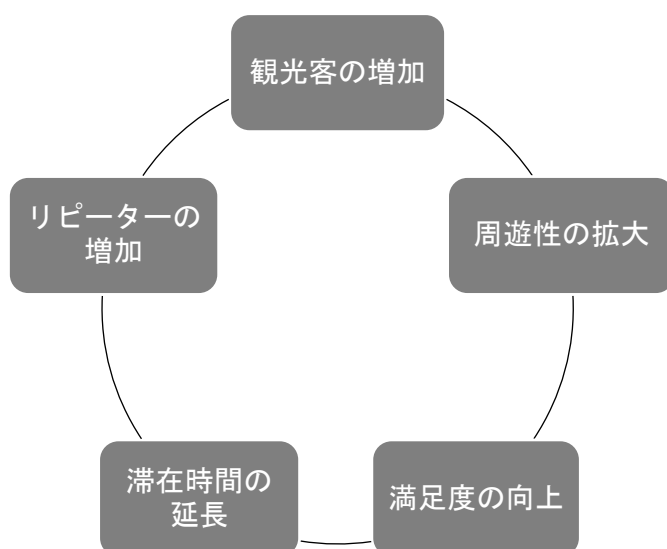
また、各種データ収集・分析など、情報基盤をベースとした観光戦略の提案、プロモーションの展開など、データを活用した観光を推進します。

2 稼ぐ観光

観光は、観光客による消費、観光事業者における雇用の創出、交流・定住の促進など、多方面でまちづくりへの波及効果が期待されます。特に地域への経済効果や域内での経済循環など、稼ぐ観光の視点を持つことで持続性と成長性のある観光まちづくりが可能になるといえます。

