

(成案)

第3次

石狩市観光振興計画

令和4（2022）年度～令和13（2031）年度

住み続けたい、何度も訪れたいまち「いしかり」

石狩市

- 企画経済部商工労働観光課 -

目 次

1. 計画策定の趣旨

(1) 計画策定の趣旨	- 1 -
-------------------	-------

2. 計画の基本的事項

(1) 計画の位置付け	- 2 -
(2) 計画の期間	- 2 -
(3) 産業振興関連計画における共通テーマ及び連携項目	- 3 -
(4) 計画の進捗管理	- 3 -

3. 観光を取り巻く社会情勢

(1) 国の状況	- 4 -
(2) 北海道の状況	- 4 -

4. 第2次観光振興計画の検証と評価

(1) 第2次観光振興計画の達成状況・課題	- 6 -
① 基本施策・具体的施策の取り組み状況	- 6 -
② 数値から見る現況・課題	- 7 -

5. 第3次観光振興計画の目指すべき方向性と具体的施策

(1) 目指すべき方向性	- 9 -
(2) 計画体系	- 10 -
(3) 重点的な取り組み	- 11 -
(4) 計画の成果指標	- 21 -

6. 計画の推進体制

(1) 計画の推進体制	- 22 -
(2) 各主体が取り組むこと	- 22 -

(参考) 計画策定のプロセス

(1) 第3次石狩市観光振興計画策定委員会	- 23 -
(2) 石狩市観光まちづくりワークショップ	- 25 -

1. 計画策定の趣旨

(1) 計画策定の趣旨

人と人との交流を促進する観光は、旅行業や宿泊業、運輸業に留まらず、飲食業や土産物販売を含む小売業、農林水産業など、様々な産業へ経済波及効果のある裾野の広い総合産業です。そのため、観光の振興は、こうした広範囲の産業を元気にするとともに、雇用機会の創出など、地域経済を力強いものにする「地域の原動力」となります。

本市は、海や川、山などの豊かな自然環境、豊富な一次産品を用いた食、温泉、歴史・文化など、多様な地域資源を有しており、平成 19(2007)年に観光振興計画を策定し、こうした「石狩の宝」を発見して磨き、観光のまちづくりで地域を潤す「石狩の宝発掘宣言」という基本理念のもと、観光振興を図ってきました。

平成 29(2017)年には第2次観光振興計画を策定し、「市民も地域も産業も活き活き！笑顔がつくる観光地「石狩市」というキャッチフレーズのもと、産業振興関連計画(農業振興計画、漁業振興計画、地場企業等活性化計画)と連携しながら観光施策の展開に努めてきました。

この間、本市では、北部エリアの拠点となる道の駅石狩「あいろーど厚田」(以下「道の駅石狩」という。)が開業し多くの利用で賑わうなか、北前船の寄港地を構成自治体とする日本遺産「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」に本市が追加認定されたほか、市民有志が復元作業を進めてきた、増毛山道・濃昼山道が北海道遺産に選定されるなど、厚田区、浜益区の観光資源が注目されるようになりました。

また、石狩湾新港地域に宿泊施設や大型商業施設が開業し、これまで工業地域として発展してきたエリアに“観光”の要素が加わったことで、人流の変化も起きています。

そのほか、本市では令和2(2020)年 12 月に「2050 年ゼロカーボンシティ」宣言を行い、社会経済活動と両立した脱炭素への取り組みが始まっています。

こうした中、少子高齢化のさらなる進行や新型コロナウイルス感染症の世界的な流行による行動変容などの社会情勢の変化、気候変動をはじめとする環境問題への対応などに加え、個人の価値観やライフスタイルの多様化に伴う観光ニーズ・旅行形態の変化など、観光を取り巻く情勢は大きく変動しています。

観光は、このような状況においても、地域経済のけん引役として様々な産業への波及効果が期待できるとともに、自らの地域に対する誇りと愛着を育むものであり、今後も「観光」の果たす役割は大きなものがあります。

本計画は、これからの時代を見据え、前計画で取り組んできた「観光を切り口にした石狩市らしいまちづくり」を、さらに一歩進めるよう今後の観光振興に関する施策の方向性を示すものであります。



2. 計画の基本的事項

(1) 計画の位置付け

観光振興計画は、本市の最上位計画である石狩市総合計画に基づき、「30年後のまちの持続」、「石狩PRIDEの醸成」の実現に向けて、本市の観光分野に係る目指すべき方向性や重点的な施策を示しています。

観光は、自然や食をはじめ、まちづくり、スポーツ、歴史・文化など、幅広い分野の多様な要素で構成されていることから、社会情勢の変化に影響を受けやすい側面があります。そのため、「石狩市まち・ひと・しごと創生総合戦略」をはじめ、産業振興関連計画と整合性を図りながら推進していきます。

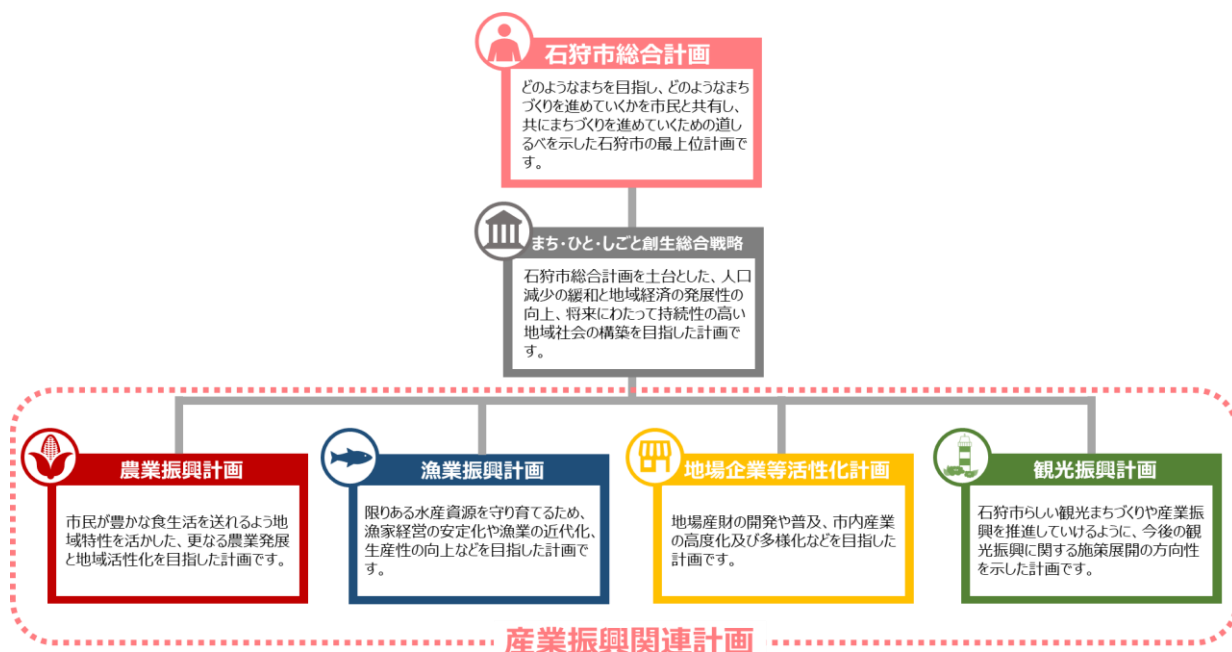


図 1 観光振興計画の体系図

(2) 計画の期間

計画の期間は、令和4(2022)年度から令和13(2031)年度までの10年間とします。

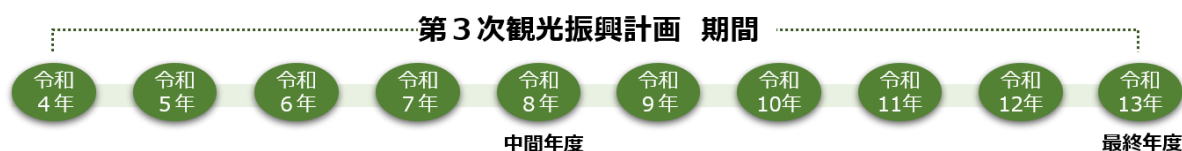


図 2 計画期間

（３）産業振興関連計画における共通テーマ及び連携項目

産業振興関連計画の4計画については、それぞれが有する目的や性格等をしっかりと位置付けながら、共通テーマ「持続可能な地域を目指す産業の振興」を掲げ、農水産業や飲食業、商工業、観光などの各産業間の連携強化を図ります。

特に重点的に取り組む事項として、近年では、各業種において担い手不足が深刻な問題となっていることから、若者や女性等の多様な人材を産業の担い手として確保する取り組みを推進します。また、本市が誇る農水産物等の資源を「地域ブランド」として活かすため、6次産業化や農商工等連携などの異業種間交流を進めるとともに、ブランディングした商品のプロモーション手法や販売方法の確立を目指します。さらには、これらの地域資源等を将来の世代へ引き継ぐため、経営基盤の強化や生産性向上など、地域経済が発展し続けるための基盤づくりを推進します。

