

根室市観光のまちづくり基本方針

平成22年3月

根 室 市

目 次

| | |
|------------------------|---|
| はじめに | 1 |
| 1 . 基本的な考え方 | 2 |
| 2 . 根室観光の現状と課題 | 3 |
| 観光入り込み数の変化 | |
| 一期集中型 | |
| 通過型観光 | |
| 情報発信の不足 | |
| 受け入れ基盤の整備 | |
| 3 . これからの観光の方向性 | 7 |
| (1) これまでの北海道旅行 | |
| (2) 観光客の意識の変化 | |
| (3) 観光コンテンツの多様化 | |
| (4) サービスに対する評価 | |
| 4 . 目指すべき方向 | 9 |
| (1) 地域資源を活かした観光地づくり | |
| (2) 広域連携による観光地づくり | |
| (3) 情報発信力の強化による誘客の推進 | |
| (4) 地域サービス力の向上 | |
| (5) 満足度向上による経済効果への波及 | |

| | |
|------------------------------|----|
| 5 . 具体的な推進施策 | 11 |
| (1) 地域資源を活かした観光地づくり | 11 |
| 味覚観光都市のさらなる推進 | |
| 豊かで貴重な自然環境の活用 | |
| 新たな観光の開拓 | |
| (2) 広域連携による観光地づくり | 17 |
| ルート設定と交通機関整備 | |
| 受け入れ環境の整備とプロモーションの強化 | |
| (3) 情報発信力の強化による誘客の推進 | 20 |
| 着地からの観光情報の充実と誘客促進 | |
| 外国人観光客へのプロモーションと受け入れ体制の充実 | |
| (4) 地域サービス力の向上 | 24 |
| 地域が一丸となった受け入れ体制 | |
| 人材の育成とネットワーク作り | |
| (5) 満足度向上による経済効果への波及 | 26 |
| 新たなアプローチによる観光戦略の構築と顧客満足度の向上 | |
| おわりに | 28 |

はじめに

根室市の観光推進については、平成7年3月、「再発見・再発信オンラインワンねむろ」を合言葉に根室市観光基本計画を策定し、これを基本として根室観光情報発信基地となる道の駅「スワン44ねむろ」の設置・運営、世紀越えイベントの開催、平成13年の「味覚観光都市宣言」、風蓮湖・春国岱のラムサール条約湿地への登録等、施設整備や各種振興事業を進めてきました。

しかし、旅行形態が従来の通過型・団体型の観光から目的地の自然や生活文化、さらにはそこに暮らす人々とのふれあいを求める、交流型・個人型へと大きくシフトしており、このような動きに対応した取り組みが必要とされています。

一方、地域が創意工夫し、主体的な取り組みにより地域資源を保全しながら持続的な活用を図っていくことは、地域経済の活性化や雇用機会の増大に大きな役割を果たすとともに、豊かな地域社会の実現につながります。

そして、厳しい経済環境や人口流出が進む中、観光振興による交流人口の拡大は地方都市の自立的な発展を促す大きな力になります。

このため、地域に住む全ての人々が地域資源を改めて見つめ直し、誇りと自信を持って訪れる人々との交流を深めることが大切であり、「まちづくり」そのものが観光振興に結びつくと言えます。

市民全てが連携・協働し、「根室市観光のまちづくり基本方針」を実践していくことが、活力のある地域づくりにつながるとの考えから策定したものです。

根室市観光のまちづくり基本方針

1. 基本的な考え方

根室の観光資源の洗い出しをするとともに、現状・課題の客観的な評価を行い、地域住民の視点と観光客の目線を意識し、今後の観光客の志向にあった観光施策を生み出すこととします。

根室観光の大きな柱は「豊かで貴重な自然」と「日本有数の水産物の産地」ですが、この二大観光資源を大切に保全し、民間との協働・連携を図ると共に、創意工夫をこらし、根室観光の持続的な発展を目指します。

地域住民が、根室の持つ自然・歴史・文化の魅力を再認識し、誇りを持って観光客にアピールし、地域住民すべてが来訪者を温かくもてなす振興策を展開することにより、豊かな地域社会の実現に結びつけます。

根室の地理的特性を考慮し、単に来訪客数の増加を目標にするのではなく、滞留時間や滞在日数の延長、さらには観光客一人当たりの投資額が増加し、地域にとっての経済効果が十分発揮されるよう、顧客満足度の高い観光地を目指します。