本計画の推進にあたっては、稼ぐ観光の実現に向けて、次の5つの視点を踏まえ各種事業を検討・実施します。

【稼ぐ観光の実現に向けた5つの視点】

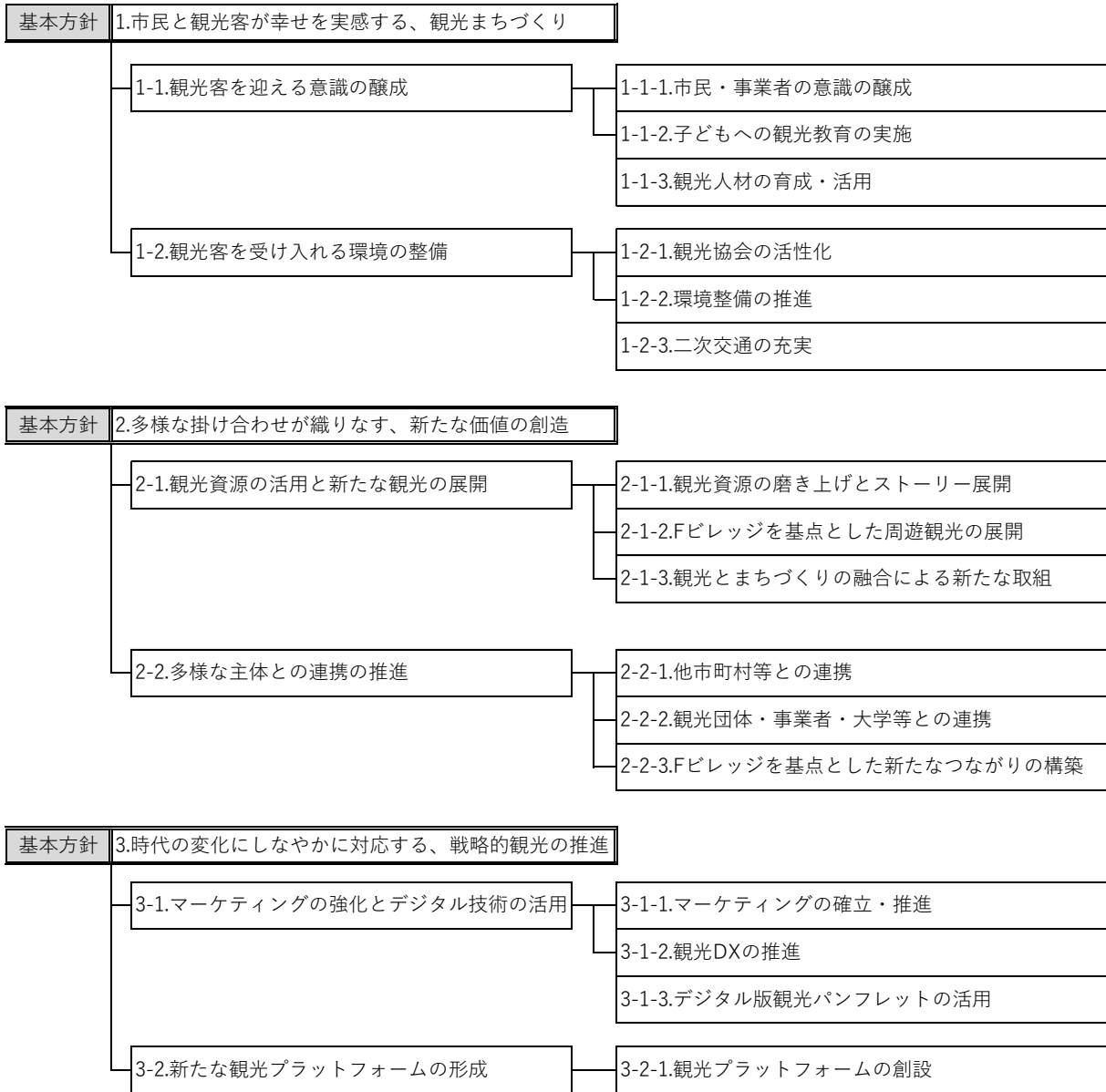


3 数値目標

項目	基準値（令和元年度）	目標（令和9年度）
観光入込客数	123万人	300万人
市民満足度	50.9%	70.0%
来訪者満足度	—	80.0%

第5章 観光戦略

1 観光戦略の構成



稼ぐ観光の実現に向けた5つの視点 ①観光客の増加 ②周遊性の拡大 ③満足度の向上 ④滞在時間の延長 ⑤リピーターの増加

2 基本施策と主な取組

【基本方針1】－市民と観光客が幸せを実感する、観光まちづくり－

●基本施策 1-1 観光客を迎える意識の醸成

Fビレッジの開業により、市外から多くの観光客が訪れます。市民や事業者の観光客を迎える気持ちが、北広島市の魅力となり、観光客やリピーターを増やすことにつながります。市民や事業者の意識の醸成、観光に関わる機会の提供など、市民主体の観光の取組を推進します。

取組	概要（事業推進イメージ）				
1-1-1 市民・事業者の意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> 市民や事業者が、まちを知り、自分の言葉でその魅力を伝えられることが、観光客を迎える大切な要素となります。 まちの歴史や自然、食など、地域の魅力に触れるイベントや、おもてなしに関する研修会等の開催により、観光客を迎える意識を醸成します。 				
[取組の主体等*] 主体/市民・民間・協会・行政	R5	R6	R7	R8	R9
	検討・実施			実施	
	→			→	→
1-1-2 子どもへの観光教育の実施	<ul style="list-style-type: none"> 観光教育は、地域の歴史や文化、魅力を再発見する機会となり、地域への愛着を育むことが期待されるほか、観光と通じた持続可能な社会を学ぶことにもつながります。 楽しみながら観光の意義や地域の発見など、実践的なプログラムの提供とともに、学びを表現できるガイド等の機会の提供を検討します。 				
[取組の主体等] 主体/市民・民間・協会・行政	R5	R6	R7	R8	R9
	検討		実施	実施	
	→		→	→	→
1-1-3 観光人材の育成・活用	<ul style="list-style-type: none"> 観光は、観光客を受け入れる市民の主体的な関わりが魅力ある地域づくりに寄与します。 環境美化活動といった身近な生活空間での取組、より観光客やイベント等と接点を持つボランティアや体験観光に関するガイドの育成と活用を推進します。 				
[取組の主体等] 主体/市民・民間・協会・行政	R5	R6	R7	R8	R9
	検討・実施			実施	
	→			→	→

※取組の主体等の「民間」は、商工会や観光事業者、民間事業者を、「協会」は観光協会を指します

●基本施策 1-2 観光客を受け入れる環境の整備

地域資源の磨き上げや新たな観光コンテンツの開発、観光客の受け入れに向けた環境整備にあたっては、観光振興の中核となる観光協会の活性化や、個々の事業者の取組など、地域全体としての面的な対応と強化が求められます。外国人観光客の回復を見据え、安全・安心な旅行環境の構築に向けた情報発信、観光基盤の整備など受入環境の充実を図ります。