これらのことから、前計画から「産業を支える担い手の育成」、「石狩ブランドの確立」、「物産振興体制の確立」の3項目を継続し、新たに「地域資源を育て・守り・活かす基盤づくりの推進」を加えた4つの連携項目を設定し、横の連携を意識することによる一体的・効果的な産業振興を図ります。



図 3 産業振興関連計画の共通テーマ及び連携項目

（４）計画の進捗管理

PDCA サイクルに基づき、施策の取り組み状況や計画の進捗状況を把握し、課題を解決することで、より一層効果的・効率的に観光まちづくりや地場産業の振興等を図っていきます。

なお、計画の進捗状況を把握するとともに、社会経済情勢や国の政策動向の変化に対応するため、中間年度である令和8(2026)年度に評価を行い、必要に応じて見直します。



図 4 PDCA サイクル



3. 観光を取り巻く社会情勢

(1) 国の状況

国では、少子高齢社会の到来や本格的な国際交流の進展を視野に、観光がその使命を果たすことができる観光立国の実現を国家戦略として位置付け、「観光基本法」を全面改正した「観光立国推進基本法」が平成 19 (2007) 年1月より施行されています。また、平成 20 (2008) 年 10 月には国土交通省に観光庁が設立されるなど、観光立国の実現に向けた取り組みを推進しています。

また、平成 28 (2016) 年には「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、「観光は地方創生の切り札とし、観光が持つ広範な経済波及効果を念頭に、インバウンドと国内観光の両輪による観光振興を図るとともに、特定の地域に集中している国内外の旅行者を全国各地に分散・拡大させていく」としています。

なお、同ビジョンでは、平成 27 (2015) 年に 1,974 万人の訪日外国人旅行者数を「令和2 (2020) 年に 4,000 万人、令和 12 (2030) 年に 6,000 万人」を目指しており、令和元 (2019) 年には 3,188 万人と増加傾向にあります。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の全国的かつ急速なまん延により、国民生活に甚大な影響を及ぼす恐れがあることから、段階的に海外からの入国制限等の措置を講じるほか、緊急事態宣言を発出し、外出自粛や不要不急の帰省・旅行などの都道府県間をまたぐ人の移動を避けるように要請し、旅行者数が激減しています。

このような新型コロナウイルス感染症による観光需要の大幅な減少に伴い、観光関連産業に深刻な影響が生じていることから、「観光ビジョン実現プログラム 2020」では、第一に持続化給付金や家賃支援給付金の給付などによる雇用の維持と事業の継続の支援に注力することとしています。また、反転攻勢に転じるための基盤を整備し、感染状況等を見極めつつ、観光地の消費拡大を目的とする「Go To トラベル事業」等による強力な国内需要の喚起策を講じ、国内観光の回復を図ることとしています。その上で、国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国からインバウンドの回復を図ることとしています。

(2) 北海道の状況

北海道では、「北海道観光のくにづくり条例」に基づき、北海道の観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「北海道観光のくにづくり行動計画」を策定し、観光事業者や観光関係団体はもとより、観光にかかわるすべての関係者と連携・協働し、施策を推進することとしています。

観光入込客数は、東日本大震災が発生した平成 23 (2011) 年3月以降、急速に回復し、平成 29 (2017) 年度には過去最高となる 5,610 万人を記録するなど順調に推移してきました。平成 30 (2018) 年度には、9月に発生した北海道胆振東部地震の影響により一時的に減少しましたが、その後実施した「北海道ふっこう割」などの取り組みの効果により復調しました。

しかしながら、令和2 (2020) 年度においては、新型コロナウイルス感染症に起因し、国内外における感染拡大により観光需要は大きく減少し、観光入込客数は、3,338 万人と前年度比で 36.7%の減少となりました。

新型コロナウイルス感染症対策としては、事業者が行う感染症予防のための衛生関連機器の導入や、ホテル・旅館業の宴会部門の感染拡大の防止に向け、ガイドラインの策定等の支援を行うことで、観光客が安心して道内旅行を楽しめる環境整備を進めるほか、「新北海道スタイル」や「北海道コロナ通知システム」、「どうみん割」など、独自の取り組みによる観光事業者の支援や道民による観光需要の喚起を図っています。

道内の観光産業は長期間にわたり甚大な影響を受け、危機的な状況に置かれていることから、まずは観光需要の回復を目指すとともに、将来的な発展に向けた準備、新たな需要の獲得に向け、「観光立国北海道」の再構築に向けた取り組みを進めることと、北海道がこれまで取り組みを進めてきた「観光地づくり」、「誘客活動」、「受入体制整備」の基本的施策に加え、新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない中、将来的に北海道観光が目指す姿に向かって、感染症の状況に応じたウィズコロナ・ポストコロナの施策を展開していくこととしています。



また、令和3(2021)年には、北海道でアジア初となる「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」の開催が予定されておりましたが、新型コロナウイルス感染症によりオンライン開催となりました。アドベンチャートラベルとは、「自然」、「異文化体験」、「アクティビティ」の3要素のうち、2つ以上を含む旅行形態であるとし、市場規模は欧米を中心に約 50 兆円とされています。北海道は、豊かな自然と文化等のアドベンチャートラベルの要素が満ちていることから、アドベンチャートラベルの造成・発信を推進することとしています。

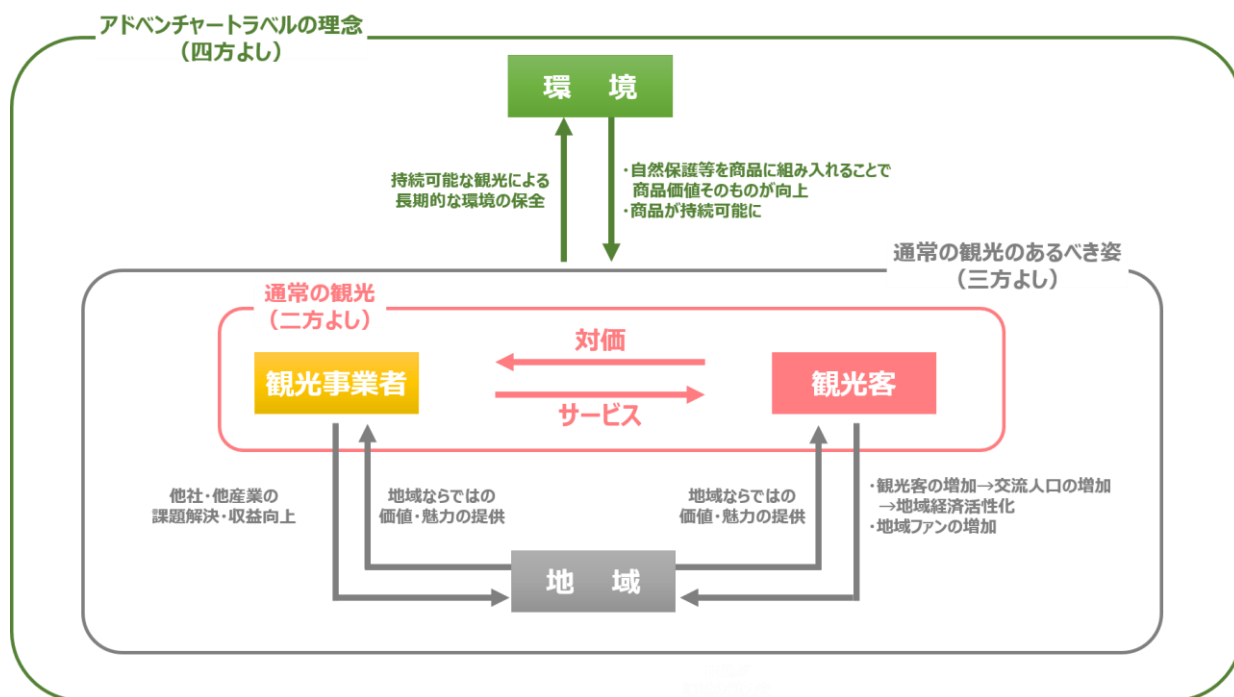


図 5 アドベンチャートラベルの理念(参考:北海道アドベンチャートラベルマーケティング戦略検討会資料)



4. 第2次観光振興計画の検証と評価（平成29（2017）年度～令和3（2021）年度）

（1）第2次観光振興計画の達成状況・課題

①基本施策・具体的施策の取り組み状況

第2次観光振興計画は、「市民も地域も産業も活き活き！笑顔がつくる観光地「石狩市」」をキャッチフレーズに、第1次観光振興計画で発掘した「石狩の宝」を活用しながら、観光を切り口とした石狩市らしいまちづくりを推進していくことで、市民も地域も産業も活気づき、市外からの観光客を含めたすべての人の笑顔があふれる観光地をつくっていくことを目指しました。