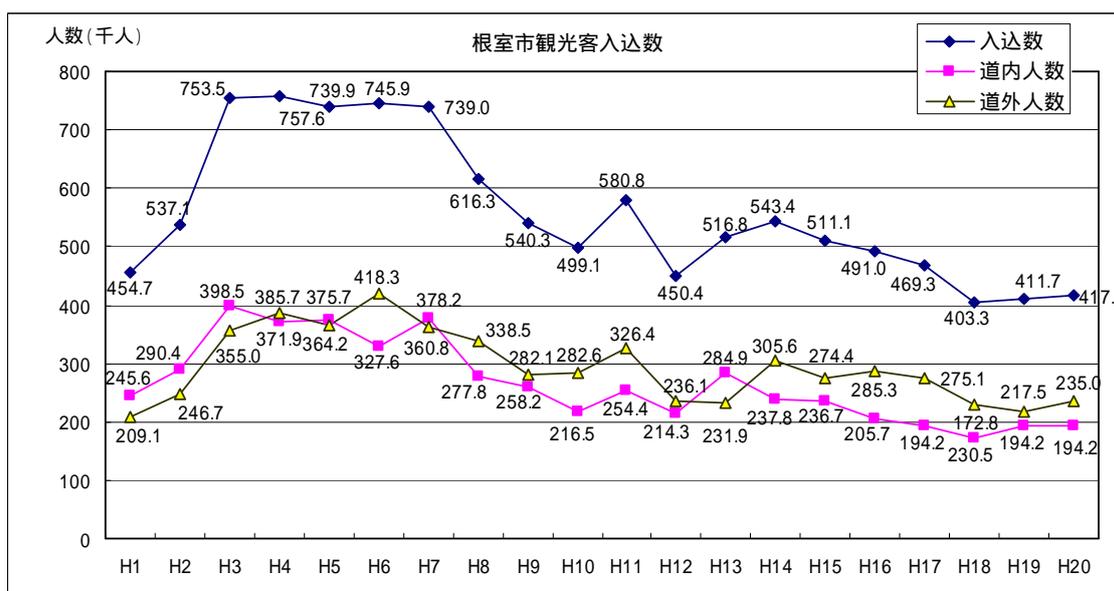
2. 根室観光の現状と課題

観光入り込み数の変化

根室を訪れる観光客の数は、平成4年をピークとして、漸減傾向を続け平成20年度では41.7万人となっています。

これは、本土最東端という地理的特性による「一度は行ってみたい」「最果てを訪れたい」との欲求も落ち着いたことや、空路・鉄路・道路等交通手段の利便性が改善されないことにより、日本人の余暇活動の内容が拡大しないなど、首都圏・道央圏から遠距離という時間的条件をクリアできないことが大きいものと判断されます。

さらに、日本人の観光にはかかせない条件である「温泉」を持たないことや、核となる宿泊施設が不足していることから、大手旅行代理店が企画するパッケージツアーに組み込まれないことも大きな要因と考えます。