取組	概要（事業推進イメージ）				
1-2-1 観光協会の活性化	<ul style="list-style-type: none"> 観光協会は、自主自立的な事業を展開し、観光事業者や各種団体、近隣市町村など多様な関係者と連携強化を図り、F ビレッジと観光事業者をつなげる中間的な役割が期待されます。 観光協会の活性化を図るため組織や人材など運営基盤の強化に向けた支援を継続します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/協会、連携/行政 				
1-2-2 環境整備の推進	<ul style="list-style-type: none"> F ビレッジの開業により、来訪者が増加することが見込まれます。利便性や満足度、安全性、ニーズを踏まえたサービスの提供が継続的な訪問意欲に影響します。 観光客との接点となる観光拠点の充実、事業者における多言語化や人材教育など観光客の受入に向けた取組への支援のほか、災害時における情報発信等について環境整備を進めます。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政 				
1-2-3 二次交通の充実	<ul style="list-style-type: none"> 交通結節点となる JR 北広島駅から市内各所への交通アクセスの選択肢が少ない現状にあります。 自家用車を利用しない来訪者の周遊性を高めるため、自転車やタクシー、レンタカー、観光事業者等と連携した新たな移動手段の検討など、観光客の利便性の向上に取り組みます。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政 				

【基本方針2】－多様な掛け合わせが織りなす、新たな価値の創造－

●基本施策2-1 観光資源の活用と新たな観光の展開

観光の魅力は、観光資源の組み合わせにより、新たな価値として観光資源を提供できることにあります。集客性の高いFビレッジと多様な機会（健康、スポーツ、温泉等）との掛算も付加価値を高めます。また、観光には、まちの課題を解決する、まちをデザインする大きな可能性があります。まち全体を俯瞰した様々な分野に波及する取組を進めます。

取組	概要（事業推進イメージ）				
2-1-1 観光資源の磨き上げとストーリー展開	<ul style="list-style-type: none"> 観光客に訴求する観光資源を持続的に提供するためには、観光資源の価値を最大限に高め、訪れたいくなる特別感（他地域との差別化、島松沢の価値等）を創出・活用することが必要です。 観光資源の磨き上げや取組の重層化、ストーリー性など本市の魅力の高付加価値化を図ります。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政	検討・実施			実施
2-1-2 Fビレッジを基点とした周遊観光の展開	<ul style="list-style-type: none"> Fビレッジを目的地に道内外から多くの来訪が見込まれますが、観光客がFビレッジに留まるだけでは観光まちづくりに課題を残します。 Fビレッジを基点としながら、市内各所、さらには近隣自治体を含めた域内周遊や滞在の促進など、Fビレッジを活用した波及性の高い周遊観光への取組を推進します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政	検討・実施			実施
2-1-3 観光とまちづくりの融合による新たな取組	<ul style="list-style-type: none"> 観光は、ボランティア等による社会参加、移動を支える公共交通、農業・商業の振興、歴史や自然の学び、Fビレッジなどまちづくりの様々な分野と関連があります。 北広島市を生きた学びや体験の素材として、地域課題の解決や交流人口の拡大、教育的視点から学びの提案につながる取組を検討します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政 連携/市民	検討		実施	実施

●基本施策 2-2 多様な主体との連携の推進

観光振興は、その取り組みが相乗効果を生み、地域の吸引力として観光客に訴求するためには、連携が一つのキーワードになります。広域的な連携によるスケールメリットを生かしたプロモーション、市内の観光団体・事業者同士の連携など、多様な主体の参画により地域の観光基盤の強化を図ります。