計画の体系としては、「地域個性を活かした観光で潤う」、「持続可能な観光で潤う」という2つの基本方針を掲げ、そこから5つの基本施策と13の重点施策を展開しました。



図6 第2次石狩市観光振興計画の重点施策の取り組み状況



②数値から見る現況・課題

【観光入込客数】

本市の観光入込客数は、平成20(2008)年度から減少傾向であったが、平成23(2011)年に地物市場「とれのと」との開業、平成27(2015)年に石狩天然温泉番屋の湯が再開するなどの要因により増加傾向に転じ、平成27(2015)年度に初めて200万人を超えました。さらには、平成30(2018)年に重点道の駅にも選定されました道の駅石狩が開業したことに伴い、250万人を超過しました。

しかしながら、令和2(2020)年度においては、新型コロナウイルス感染症の影響による公設海水浴場や三大秋祭りの中止、道の駅石狩やはまなすの丘公園ビジターセンターなどの観光施設の休業など、感染症による未曾有の社会危機に伴い、約157万人と大きく減少しました。

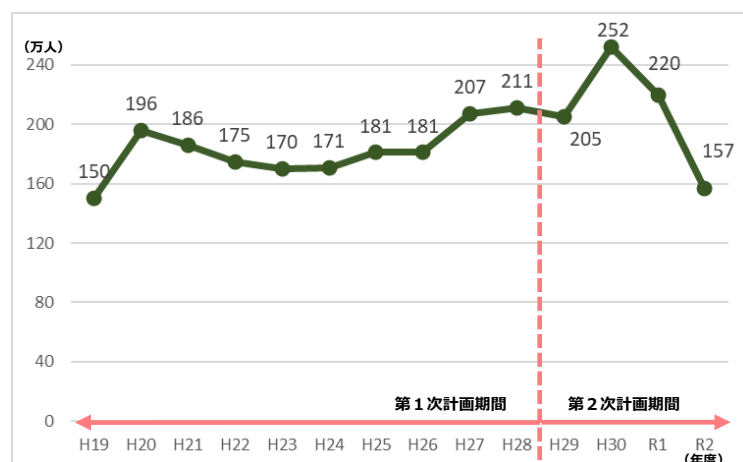


図 7 観光入込客数の推移 (出典:石狩市「観光入込客数調査」)

【月別の観光入込客数】

平成 27(2015)年度と令和元(2019)年度の月別の入込客数を比較すると、8月を除き、全月で増加又は横ばいとなっています。なお、8月に関しては、悪天候による海水浴客の減少や RISING SUN ROCK FESTIVAL in EZO の一部中止、北海道胆振東部地震の影響による石狩まるごとフェスタの中止などが重なり、大きく減少しています。

月別の入込客数に着目すると、5月の戸田記念墓地公園の桜が見頃の時期と、海水浴や三大秋祭りが開催される7～9月の入込客数が多くなっています。

しかし、市花ハマナスが見頃となる6月の入込客数が少ないことから、この時期における本町地区の入込客数を増加させることが求められています。

また、冬期間は、天候等の影響も大きくイベントの開催も困難なことから、入込客数が極めて少なくなっており、冬期間の観光コンテンツの発掘・磨き上げが必要となっています。

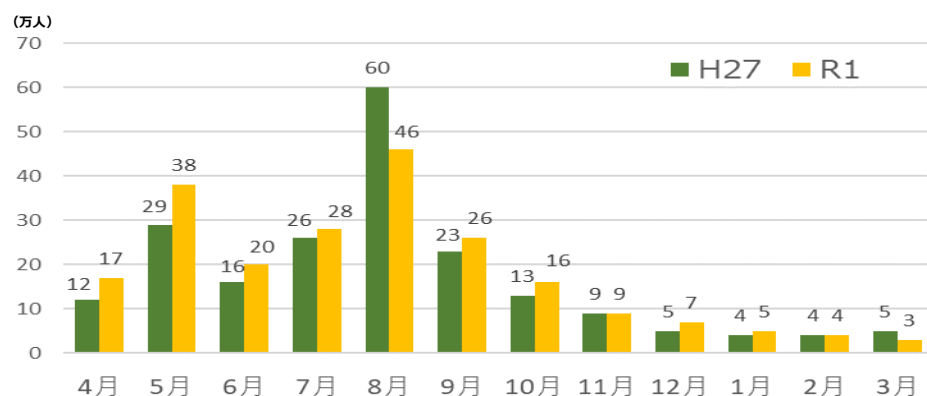


図 8 月別の観光入込客数 (出典:石狩市「観光入込客数調査」)



【観光入込客数の地区別人数】

平成 27(2015)年度と令和元(2019)年度を比較すると、平成 30(2018)年4月に道の駅石狩が開業したことにより、厚田区の人数が69万人から104万人と大きく増加しています。

しかしながら、浜益区的人数は増加しておらず、主となる札幌方面からの来場者を厚田以北へさらに北上させる必要があります。

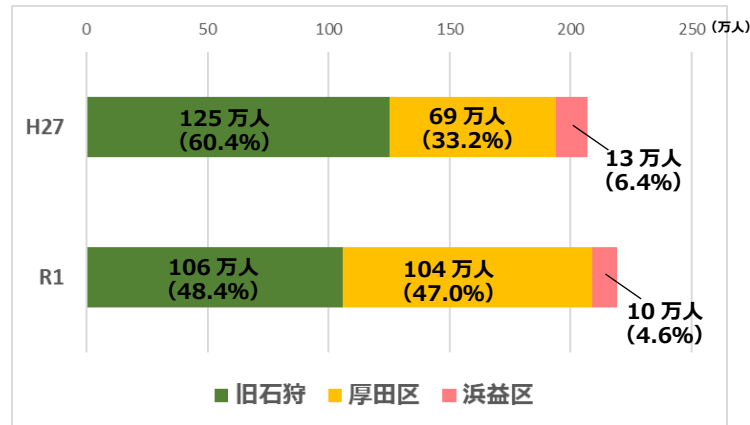


図 9 観光入込客数の地区別割合 (出典:石狩市「観光入込客数調査」)

【石狩市が好きな市民の割合】

石狩市が「好き」、「どちらかといえば好き」を合わせた割合は、平成 27(2015)年度は 82.9%であったところ、令和2(2020)年度は 80.6%と微減となっています。

まちへの愛着心を育むことで、市民がまちの魅力を発信することによる観光客の増加や、積極的にまちづくりに関与することによる地域活性化などに繋がることから、自分たちのまちに対する愛着や誇りを指すシビックプライドをより一層高める必要があります。

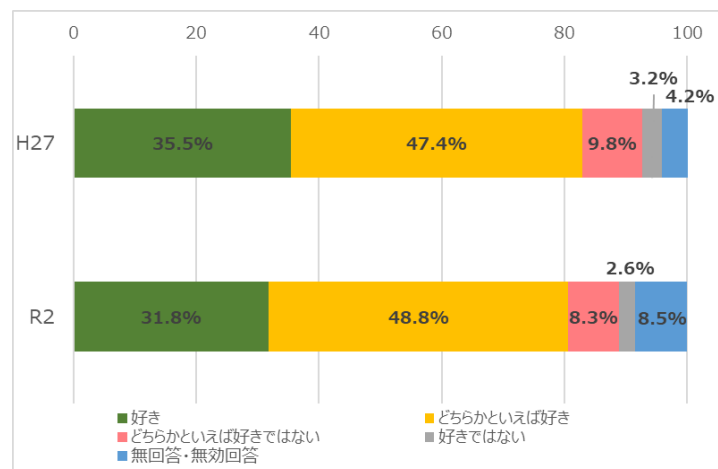


図 10 石狩市が好きな市民の割合 (出典:石狩市「市民意識に関するアンケート調査」)



5. 第3次観光振興計画の目指すべき方向性と具体的施策

(1) 目指すべき方向性

住み続けたい、何度も訪れたいまち「いしかり」

国が観光庁ビジョンで掲げる「住んでよし、訪れてよし」の国づくり」に則し、市民がまちの魅力を知り、広めることで、観光客が訪れ、観光で地域が潤うことを目指します。

また、その資金で石狩市が有する自然、歴史・文化、産業、農水産物、人材や観光施設などの観光資源を保護、保全、継承及び磨き上げを行い、さらなる魅力の向上を図る好循環を形成するとともに、観光資源を次世代へ引き継ぎ、持続可能な観光まちづくりを推進していきます。

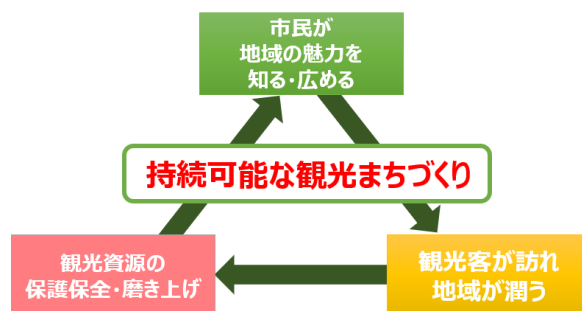


図 11 持続可能な観光振興サイクル

～SDGs(持続可能な開発目標)の位置付け～

平成 27(2015)年9月の国連サミットにおいて、平成 28(2016)年から令和 12(2030)年までの国際目標である「SDGs(持続可能な開発目標)」が採択されました。

