

自然を生かした 北海道活性化

札幌大学 武者ゼミナール C班

神田橋浩一郎
伊藤竜雅

田中誉也
牧野裕希

芹田愛弓
笹山勇貴

目次

0. テーマ選択理由
1. 北海道における観光の現状と問題
2. 先行事例と北海道での例
3. 新しい観光スタイル
4. まとめ

0. テーマ選択理由

- ①北海道の魅力はそれぞれが関連性をもっており、
その**中心にあるのが「自然」**であると考えた
- ②**自然と観光は相性が良く**、観光業は非常に大きな
経済効果をもっている
- ③**北海道全体での地域活性化が必要**

地域活性化とは

地域活性化

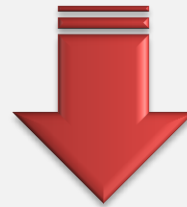
居住人口増加

他地域交流

外貨獲得 雇用創出

地域文化振興

交流人口増加

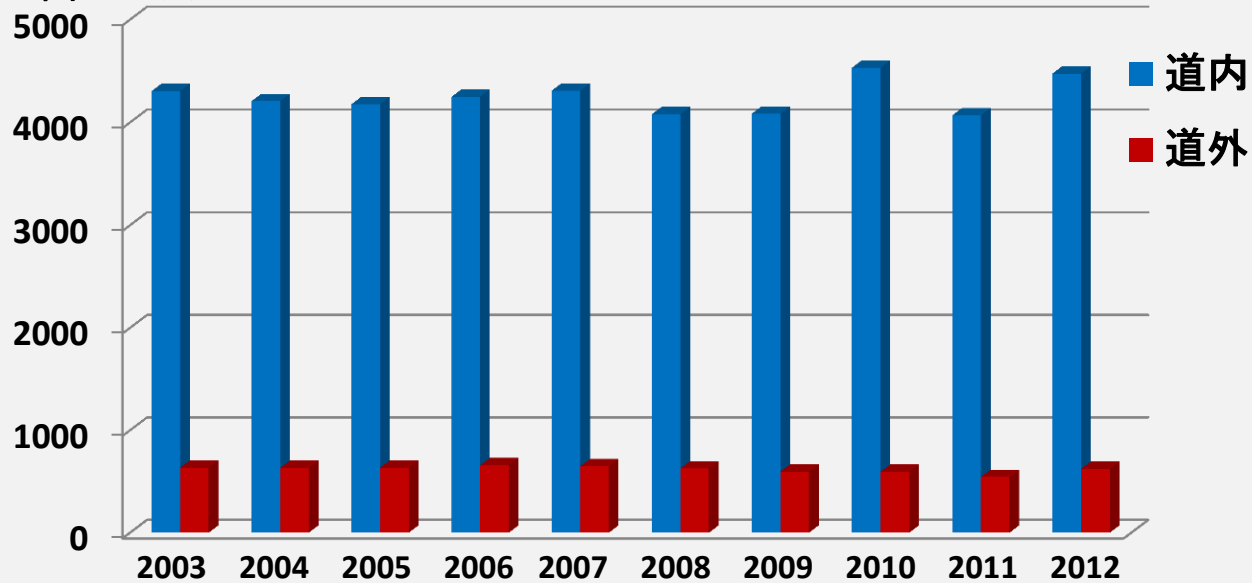


☆道内観光客の観光消費額の増加

1.北海道における 観光の現状と問題

年間観光客入込数

単位:万人

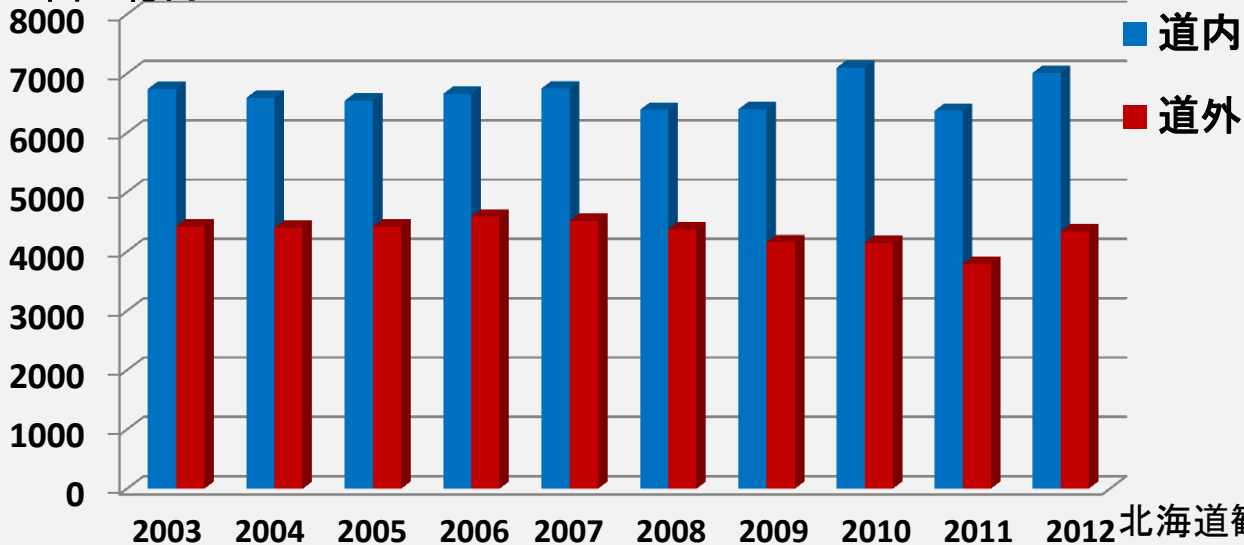


年間観光客入込数・観光消費額ともに道内客の方が上だが、観光客入込数の90%は道内客と大きな差があるのに対し、観光消費額は観光客入込数ほど大きな差がない



年間観光消費額

単位:億円



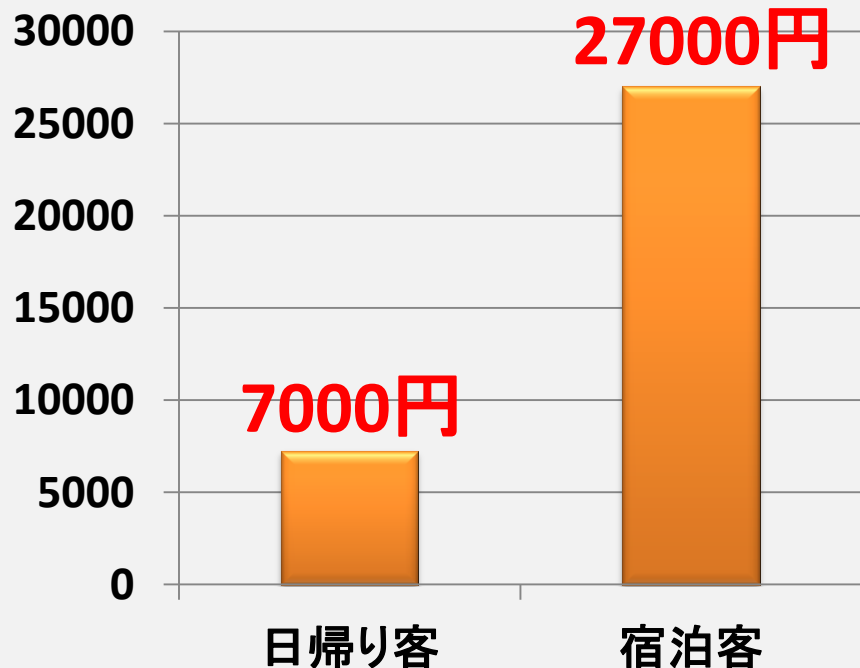
道内客は道外客よりも、1人当たりの観光消費額が低い!!!