取組	概要（事業推進イメージ）				
2-2-1 他市町村等との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道のシンボルとなるFビレッジが開業し、市内外への波及や活性化が期待される中、所在自治体として他の自治体を巻き込む主体的かつ能動的な立場での役割が求められます。 ・近隣自治体の魅力ある観光地と、本市の観光資源を結び付けインバウンドを含めた幅広い観光客の誘客の相乗効果を図るため、国や北海道、自治体等との連携した取組を継続します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/協会・行政 				
2-2-2 観光団体・事業者・大学等との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響により、これまでの価値観とは異なる観光まちづくりが求められています。 ・ワーケーション*や体験観光の価値の変化など、観光トレンドを踏まえた観光商品の開発や新たなビジネスモデルの構築を若い世代を含めた多様な主体との連携により推進します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政 連携/市民 				
2-2-3 Fビレッジを基点とした新たなつながりの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・Fビレッジの開業は、これまで関わりの少なかった地域や事業者との新たな関係を築き、本市に好影響をもたらす機会となります。 ・観光団体等との連携による道外へのプロモーションや、新たな事業者とのつながりなど、交流人口や関係人口の拡大に向けた取組を進めます。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政 連携/市民 				

*ワーケーションは、ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語。長期休暇の取得とテレワークによる仕事の生産性を両立する新しい働き方

【基本方針3】－時代の変化にしなやかに対応する、戦略的観光の推進－



●基本施策3-1 マーケティングの強化とデジタル技術の活用

観光客の誘客への取組は、観光協会や観光団体、行政など提供側の視点だけではなく、観光客など享受側の視点を持つことが、観光客が求める観光サービスや情報の提供につながります。また、体験価値やサービスの向上を図るための手段として、デジタル技術を活用した観光DXの取組を推進します。

取組	概要（事業推進イメージ）				
3-1-1 マーケティングの確立・推進	<ul style="list-style-type: none"> 観光客や消費額を増やすためには、観光客の属性や消費動向などデータ収集と分析が重要であり、客観的なデータを踏まえたターゲット設定や観光サービスの提供が求められます。 観光客の流動や消費動向の把握とともに、インターネットやSNSなどデジタルマーケティングを強化し、観光事業者との共有など、得られた成果を施策や事業活動に反映します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政	検討 →	実施 →		実施 →
3-1-2 観光DXの推進	<ul style="list-style-type: none"> 観光DX（デジタルトランスフォーメーション）は、単にIT活用による業務効率や利便性の向上に留まるものではなく、デジタル技術を観光資源と組み合わせることで新たな付加価値を生み出す機会になります。 観光客の満足度向上と新たな価値体験につながる観光DXの在り方や方向性を検討します。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政	検討 →	実施 →		実施 →
3-1-3 デジタル版観光パフレットの活用	<ul style="list-style-type: none"> 観光客の情報収集としてインターネットやSNSが多用されており、特にスマートフォンの活用を踏まえた観光客への情報発信が求められます。 SNSを活用した情報発信に加え、従来の紙媒体にデジタル要素を付加したデジタル版観光案内を作成し、汎用性を高めます。 				
	R5	R6	R7	R8	R9
	[取組の主体等] 主体/民間・協会・行政 連携/市民	実施 →			実施 →

●基本施策 3-2 新たな観光プラットフォームの形成

F ビレッジの開業は、本市の観光の在り方、まちの在り方を大きく変化していくことを示唆しています。人が集い、つながり、様々なチャレンジが生まれる機会となり、観光事業者にとっては、事業価値を高める機会になります。市民や各種団体、事業者など地域の多くの関係者を巻き込む連携した枠組みを構築します。

取組	概要（事業推進イメージ）				
3-2-1 観光プラットフォームの創設	<ul style="list-style-type: none"> ・観光は、域外から人を呼び込み、地域に消費効果を得ること、それにより市民の暮らしが豊かになることを目指しています。 ・観光を軸に、地域への投資を呼び込み、域内での利益を生む仕組み、持続的な観光まちづくりを進めるため、地域の多様な主体が連携する実効性ある枠組みを検討します。 				
主体/民間・協会・行政 連携/市民	R5	R6	R7	R8	R9
	検討 			実施 	

【事業推進の考え方】

総合計画における前期基本計画（令和3（2021）年度～令和7（2025）年度）の計画期間での取組を基本とし、令和8（2026）年度・令和9（2027）年度は、令和7（2025）年度の実施取組等を踏まえた記載としています。