SDGsは、持続可能な世界を実現するための 17 の目標(ゴール)と 169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓い、国際社会が一丸となって取り組む普遍的な目標です。

この目標に基づき、UNWTO(国連世界観光機関)は、「訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義する「持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)」の推進を提唱しています。

本市の目指す「住み続けたい、何度も訪れたいまち「いしかり」」は、「8. 働きがいも 経済成長も」、「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」、「11.住み続けられるまちづくりを」、「12.つくる責任 つかう責任」、「14.海の豊かさを守ろう」、「15.緑の豊かさを守ろう」、「17.パートナーシップで目標を達成しよう」に該当することから、計画を推進することで、この7つのゴールの達成を目指します。



図 12 SDGs 17 の目標(ゴール)



(2) 計画体系

本市の観光振興における課題の解決を図るため、第2次観光振興計画から引き続き「地域個性を活かした観光で潤う」と「持続可能な観光で潤う」の2つの基本方針を掲げます。

そこから6つの基本施策と11の重点施策に細分化し、効果的に観光施策を展開します。



図 13 第3次石狩市観光振興計画の体系図



(3) 重点的な取り組み

【基本方針1 地域個性を活かした観光で潤う】

基本施策 1 観光資源の活用と整備

本市は、はまなすの丘公園や黄金山、白銀の滝などの自然、果物狩りやサケ釣獲調査、SUP(スタンドアップパドルボード)、乗馬体験などの体験メニューが豊富であり、アドベンチャートラベルの要素に満ちています。加えて、歴史・文化やイベントなどの多彩な観光資源を有していることから、既存の観光資源の磨き上げを図るとともに新たな資源の創出にも取り組み、石狩市に訪れる「目的づくり」を行います。

特に近年は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴いアウトドア需要の高まりが著しく、本市は自然資源に加え、厚田キャンプ場や海水浴場などのアウトドアを堪能できるスポットを多数有していることから、札幌近郊でアウトドアを満喫できるまちとして魅力づくりを行います。

さらには、シティ・プロモーションとして、パンフレットや広告媒体、インターネット、SNS等により、まちの魅力や情報を市民や外国人を含めた観光客等に発信し、インバウンドを含めた観光需要の喚起を図ります。



写真 1 厚田キャンプ場のジップライン



写真 2 地引網体験

重点施策① 海辺の魅力アップ

本市は、石狩管内で唯一海に面したまちであり、石狩浜海水浴場、厚田海浜プール、川下海水浴場の3か所の公設海水浴場が開設され、古くから多くの海水浴客で賑わっています。

しかし、従前20万人以上が訪れていましたが、全国的な海離れやレジャーの多様化などにより、長期的に見ると海水浴客は右肩下がりになっています。

海水浴は、夏期の観光コンテンツの中核を担っており、本市の観光振興を図るに当たって重要な要素であることから、海水浴客の誘致を行うことが必要です。そのため、それぞれの海水浴場の特色を生かした差別化を行い、ターゲットを明確化して効果的な集客を図ります。さらには、来場者の安全確保に一層努めるとともに、ユニバーサルデザインを進めるなど、新たなサービスの導入やイベントの拡充により、来場者の満足度向上を図ります。

また、石狩浜は全国的に珍しい天然砂丘であり、国内でも有数の海浜植物の群生地となっています。はまなすの丘公園には市花「ハマナス」のほか、多様な海浜植物が自生するとともに、現存する北海道最古の灯台であり、石狩市のシンボルでもある「石狩灯台」が隣接しており、これらの観光資源を組み合わせ、海辺の魅力を一体的・効果的に発信することで、通期的な観光振興を図ります。

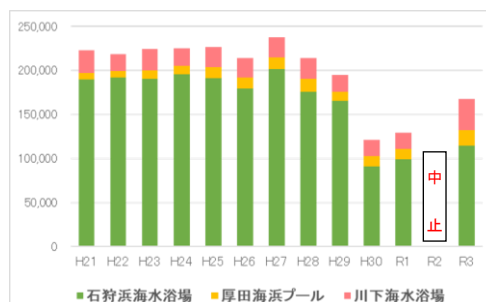


図 14 海水浴場の入込客数の推移
(出典:石狩市「観光入込客数調査」)



写真 3 石狩浜海水浴場



写真 4 石狩灯台のライトアップ



祭りは、地域の食、歴史・文化が凝縮されるとともに、地域住民との交流が図られることから、有効な観光コンテンツの一つとされています。

本市では、例年9月に開催する石狩市三大秋祭り(石狩さけまつり、厚田ふるさとあきあじ祭り、浜益ふるさと祭り)を筆頭に、浜益みなと祭りや本町夏祭りなどの多様な祭りが開催され、観光客による交流人口の増加や地域コミュニティ活性化の起爆剤としての役割を担っています。

しかしながら、三大秋祭りの入込客数は、図15のとおり減少傾向にあり、また、運営側の高齢化等による担い手不足が進んでいます。

そのため、地域の歴史・文化を伝える取り組みの拡充や、農水産物等の地域の特産品を活用した「食」の提供など、イベントの磨き上げを行うことで来場者を増加させるとともに、イベントの企画運営などにおける市民参加を推進し、運営者側の担い手不足の解消を図ります。

また、道内外から多くの来場者が訪れる道内最大級の野外音楽フェス「RISING SUN ROCK FESTIVAL in EZO」は、新港地域を会場に開催されており、このような大規模イベントとより一層の連携を深め、観光振興や市の魅力発信につなげていきます。

加えて、本市は、石狩灯台を舞台とした「喜びも悲しみも幾年月」を代表に、雄大な自然や海などが映画ロケ地として活用されています。撮影が行われることで知名度の向上や観光客の増加が期待されるため、映画撮影の誘致や関係者とのコーディネートを引き続き行います。

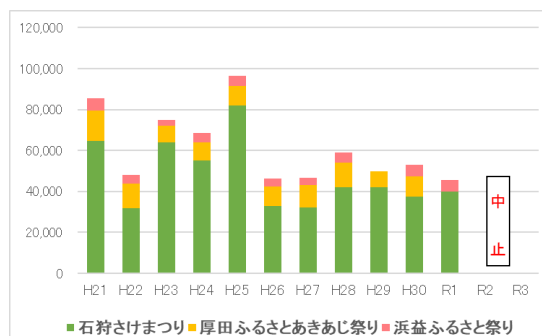


図 15 三大秋祭りの入込客数の推移
(出典:石狩市「観光入込客数調査」)



写真 5 石狩さけまつりのサケの掴み取り



写真 6 浜益ふるさと祭りの沖揚げ音頭



写真 7 RISING SUN ROCK FESTIVAL in EZO



写真 8 石狩市場
(RISING SUN ROCK FESTIVAL in EZO との連携事業)



観光客を呼び込むとともに、訪問先の地理に不安な観光客が安心してまち歩きを楽しむために、観光情報を発信することは重要な取り組みの一つであり、地域の特色やその地域に訪れる観光客のニーズを的確に把握し、それに対応することが求められます。

地域独自の魅力や季節の魅力、その地域でしか味わえない・購入できない食や土産物の情報を伝えることで、観光客の消費が増大し、観光振興による地域活性化が促進されます。これらの情報に合わせて、経路や地図情報を効果的に伝えることで、地域内の回遊性の向上や滞在時間の延長につながります。さらには、効果的な観光情報の提供によって、観光客の満足度を高め、「もう一度訪れたい」、「次は別の魅力に触れたい」、「さらに奥深い地域の魅力に触れたい」等のリピーターの獲得が期待されることから、効果的な情報発信を推進します。

また、発信手法の一つとして、近年では、社会全体のデジタル化に向けた取り組みが重要視され、ホームページによる発信に加え、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)や動画共有サイトなど、「利用者が情報を発信し、形成していくメディア」の活用が広がっていることから、このような情報発信のデジタル化を推進します。

北海道における訪日外国人観光客は、平成 23(2011)年度から右肩上がりに増加し、中国、台湾、韓国からの旅行者が大半を占めています。しかしながら、令和2(2020)年度には新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により入国制限等の措置を講じたことから、訪日外国人観光客は消失しました。

インバウンドの消費による経済効果は大きいことから、新型コロナウイルス感染症の収束後のインバウンド需要の復興を見据え、外国語のパンフレットや映像を制作するとともに、国や北海道、さっぽろ連携中枢都市圏観光協議会などの広域的な協議会と連携し、中国や台湾、韓国、欧米等に向けて効果的な情報発信を行います。