数値にすると、道内客は約13000円、道外客は約7000円となる。

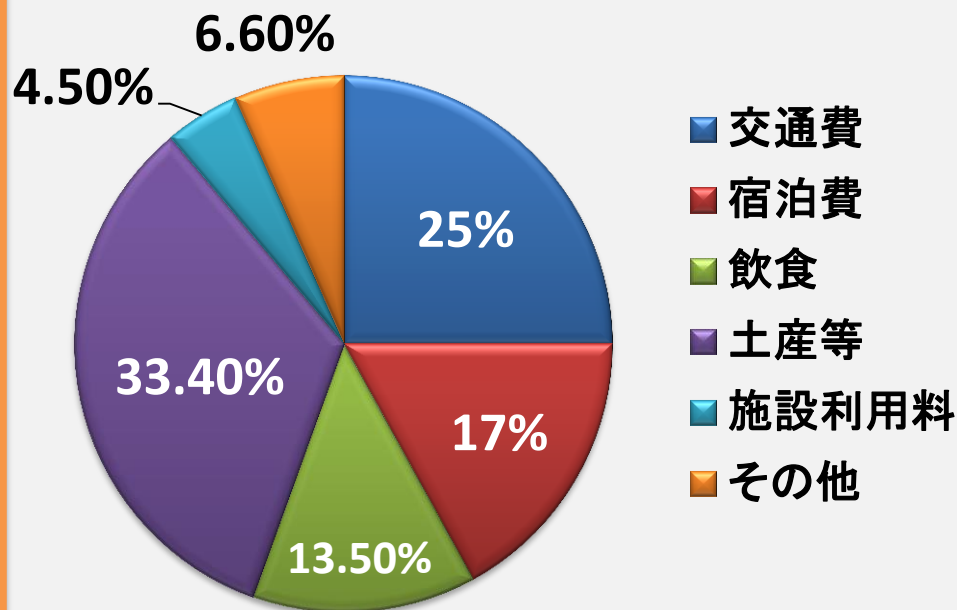
観光消費額内訳

道内客の観光消費額の1人辺りの平均は、日帰り客は約7000円・宿泊客は約27000円となっております。観光消費額の多くを交通費や宿泊代が占めている。

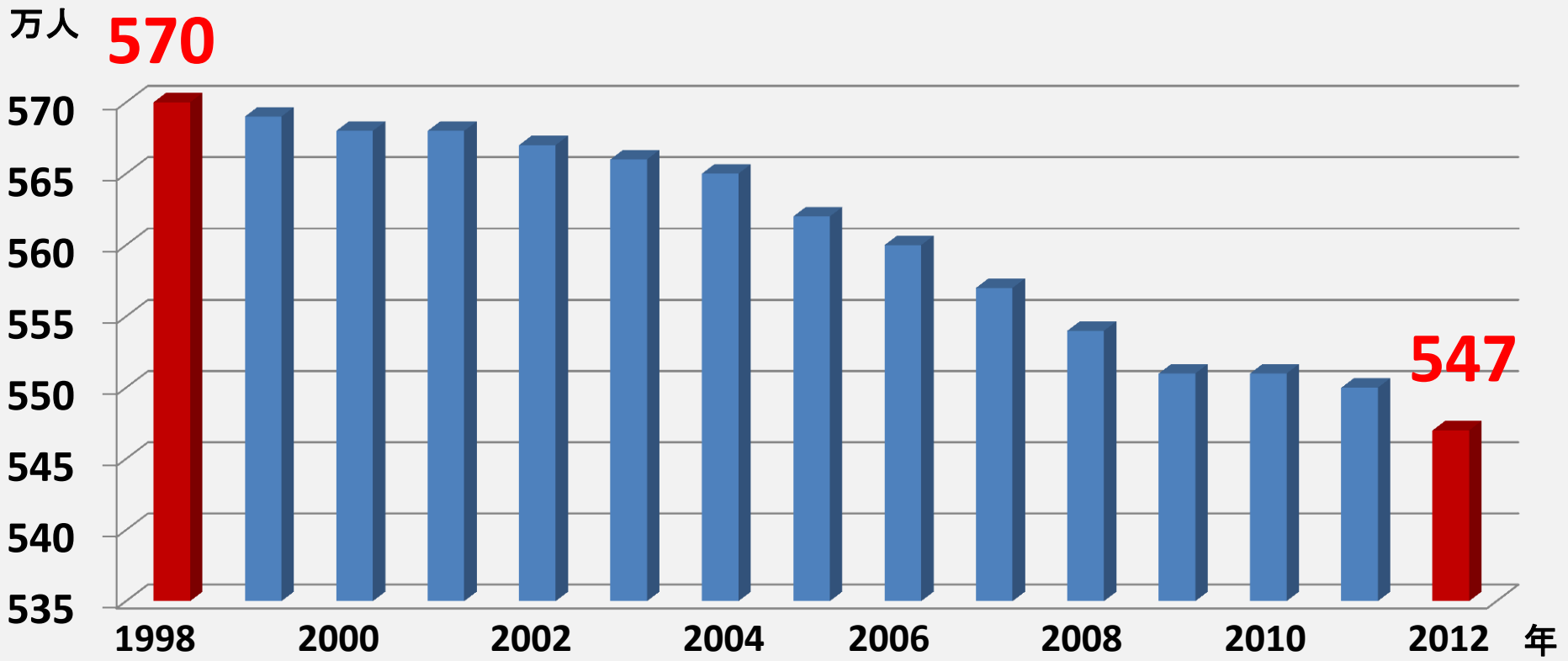
日帰り・宿泊別観光消費額



道内客観光消費額内訳



北海道人口推移グラフ



北海道の人口は1998年から2012年までの**15**年間で約**23万人**減少しており、**2035年には424万人**まで減少すると予測されている。

- ・北海道の観光客入込数の90%は道内客
- ・マクロの消費総額では道内客が多いものの、一人当たりの観光消費額は非常に少ない
- ・北海道から道外への人口流出が進んでいる