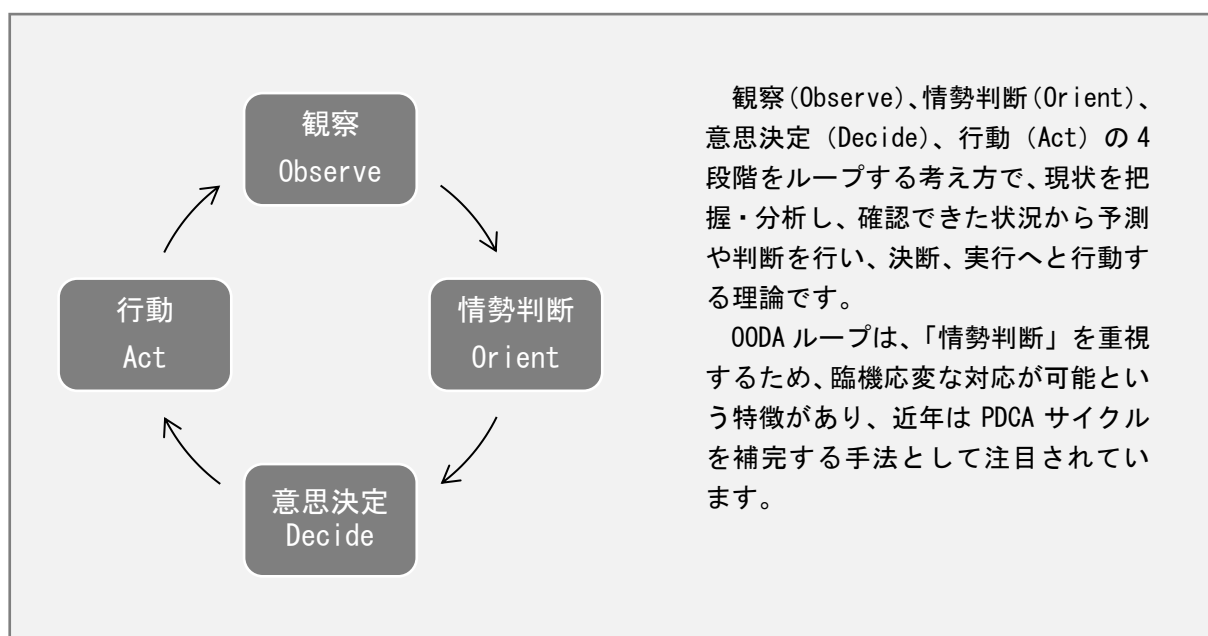
第6章 施策の推進

1 施策の推進

本計画を着実に推進するためには、新型コロナウイルス感染症の感染拡大やデジタル技術の急速な進化など、観光を取り巻く環境が大きく変化していることを十分に認識した上で、施策展開を心掛ける必要があります。

計画の推進にあたっては、進行管理の手法であるPDCAサイクル「計画(Plan)・実行(Do)・評価(Check)・改善(Action)」に加えて、社会情勢の変化に柔軟に対応しスピード感を持って各事業の実施、意思決定を図るため、その手法であるOODAループの考え方を取り入れます。

【OODA（ウーダ）ループ】



2 観光振興に係る安定的な財源の確保

F ビレッジの開業により、年間300万人の来訪者が見込まれるなど、本市の観光を取り巻く状況が大きく変化していく、そうした局面を迎えます。安全で魅力的な観光まちづくりを進めるため、将来にわたる安定した持続性のある観光財源の確保に向けて、他自治体の事例も参考にしながら慎重に検討を進めます。

3 推進体制

観光施策の推進にあたっては、市民、民間事業者、観光関係団体、行政がそれぞれの役割を明確にして、各主体の共創により効果的な事業推進を図ります。

各主体の役割を次のとおり整理します。

(1) 市民の役割

市民は、観光まちづくりにおいて最も大切な役割を有します。本市への観光客、あるいは、まちを応援していただける方を増やすためには、市民がまちに関心を持つこと、自分の言葉でまちの魅力を発信できることが大切であり、それがホスピタリティにつながるといえます。

市民は、本市の観光まちづくりを支えているという意識を持ち、市内の観光資源に触れたり、各種イベントやボランティアに参加したりするなど、主体的な関わりが求められます。

(2) 民間事業者の役割

交通、飲食、宿泊等の観光事業者は、観光客と接する機会が多く、その対応が北広島市の印象に影響します。アフターコロナでは、インバウンドの回復も期待されることから、異文化に対する理解を深め、ホスピタリティの意識を持ち、サービスを提供することが求められます。