また、情報発信に加え、観光案内看板の整備や受入セミナーの開催など、訪日外国人観光客の受入環境の整備を行います。



写真 9 石狩観光協会 Twitter



写真 10 古民家の宿 Solii

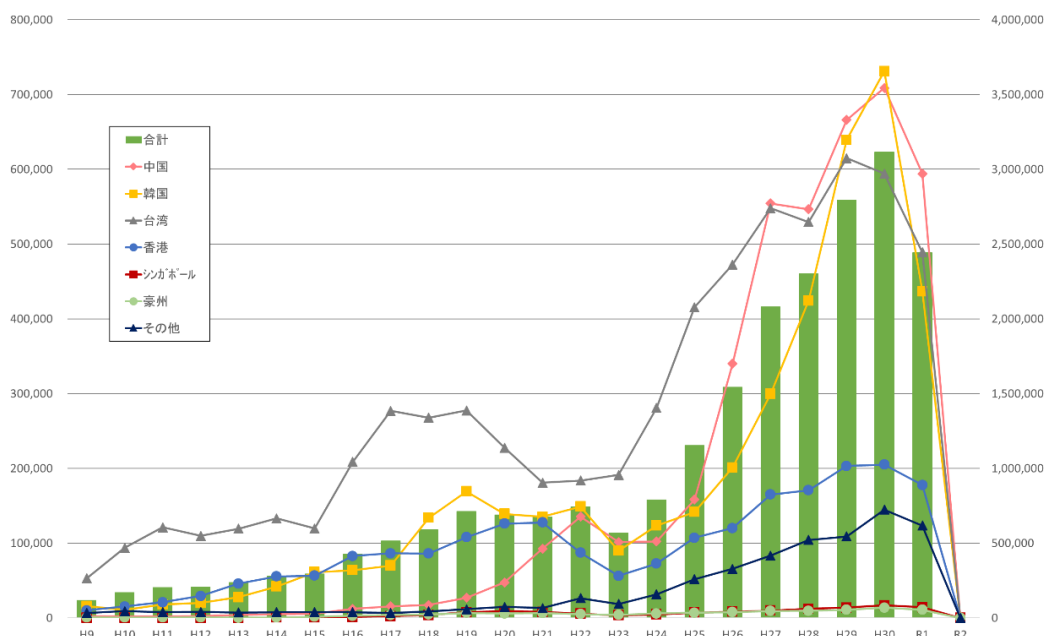


図 16 北海道における訪日外国人観光客の推移(出典:北海道「訪日外国人来道者(実人数)の推移」)



近年、観光客の急増が地域の生活や自然環境に負の影響を及ぼし、その結果、旅行者の満足度や観光地の質を低下させる「オーバーツーリズム」や「観光公害」の懸念が全国的に生じています。

本市は、広大な行政区域により変化に富んだ地形と豊かな緑に恵まれ、多くの優れた風景地や動植物を見ることができ、観光やレクリエーションの目的地の1つになっています。しかしながら、自然は、生態系のバランスの上に成り立っているものであり、観光やレクリエーションに活用することも必要であります。同時にそのかけがえのない自然環境の適正な保全に努めていかなければなりません。このことは同様に、そのほかの観光資源にも当てはまります。

そのため、観光業の発展と環境の保全を両立させ、自然と共存する観光地を実現するとともに、観光地としての「質」を維持するために「持続可能な観光」を目指すことを共通認識とし、限りある資源を次世代へ引き継ぎます。



写真 11 マクンベツ湿原の
ミズバショウ



写真 12 戸田記念墓地公園の桜

～石狩浜ハマナス再生プロジェクト～

石狩浜は、石狩川河口に広がる広大な海岸砂丘に多様な動植物が生息・生育する国内でも有数の自然海岸です。「石狩浜ハマナス再生プロジェクト」は、ハマナスを自然豊かな海辺のシンボルとして、ハマナスの咲く風景を未来へ残し、自然と共生する地域づくりを目指すプロジェクトです。

石狩浜ハマナス再生プロジェクト協議会では、イベントや観光ツアー、商品の販売などにより、ハマナスや石狩浜の自然の魅力を発信しながら、石狩浜の自然環境保全を経済的自立によって進めることを目指し、観光による地域活性化と自然保護の両輪でプロジェクトを推進しています。

【プロジェクトの3つのミッション】



Mission 1

ハマナス彩る石狩浜にいざなう



Mission 2

ハマナス彩る風景をつくる



Mission 3

ハマナスをつかって地域を元気に



基本施策 2 市内周遊の促進

本市は南北約70kmに広がり、広大な行政区域を有していることから、本町地区、厚田区、浜益区の北部三地区を中心に、自然や歴史・文化、観光施設等の多様な観光資源があります。また、多くの観光客が訪れる札幌圏に位置している地理的優位性や主要幹線道路が通っており交通量も多いことなどから、道内外からの観光客の入込が期待されるところであります。

しかしながら、各観光資源に関する情報発信が不十分であり、観光地としての認知度が低いことから、道の駅石狩を中心とした現地における情報発信機能を強化し、観光客の誘致を図るとともに、三地区の連携を強化し、相互にプロモーションを行うことで、市内周遊の促進及び滞在時間の延長を図ります。

加えて、市内周遊を促進するためには、現地における多様かつ魅力的な観光コンテンツが必要であることから、事業者や団体等による着地型観光商品の造成や磨き上げを支援し、着地型観光を推進するための基盤づくりを進めます。

また、近年、美しい日本海と石狩川、壮大に広がる田園風景を同時に楽しむことができるコースなど、本市の特徴を活かしたサイクリングフィールドづくりが進められていることから、食・景観等とサイクリングを組み合わせた観光コンテンツの磨き上げを行うことで、サイクルツーリズムを推進します。

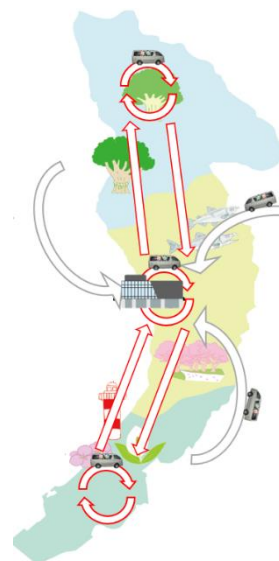


図 17 市内周遊イメージ



写真 13 はまなすの丘公園
ヴィジターセンター



写真 14 浜益温泉とポケふた

重点施策⑤ 道の駅石狩を核とした市内の周遊観光の促進



道の駅石狩は、展望デッキ等から望む夕日が大きな魅力であり、「完走者が選ぶ北海道「道の駅」ランキング」の景色がきれいな部門において2年連続で2位となっています。開業から4年が経過したところではありますが、当初の目標を大幅に超過して年間で約40万人が来場し、良好な入込客数を維持しています。

しかしながら、道の駅石狩の入込は確保しているものの、他施設へ周遊していないという課題を有することから、現地における情報発信機能を強化し、道の駅石狩を拠点とした市内周遊の促進に係る取り組みを拡充します。

そのほか冬期間の閑散期における地域住民のコミュニティスペースとしての活用を推進します。



写真 15 道の駅石狩「あいりーど厚田」

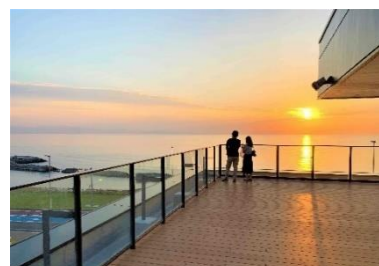


写真 16 道の駅石狩からの眺望

H30	R1	R2
612,702 人	434,090 人	335,801 人

表1 道の駅石狩の入込客数（出典：石狩市「観光入込客数調査」）



観光客の旅行ニーズの多様化に対応するため、近隣自治体と連携し、観光資源を相互に結びつけることで、個々の資源の魅力を相乗・増強させた広域的な観光施策の展開が必要とされています。

観光客の旅行範囲が拡大することで、圏域内での滞在時間が増え、地域全体の経済波及効果の向上に繋がります。さらには、これまで潜在力が高いものの知名度が低かった観光地を、知名度の高い観光地と併せて広域の周遊ルートに組み込むことにより、知名度向上に資することが期待できます。

そのため、本市では、さつぽろ連携中枢都市圏観光協議会や石狩「道の駅」連携プロジェクトチーム、北前船日本遺産推進協議会などの広域的な協議会に参画してきたところであり、引き続き近隣自治体との広域連携の取り組みを推進していきます。

また、道の駅石狩の以北へ観光客の行動範囲を延伸するため、日本海オロロンライン沿線の市町村との連携の強化を図ります。



図 18 広域協議会の参画状況



基本施策 3

食を通じた誘客促進

「食」は来訪目的の代表例とされ、本市は石狩鍋の発祥地として「サケのまち」で全国に名を馳せています。

しかしながら、本市の魅力はサケだけではありません。ブロッコリーや落花生、ミニトマトなどの多種多様な野菜、黒毛和牛「浜益和牛」やブランド豚「望来豚」などの畜産品、ニシンやタコ、ホタテなどの石狩湾で水揚げされた新鮮な魚介類など、農畜水産品のすべての“美味い”がそろっています。