- ・圧倒的な数の道内客を活かしきれていない
- ・このまま人口流出が続くと、北海道の観光は致命的な痛手を受ける

2. 先行事例と北海道の例

・道内客の観光消費額の増加

→観光消費額が低い分上げる余地が残っている上に、人数が多いため1人当たりの増加額が少なくても効果が大きい

・新しい観光スタイルの促進

→観光客の動向にも変化が生じているため、それに合わせた新たな観光スタイルが必要

観光消費額を増加させるには

観光消費額の増加

1人当たりの
消費額を増やす

入込人数を増やす

消費を促す
コンテンツ

値上げ

魅力の根幹は「自然」

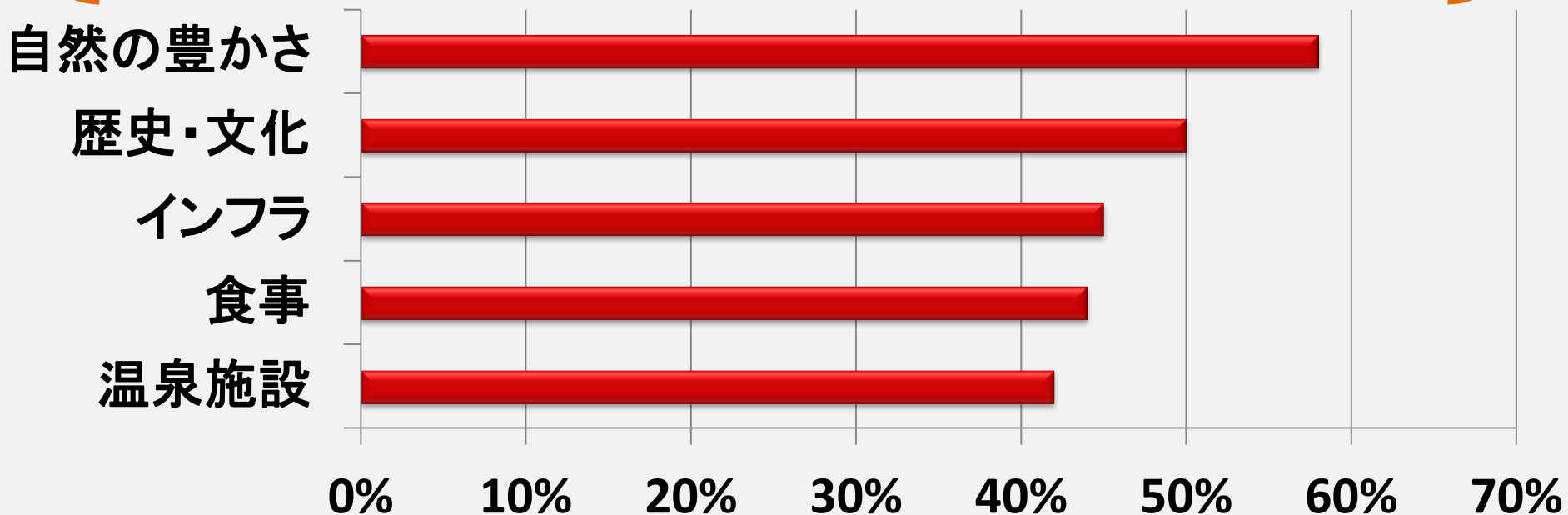
美味しい食べ物は多種多様な動植物や豊富な資源に支えられ、それらはまた広大な土地や変化に富んだ四季に支えられている。