また、多様な主体と連携しながら観光サービスの提供や観光で稼ぐ力を高めます。

(3) 観光関連団体の役割

観光客のニーズが多様化する中、特に観光協会の果たす役割は重要です。観光協会は組織の活性化を進めるとともに、市民や民間事業者、観光関係団体、行政と連携を取りながら観光振興の中核的な役割を担い、本計画を推進することが求められます。

また、観光協会は、地域経済・産業の活性化を図るため、幅広い観光関連団体や民間事業者との結びつきを築くとともに、各種媒体を活用した観光情報の発信、プロモーションの展開を図ります。

(4) 行政の役割

市は、観光振興に関する計画を策定し、市民や民間事業者、観光関係団体との共創により、計画に基づく各種施策を推進するとともに、財源確保の視点も持ちながら、各主体の取組を支援します。

また、国や北海道、近隣自治体との連携を図り、広域的な視点での観光施策の取組を推進します。

4 持続可能な観光

平成 27（2015）年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」（SDGs : Sustainable Development Goals）は、貧困や飢餓の撲滅、教育、ジェンダーの平等、クリーンエネルギーの普及、経済成長、環境保全、平和構築など、17 の目標と各目標に紐づく 169 のターゲットからなり、2030 年までの達成を目指しています。

特に経済成長と雇用に関する「目標 8」、消費と生産に関する「目標 12」、海洋資源に関する「目標 14」の 3 つの目標には、観光の役割が明記されたターゲットが設定されていますが、国連世界観光機関（UNWTO）は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」旨、宣言しています。

（出典：観光庁 持続可能な観光ガイドライン）



第7章 参考資料

1 計画策定経過

(1) 観光基本計画の振り返り

第2期観光基本計画の策定にあたり、第1期観光基本計画の実施状況や効果、今後の課題等を報告書として取りまとめました。

- ・報告時期：令和4（2022）年3月

(2) 観光事業者等への調査

観光に関わる事業者や団体等を対象として、本市の観光を取り巻く現状や課題、観光政策の推進方策等について考えや意向等を把握することを目的に実施しました。

調査は、当初、対面によるヒアリングを予定していましたが、新型コロナウイルス感染症の感染が拡大している状況を踏まえ、書面に替え実施しています。

- ・調査時期：令和4（2022）年1月24日～3月25日
- ・調査対象：観光団体、ゴルフ場、グリーンツーリズム施設、商業施設等（24事業者）
- ・調査項目：観光の現状と課題、観光まちづくりの推進、ボールパーク開業を踏まえた観光の取組、観光客に響き集客につながるまちの魅力、官民の役割分担

(3) 北広島市観光市民懇話会

北広島市の目指すべき観光まちづくりの方向性や取組等について意見交換を行いました。

- ・構成員：9名（市内の団体等から選出6名、学識経験者1名、公募2名）
- ・オブザーバー：2名

第1回 令和4（2022）年6月7日 座長の選出、懇話会の運営、意見交換等

第2回 令和4（2022）年7月6日 意見交換（観光資源を生かした取組、人材育成等）

第3回 令和4（2022）年7月21日 意見交換（連携、情報発信等）

第4回 令和4（2022）年9月28日 意見交換（観光の目指す姿、取組の方向性等）

2 北広島市観光市民懇話会構成員名簿

【構成員】

氏名	所属団体等
工藤 功治	北広島商工会 振興課長
仲野 邦廣	一般社団法人北海道きたひろ観光協会 事務局長
佐藤 学	一般社団法人札幌ゴルフ倶楽部 輪厚コース 支配人
菊田 英傑	三井アウトレットパーク札幌北広島 所長
堀 昌文	ホクレン農業協同組合連合会 くるるの杜 所長
宮崎 泰一	札幌北広島クラッセホテル 営業推進室マネージャー
吉田 和彦	札幌国際大学観光学部 教授
丹治しのぶ	公募市民
横山 裕則	公募市民

【オブザーバー】

氏名	所属団体等
小林 兼	株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテイメント 事業統轄本部 事業企画部 部長
柳下 堅志	株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテイメント 事業統轄本部 コンシューマー&リレーション統括部 地域連携・アカデミー部 部長

第2期北広島市観光基本計画（案）

令和 年（ 年） 月 日

■発行：北広島市

〒061-1192 北広島市中央4丁目2番地1

電話 011-372-3311（代表）

■編集：経済部観光振興課