さらには、近年注目されている野生鳥獣の肉「ジビエ」なども含め、これらの「食」に関する魅力発信を行い、誘客を図ります。



写真 17 厚田のぶたまん(望来豚)

重点施策 ⑦

食や特産品の魅力発信及び販売促進



平成 19(2007)年に、農林水産省による「農山漁村の郷土料理百選」にて、北海道の三大郷土料理の1つに選ばれている「石狩鍋」を筆頭に、まちが誇る「食」の魅力を発信するに当たり、野菜の百貨店といわれるほど市内で採れた野菜や加工品がそろっている地物市場「とれのさと」や、前浜で獲れた新鮮な魚介類の販売を行う「朝市」などと連携し、一次産品に係るプロモーションを推進します。

加えて、地域への経済効果が大きい地場産品を用いた飲食店(いしかり地産地消の店推進協議会加盟店)のPRを積極的に行います。

また、「特産品」は、旅行者がお土産として購入することで消費単価の増大に繋がるとともに、特産品自体が誘客の源泉となることで旅行者数の増加など、様々な角度から経済効果を高めることが期待されます。

本市には、かつて江戸幕府へ献上していた逸品「寒塩引」や石狩のブランド豚「望来豚」のうまみが詰まった「厚田のぶたまん」など、魅力的な特産品が多数あります。

そのため、道の駅石狩やはまなすの丘公園ヴィジターセンターなどの拠点施設での販売や物産イベントの出展、ふるさと納税サイト等のECサイトへの掲載等を通じて、石狩自慢の地場産品を用いた商品の積極的なPRを行います。



写真 18 石狩鍋



写真 19 寒塩引



基本施策 4

サケやニシン等の歴史・文化の発信

令和2(2020)年5月に、文化の振興を観光の振興と地域の活性化に繋げ、これによる経済効果が文化の振興に再投資される好循環を創出することを目的に「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」が施行されました。

地域の観光関連事業者・団体等が、これまで連携が進んでこなかった文化施設を活用することにより、来訪者が学びを深められるように歴史的・文化的背景やストーリー性を考慮した文化資源の魅力の解説・紹介を行うとともに、来訪者を惹きつけるように積極的な情報発信を行うなど、文化施設そのものの機能強化や、さらに地域一体となった取り組みを進めていくことが必要とされています。

本町地区はサケ漁、厚田区・浜益区はニシン漁と共に発展した固有の歴史・文化を有しており、サケ文化としては、松前藩時代、藩主の直領地として「石狩場所」が設置され、和人とアイヌがサケを中心とした物産の交易の場として機能したことや、北海道の郷土料理「石狩鍋」の発祥の地であることなど、サケの恩恵を受けながらその歩みを進めてきた歴史があります。

また、ニシン文化としては、江戸時代中期から明治時代にかけて大阪を基点に日本海を北海道まで航行し、ニシンを軸に交易で大きな富を生んだ北前船に係る構成文化財が、平成 30(2018)年に日本遺産「北前船寄港地・船主集落」に追加認定されています。

本市には、いしかり砂丘の風資料館やはまます郷土資料館のほか、道の駅石狩における地域の歴史・文化・自然の情報コーナーなど、地域の歴史・文化を発信する施設があることから、このサケやニシンに関する歴史・文化を観光資源の一つとして活用し観光客の誘致を図るとともに、市民等の理解を深めることで、次世代へ引き継ぎます。

その他、樋口季一郎や吉葉山潤之助、子母澤寛などの各分野における偉人や、市民有志により復元され、北海道遺産に選定されている濃昼山道や増毛山道などの重要な文化財があり、この歴史・文化的な魅力の発信に努めます。



写真 20 はまます郷土資料館



写真 21 道の駅石狩2階「地域の歴史・文化・自然の情報コーナー」



写真 22 史跡荘内藩ハママシケ陣屋跡内「大手門」

重点施策⑧

サケやニシン等の歴史・文化の発信

市民のサケやニシン等に関する歴史・文化の理解を深めるため、子どもから大人までの多世代を対象とした出前講座や体験の機会をつくり、市民一人ひとりがサケやニシン等の歴史・文化の魅力を発信できるように愛着を醸成するとともに、次世代へ伝承していきます。

また、様々な観光客が歴史・文化施設を訪れるように、ほかの観光資源と組み合わせた魅力発信を行うことに加え、北前船日本遺産推進協議会の構成自治体などと広域的な連携を図ることで、効果的なプロモーションを行います。



写真 23 旧長野商店
(北前船日本遺産構成文化財)



【基本方針2 持続可能な観光で潤う】

基本施策 5 市民が活躍する観光まちづくり

観光客が訪れてみたい「まち」は、市民が住み続けたい「まち」であるという認識のもと、地域の持つ自然や歴史・文化、産業等あらゆる資源を最大限に活用し、市民及び観光客の高い満足度を継続することが重要です。また、資源の保全等の観点から持続的に発展できる「観光まちづくり」を行うためには、「観光」に偏ることなく、「市民」に焦点を当てた取り組みを推進する必要があり、「観光地づくり」と「まちづくり」を一体的に行うことで、市民及び観光客の満足度を共に向上させることが重要です。

その第一歩は、市民がまちの魅力を再発見し、まちを好きになることで、その魅力を一層磨き上げるとともに、家族や友人、知人などに伝えることで、観光客が訪れたいと思うまちをつくることです。

さらには、市民が観光地のガイドやイベント参加を通じて観光客と交流し、「市民が活躍する観光まちづくり」につなげていくため、その「観光まちづくり」を担うボランティアガイドや観光サポーターなどの育成や支援を行い、活動しやすい環境づくりを行います。

重点施策⑨ シビックプライドの醸成



シビックプライドとは、地域の住民が抱く、自分たちのまちに対する愛着や誇りを意味し、住民それぞれが当事者意識を持ち、地域のさらなる活性化に寄与することを促すものです。

シビックプライドがあれば、市民自らがまちの魅力を知り、好きになり、家族や友人、知人などにその魅力を広めることに繋がり、最も効果的な観光プロモーションの一つとなります。

また、シビックプライドを育むための有効な手段としては「地域教育」が挙げられ、老若男女、世代を問わず、広く地域住民に対して、「地域の魅力は何か」を知ってもらう場をつくることが重要であることから、市民や地域との協働事業を推進し、市民のシビックプライドの醸成を図ります。

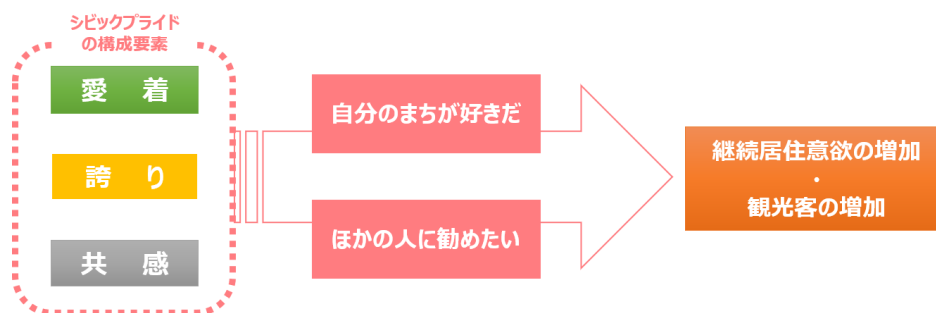


図 19 シビックプライドのイメージ

重点施策⑩ ボランティアガイド等の育成・支援



現在、市内では「いしかりガイドボランティアの会」などが市民による地域の歴史・文化の発信を行っているほか、観光サポーターが物販イベントにおける特産品のPRや販売補助等を行っています。

このボランティアガイド等を将来へ引き継いでいくため、担い手の確保に向けた育成・支援を行います。



写真 24 いしかりガイドボランティアの会



基本施策 6

観光関連事業者等との連携強化

観光地域づくりには、体験メニューや着地型観光商品、観光特産品などの商品を開発し、流通させることが求められ、これらを取りまとめる地域のコーディネーターが必要です。また、近年では、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として「観光地域づくり法人(DMO)」が重要とされています。

そのため、石狩観光協会、株式会社あい風(道の駅石狩の運営会社)、まちづくり協議会や事業者等との連携を強化するとともに、これらコーディネーターやDMOの可能性について、検討を進めていきます。

重点施策 ⑪

観光関連事業者・協議会等との連携強化



石狩観光協会、株式会社あい風、まちづくり協議会や事業者等との連携を強化し、観光を切り口に交流人口の拡大や地域活性化を目指します。また、DMOの形成や地域コーディネーターの育成などについて、情報収集を行いながら検討を進めていきます。