そして、それらの根底には**豊かな自然環境**があると言える。



国内旅行先選択基準アンケート

国内旅行の選択基準は「自然の豊かさ」が1位になっており、自然に対する関心、興味が高いことがわかる。



観光においては自然は お金にならない？

自然観光資源

動植物 自然現象 天体
気候 テーマ性 自然公園



そこに行くだけ、
いるだけで楽し
めるものが多い



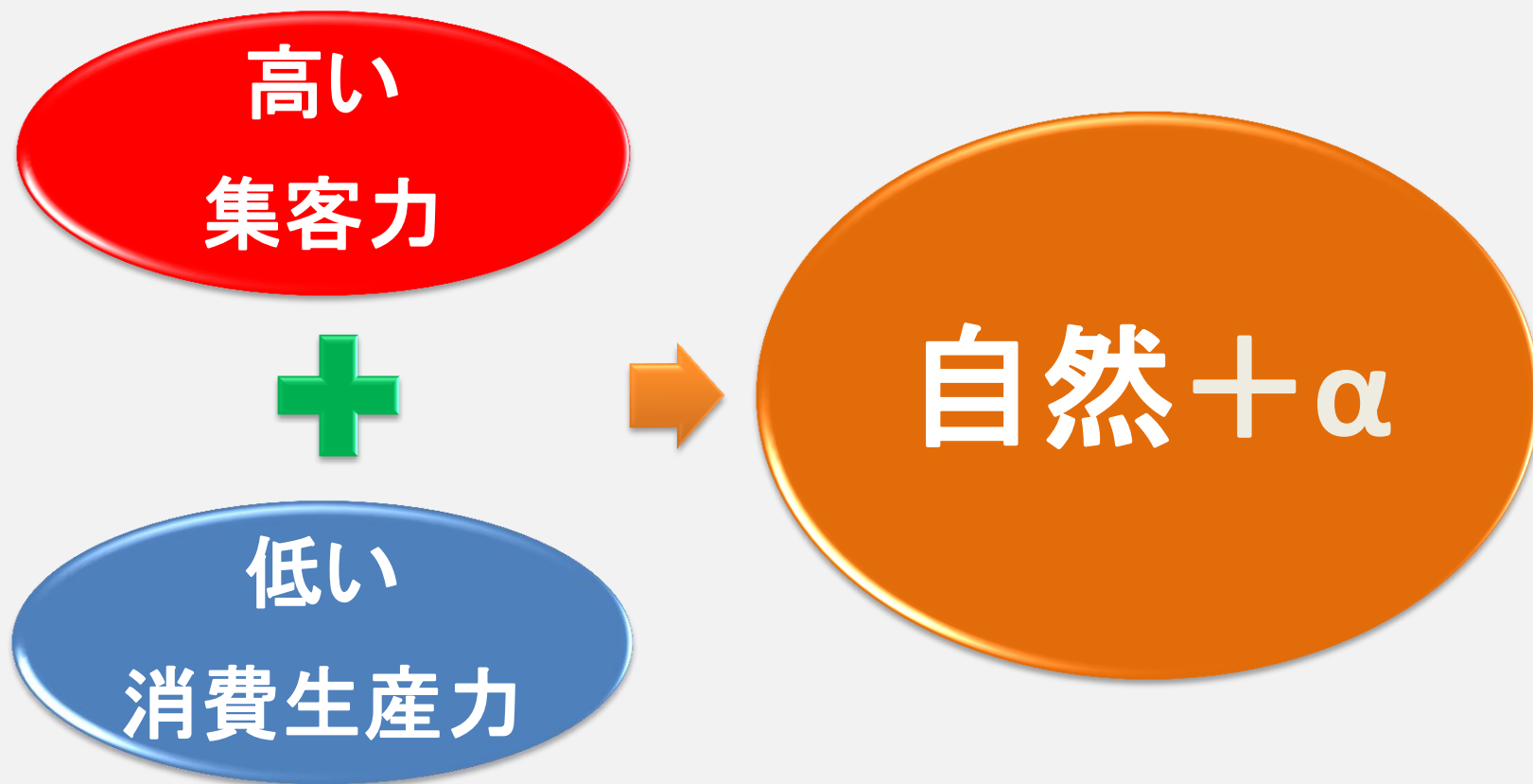
消費がうまれにくい
= お金にならない



入場料や利用料
が高額だと利用
者が減少する

自然は高い集客力を持っているものの、その特性上高い集客力を活かせていない。

そこで、自然で人を集め、そこに消費を生み出すものを組み合わせる「自然+ α 」ができれば、効率よく自然を活かした観光消費額の増加が行える。



フットパスとは？

イギリス発祥の、森林や田園地帯・古い街並みなど**地域に昔からあるありのままの風景**を楽しみながら歩くレジャー。

イギリスには「ナショナルトレイル」という、長期間の散策を目的として整備された政府公認のフットパスコースが21本あり、その**利用者数は年間300万人**に及ぶ。