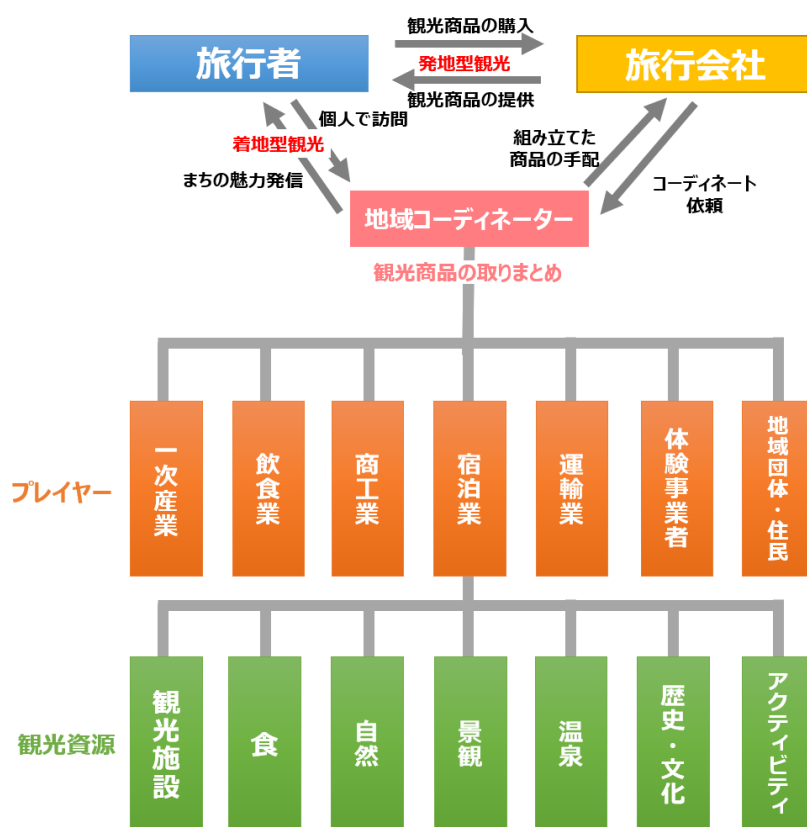


図 20 コーディネーターの体系イメージ



（４）計画の成果指標

「目指すべき方向性」への進捗状況を把握するため、計画期間内における成果指標を下記のとおり設定します。

項 目	現在値 (令和元年度)	目標値 (令和 13 年度)	評価方法
観光入込客数	220 万人	250 万人	観光入込客数調査により把握
道の駅石狩 「あいろーど厚田」入込客数	43.4 万人	40 万人	指定管理者より報告
宿泊者数	1.8 万人	5万人	観光入込客数調査により把握
※道の駅石狩「あいろーど厚田」における新商品数	7件/年	10 件/年	指定管理者より報告
石狩市が好きな市民の割合	75.8%	100%	企画課「市民意識に関するアンケート調査」により把握

表2 計画の成果指標

※ 道の駅石狩運営会社や商品を卸している事業者が商品開発を行い、道の駅石狩で販売した商品



6. 計画の推進体制

(1) 計画の推進体制

本計画を推進するにあたっては、市民、事業者、観光協会等及び行政が協働で取り組むとともに、農業、漁業、地場産業等の他分野との連携を図りながら計画を推進していきます。

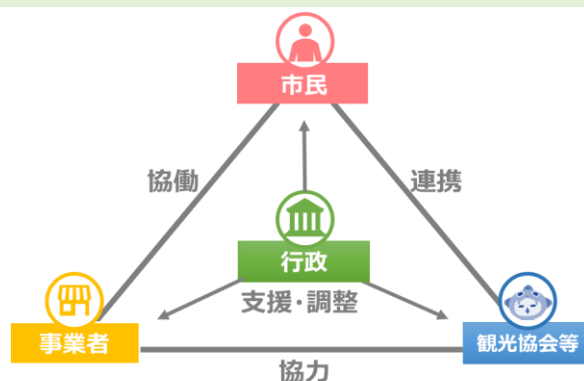


図 21 計画の推進体制

(2) 各主体が取り組むこと

【市 民】

道の駅石狩のコンセプトでもある「近説遠来」の考えに基づき、市民がまちの魅力を発見し、家族や友人、知人に伝えていくとともに、地域でその魅力を楽しみ、もっと自慢できるように磨き上げることが重要です。

そのため、まずは自分たちの住む石狩市に目を向け、まちの魅力を知り、石狩市に訪れた方にその魅力を伝えるとともに「おもてなし」の意識であたたかく迎え、交流を楽しむことが求められます。

【事 業 者】

観光は関連する産業の裾野が広く、幅広い経済効果をもたらすとされていることから、事業者は、観光を自らのビジネスチャンスと捉え、観光客のニーズを的確に把握し、地域の魅力を有効活用したサービスの提供が求められます。

また、地域の観光振興へ向けた取り組みに積極的に参加し、事業者個人としてはもとより、地域全体で潤うことが求められます。

【観 光 協 会 等】

石狩観光協会は、「観光産業の健全な発展を図り、市民生活文化の向上と地域産業経済の発展に寄与する」という設立目的に則り、市内の観光資源を効果的にPRしていくほか、イベントや海水浴場などの集客が期待される観光素材を核に、地域のコーディネーターとしてまちの観光資源を組み合わせ、地域一帯の魅力向上と活性化を図る取り組みが求められます。

株式会社あい風は、道の駅石狩を含め、あいロードパークを適切に管理運営するとともに、石狩北部地域の観光拠点として地域資源を活用した魅力づくりや、観光情報の発信、地場製品の販売などの集客に向けた取り組みが求められます。

また、まちづくり協議会は、地域住民等と協力し、地元資源を掘り起こし活用することで、着地型観光商品の造成や情報発信を行い、活気ある地域づくりが求められます。

なお、これらの事業者・団体は、本市の観光における中核となることから、特に密な連携をとり、相乗的に観光振興を図ることが重要です。

【行 政】

本計画で掲げる目指すべき方向性に向けて、市民、事業者及び観光協会等が連携し、オール石狩体制で観光振興が図られるよう全体の連絡調整を行うとともに、各主体が最大限に活躍できる環境の整備に努めます。また、国や北海道、近隣市町村など、広域的な連絡調整を行います。



（参考）計画策定のプロセス

本計画は、目指すべき方向性を共有し、市民、事業者、観光協会等、行政が協働で進めるとともに、特に観光は関連する産業の裾野が広いことから、多分野の関係者に広く受け入れられる計画である必要があります。

そのため、本計画を策定するに当たっては、有識者や市内の商工業関係者等で構成された「第3次石狩市観光振興計画策定委員会」による議論を行い、他産業との調和や官民連携の推進を図りました。また、観光業に加え、各分野において市内で石狩のために活動されている事業者・団体にお集まりいただき、「石狩市観光まちづくりワークショップ」を開催し、石狩市の観光や地域振興に携わる方の生の声を汲み上げ、今後の市の観光分野に係る目指すべき方向性や具体的施策の抽出などを図り、実効性のある計画の策定を目指しました。

各会議の開催状況等は、下記のとおり整理しています。



図 22 第3次石狩市観光振興計画策定スケジュール

(1) 第3次石狩市観光振興計画策定委員会

	所 属	氏 名
委 員 長	株式会社あい風 代表取締役	秋井 卓也
副委員長	一般社団法人石狩観光協会 専務理事	南 誠
委 員	石狩商工会議所 青年部筆頭副会長	嶋田 拓馬
	石狩北商工会 会長	岸本 教範
	石狩市農業協同組合 営農部長	木村 邦博
	北石狩農業協同組合 経済センター長	大内 幸二
	石狩湾漁業協同組合 専務理事	和田 郁夫
	石狩青年会議所 理事長	平塚 光悦
	市民公募	久保田 陽子

表3 第3次石狩市観光振興計画策定委員会の委員名簿



①第1回策定委員会

日 時:令和3(2021)年7月27日 13:30 ～ 14:30
場 所:石狩市役所 5階 第一委員会室
議 題: ・石狩市観光振興計画について
・第2次石狩市観光振興計画の振り返りについて
・第3次石狩市観光振興計画の骨子(案)について



写真 25 第1回策定委員会

②第2回策定委員会

日 時:令和3(2021)年10月25日 14:00 ～ 15:30
場 所:石狩市役所 3階 庁議室
議 題: ・第3次石狩市観光振興計画の策定について(継続審議)

③第3回策定委員会

日 時:令和3(2021)年12月1日 10:30 ～ 11:10
場 所:石狩市役所 3階 庁議室
議 題: ・第3次石狩市観光振興計画の策定について(継続審議)

④第4回策定委員会

日 時:令和4(2022)年3月10日 14:00 ～ :
場 所:石狩市役所 3階 庁議室
議 題: ・第3次石狩市観光振興計画の策定について(答申)



(2) 石狩市観光まちづくりワークショップ

関係団体	観光事業者・団体		市関係課
株式会社あい風	いしかりガイド ボランティアの会	木村果樹園	厚田支所地域振興課
一般社団法人 石狩観光協会	ハマナス再生 プロジェクト協議会	有限会社 THE DAY	浜益支所地域振興課
石狩商工会議所	うみいく	合同会社 森のピタゴラス	環境課
石狩北商工会	アミーケ・インター ナショナル株式会社	NPO 法人 eзорock	企画課
石狩市農業協同組合	厚田産業株式会社	石狩思いやりの 心届け隊	秘書広報課
北石狩農業協同組合	いしかり地産地消の 店推進協議会	厚田地域おこし 協力隊	税務課
石狩湾漁業協同組合	北石狩地域観光 まちづくり協議会	浜益地域おこし 協力隊	社会教育課
公益財団法人 石狩市体育協会	浜益観光まちづくり 推進協議会		
石狩青年会議所			

表4 石狩市観光まちづくりワークショップの参加事業者・団体等

①第1回ワークショップ

日 時:令和3(2021)年6月 29 日 18:00 ～ 20:30

場 所:石狩市役所 4階 401・402 会議室

演：株式会社北海道宝島旅行社 代表取締役社長 鈴木 宏一郎 氏

「住んで良し、訪れて良しの観光地域づくり」

テーマ:・コロナ禍で失ったものと得たもの

・石狩に関わるあなたの仕事を続けるために、これからも大切にしたいこと

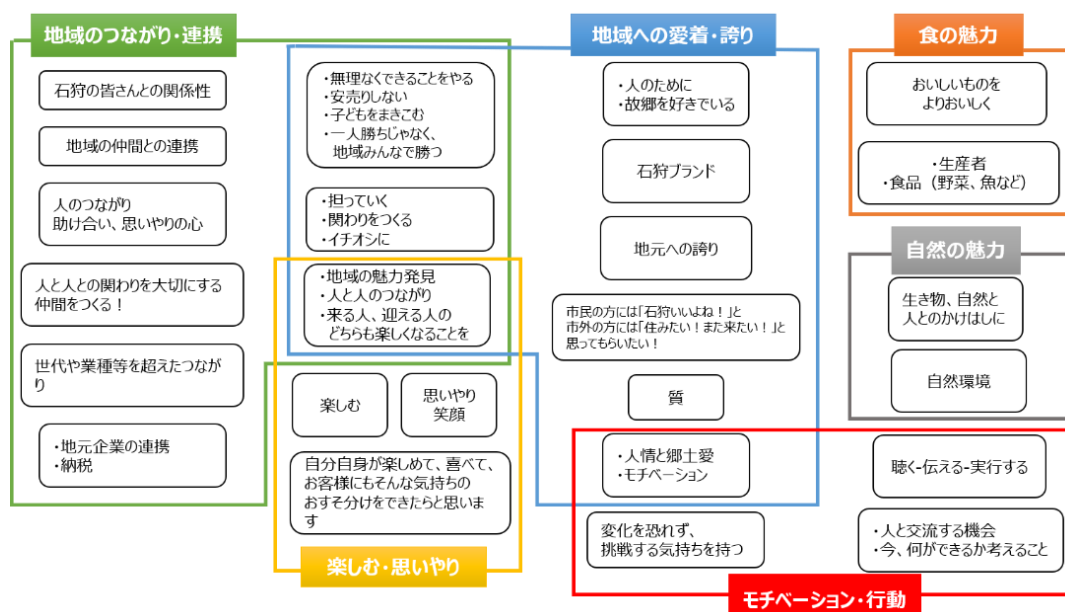


図 23 「これからも大切にしたいこと」整理表



②第2回ワークショップ

日 時:令和3(2021)年7月 15 日 18:00 ～ 20:00

場 所:石狩市役所 4階 401・402 会議室

事例発表：「石狩の観光の“いま”を知る」

本町地区 ハマナス再生プロジェクト協議会 代表 尾形 優子 氏

厚田区 株式会社あい風 代表取締役

秋井 卓也 氏

浜益区 NPO 法人 ezorock

崎川 哲一 氏

意見交換：・これからの石狩の観光で大事なことは何が聞きましたか？

・いまの石狩の観光でもっと力を入れたいことは何が聞こえましたか？

・石狩市民にとって観光で大事にしたいことは何が聞きましたか？

石狩の観光で大事なこと	石狩の観光でもっと力を入れたいこと		石狩市民にとって観光で大事にしたいこと
石狩の好きを発信！	市民が地元のことを学べるような活動を！	既存のコンテンツの磨き上げ	市民が“知る”！
石狩の良さを市民にも市外の人にも！	若年層を取り込める工夫を！	食に特化した企画の考案	市民が“広める”！
“観光が売れる”につなげる！	元々ある素晴らしい素材を活かした観光を！	新しい切り口で観光コンテンツの考案	市民が“再発見”！

表5 第2回ワークショップのまとめ

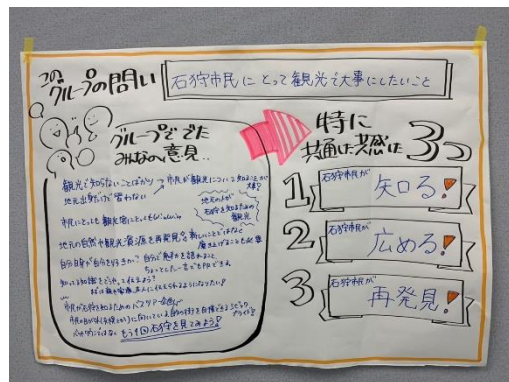
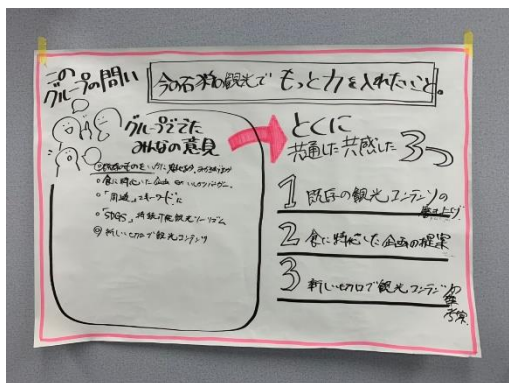
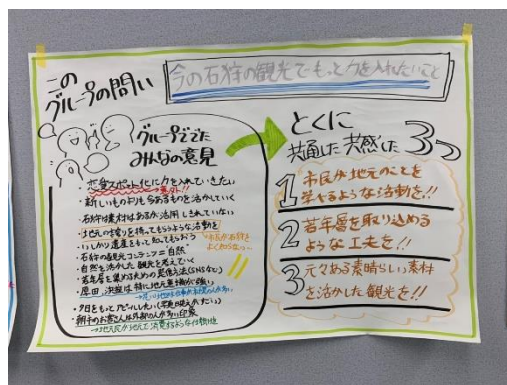
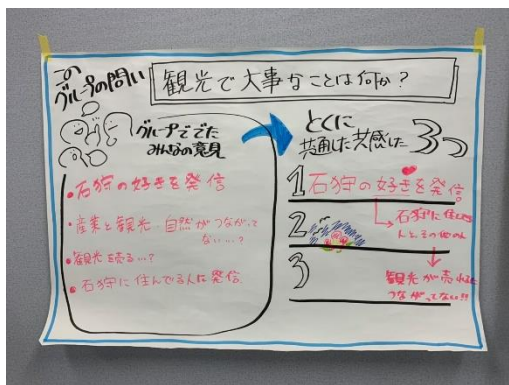


写真 26 第2回ワークショップのまとめ



③第3回ワークショップ

日 時:令和3(2021)年7月 26 日 18:00 ～ 20:00

場 所:石狩市役所 4階 401・402 会議室

意見交換:石狩を「住み続けたい、何度も訪れたいまち」にするために私たちがやってみたいことは？

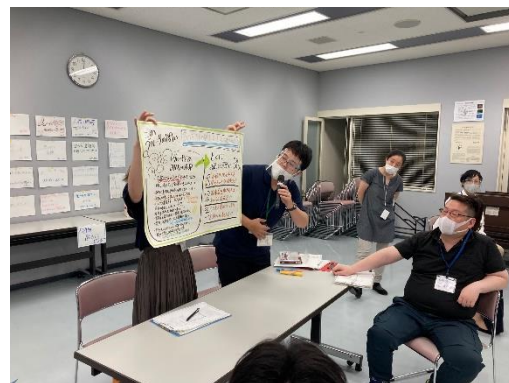
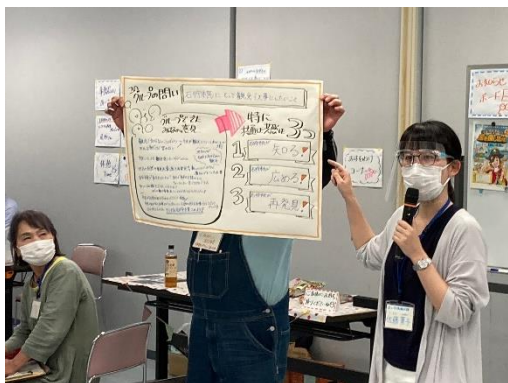


写真 27 ワークショップのようす



第 3 次石狩市観光振興計画

令和 4（2022）年 月

石狩市企画経済部商工労働観光課