イギリス・ナショナルトレイルの途中にはホテルやレストランなどが多数存在し、ナショナルトレイルの利用者はそこで食事をとったり寝泊まりをしている。

ナショナルトレイルの利用者が、そこに併設されるホテルやレストランも一緒に利用することによって大きな経済効果が生まれている。

もっとも利用者の多いナショナルトレイルでは、年間で30億円もの経済効果が生み出されている。

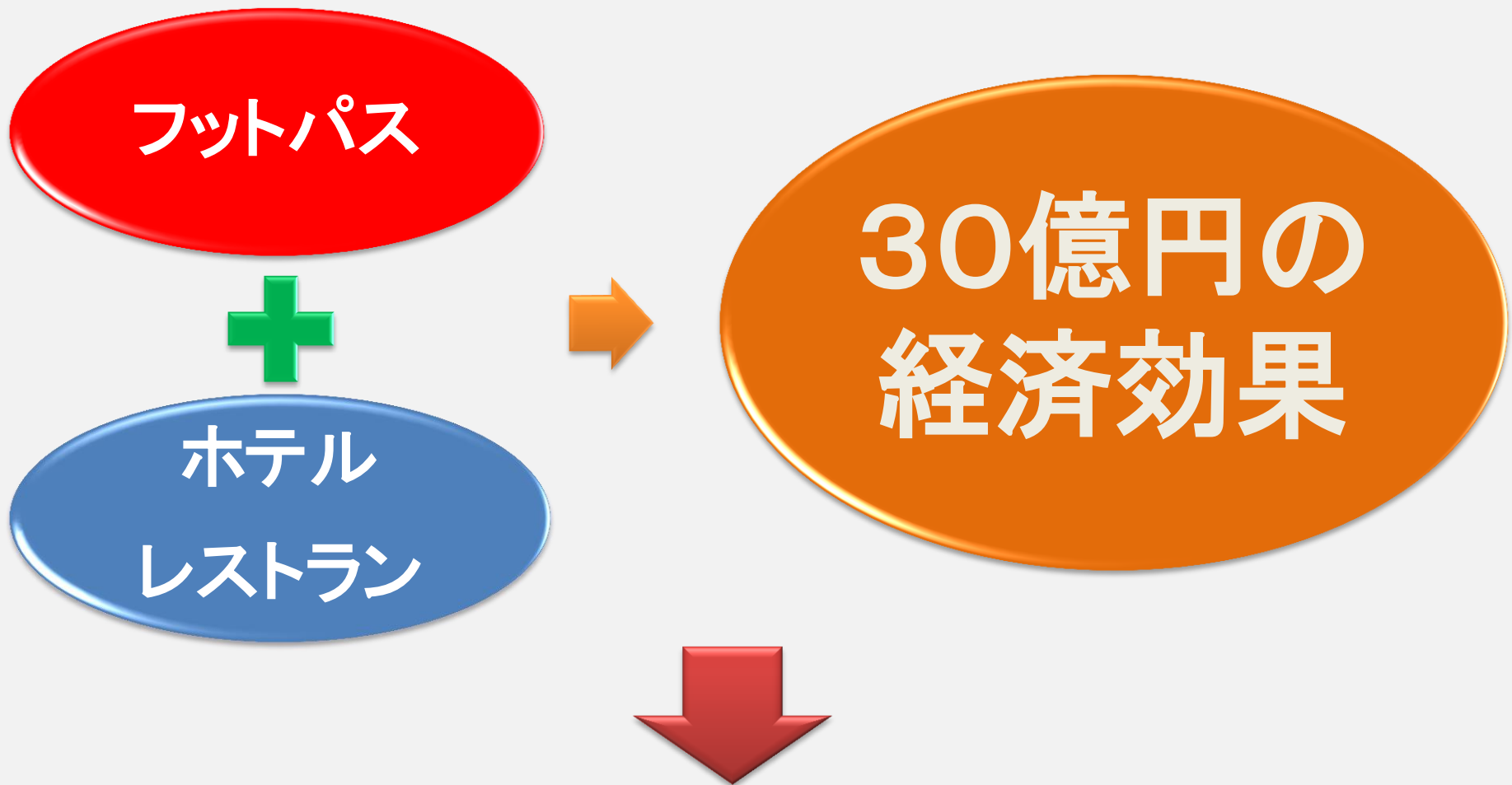
フットパスで集客



ホテルなどを利用



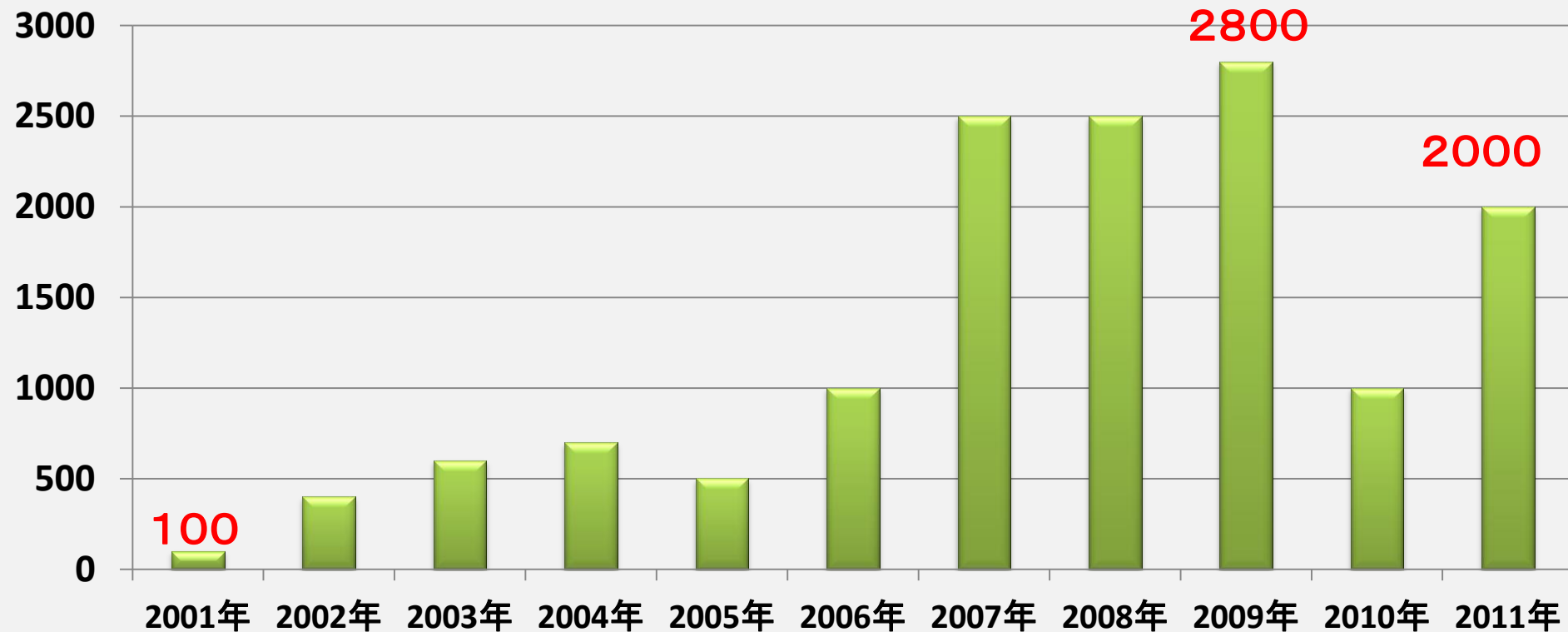
消費が生まれる



イギリスのフットパスは、自然+ α の形が「フットパス+ホテル・レストラン」という組み合わせで理想的に実現できている。

北海道におけるフットパス

北海道には現在100を超えるフットパスコースがあるが、その草分けが根室地域のフットパス。全国でも珍しく牧場を歩くことができる。



日本のフットパスはイギリスのナショナルトレイルほど大規模なものではなく、歴史も浅いことからまだ経済効果も低い。

しかし、北海道には**自然+αの実現と相性の良い魅力**が数多くあり、根室地域のフットパスはそれをうまく実現している。



シーニックバイウェイとは

アメリカ発祥で、主に自動車の走行する道路からの視点で景観・自然・文化・レクリエーションといった要素による観光や地域活性化などを目的とした地域の魅力を具現化するための取り組み。

その地域(企業・自治体・個人)が主体となっていて行われている。アメリカでも行政による補助は行われているがあくまで**主体は地域の人々**で、補助分を補っても黒字となっている。

最初のシーニックバイウェイといわれるブルーリッジ・パークウェイ(バージニア州～ノースカロライナ州)の**利用者は年間約2千万人で、約2640億円の経済効果**を生み出している。

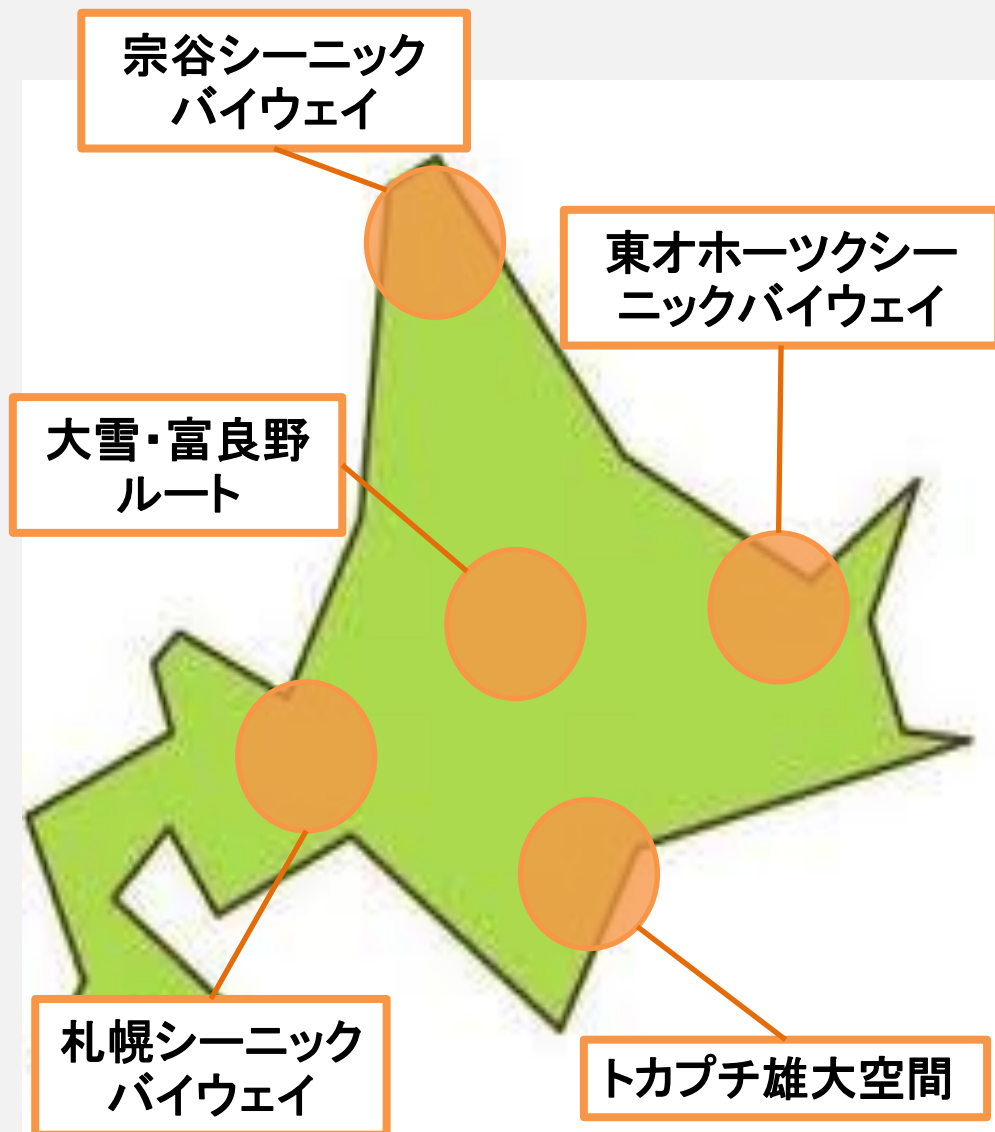
都市同士や都市と娯楽施設、レジャー・観光スポットなどを結んでおり、道中にはレストランはもちろん、展望台などの各種バイウェイ施設が設置されている。



さらに、**景観を崩さないように建設物や広告も規制**されており、天然石を使用したトンネルや木造のレストランといったものが多い。

北海道におけるシーニックバイウェイ

近年、ツアーバスによる観光よりも**自動車による個人型の旅行が人気**となっていること、旅行目的が**自然や景観などを楽しむことがアンケートで1位**になったことから取り組みが始まった。大雪・富良野ルートなどの11ルートと、他にも3つのルートが候補として登録されている。



アメリカ同様、地域が主体となって取り組んでいるが、アメリカのシーニックバイウェイは**既存の観光スポットなどのため**に行われているのに対し、北海道のシーニックバイウェイは**新しいイベントや観光スポットを作る・知ってもらうため**に行われているといった違いがある。

- ・北海道うまいもの巡り
- ・北海道フォトコンテスト
- ・ウィンターサーカス
- ・雪の散歩道シーニックナイト



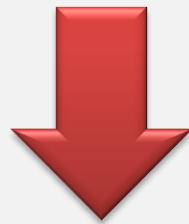
冬の観光客の減少に対する対策として、雪や冬を売りにしたイベントが多く行われている。



3. 新しい観光スタイル


新しい観光スタイルとは

フットパスやシーニックバイウェイは、そのまま真似して北海道で行えば成功するわけではない。
つまり、それらの取り組みを北海道に合った形にして取り組むことが必要になってくる。そしてそれがうまくできていないことが、思ったほど成果が出ていない一因であると考えた。



観光客の動向に合った、それらの取り組みの手助けとなる**新たな観光スタイル**が必要！！

北海道は、「都市機能の整った生活しやすい街」から近いところで「普段は出来ない自然体験」ができるという優位性を持っている。

A map of Hokkaido, Japan, highlighted in green. Several orange and red dots are scattered across the island, representing various locations. Blue dashed lines connect these dots, forming a network of travel routes that cover most of the island's geography.

さらに、ツアーバスなどではなく、自動車での個人旅行者が増加している。

滞在型観光

→ 一箇所に滞在し、滞在地で静養や体験型を始めとしたレジャーを楽しむ旅行形態、またはそこを拠点に周辺の観光を楽しむレジャー形態のこと。



一箇所に滞在することによる経済波及効果、地元との交流、リピーター化が期待できる。

周遊型観光

→ 複数の観光地を移動し宿泊地を変えて行く旅行形態。国内の観光地や宿泊施設は周遊型観光に対応して1泊2食スタイルの受入れ体制となっているところが多い。



多様化するニーズへの対応、リピーターの獲得が課題。

滞在型＋周遊型の新しい観光スタイル

観光客

- ・生活環境の整った都市に滞在
- ・自動車なので、移動可能範囲が拡大
- ・地域ごとに特色があり、様々な楽しみ方ができる



北海道(地域)

- ・1ヶ所に滞在することによる経済波及効果
- ・多様化するニーズに対応しやすい
- ・様々な魅力を知ってもらえ、リピーター獲得



地域と観光客の両方にメリットのある魅力的な観光スタイル

4. まとめ

～北海道に必要なものとは？～

北海道がやるべきこと

- ・北海道の観光は道民により支えられており、人口流出は致命的な問題である。
- ・北海道の魅力を活かした地域活性化を行わなければならない。
- ・北海道に合った取り組みや、観光客のニーズに合わせた旅行スタイルが必要である。
- ・観光客と地域の両方に魅力のある取り組み・観光スタイルこそが、北海道活性化へと繋がる。

参考文献

・北海道の観光の現況

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/grp/03/gennkyou240111.pdf>

北海道経済部観光局

・消費と経済効果 第5回北海道観光産業経済効果調査

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/keizaipr.pdf>

北海道観光産業経済効果調査委員会

・日本の観光政策における自然観光資源の位置づけとその現状

<http://www1.tcue.ac.jp/home1/c-gakkai/kikanshi/ronbun11-4/kataoka.pdf>

片岡美喜

・平成23年度観光客動態・満足度調査

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/23singikai/b-2-2.pdf>

北海道経済部観光局

・地域資源を活用したフットパスに関する考察

<http://www.hkd.mlit.go.jp/topics/gijyutu/giken/h21giken/JiyuRonbun/KK-25.pdf>

(独)土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット

・北海道観光推進戦略

<http://www.tb.mlit.go.jp/hokkaido/bunyabetsu/kankou/strage/data/senryaku3.pdf>

北海道運輸局

・道守

<http://www.qsr.mlit.go.jp/n-michi/michimori/scenic/report/01.html>

国土交通省九州地方整備局、道守九州会議

・北海道の人口動向

<http://kgsaint.kwansei.ac.jp/sato2.pdf>

産業研究所