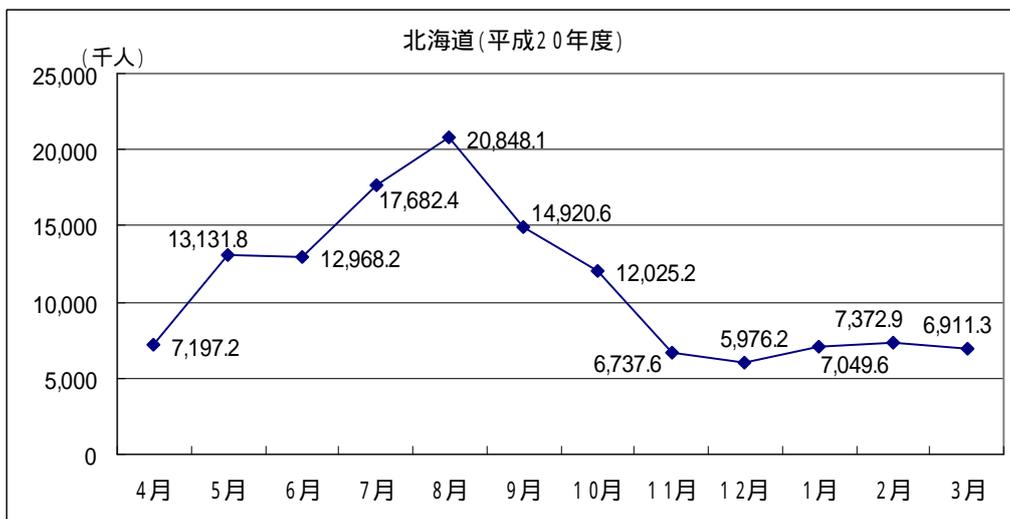
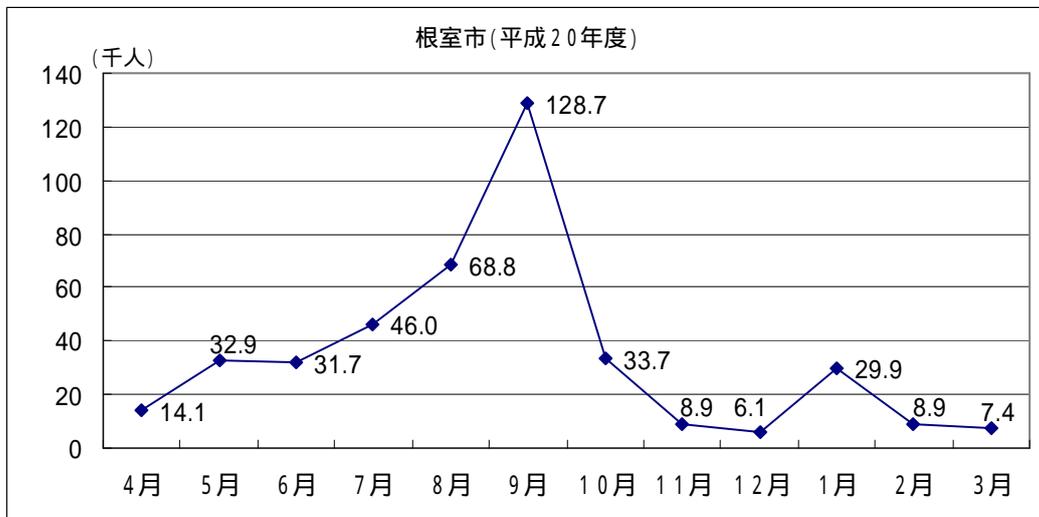


一期集中型

根室市の観光客の訪問動態は、北海道全体がそうであるように、やはり7月から9月の3ヶ月にその6割が集中するという、典型的な夏期集中型の形態となっており、このことが観光施設整備においても大きな障害であるばかりでなく、観光事業者の安定的な経営にも影響を及ぼしています。

このことから、夏期以外の季節の観光資源の開発やイベントの創出等観光客入り込みの平準化を目指す取り組みが必要です。

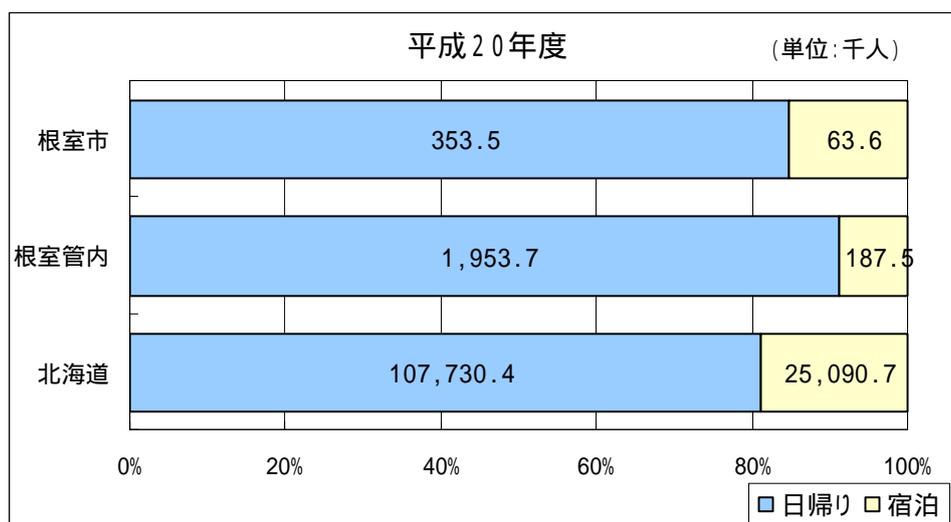
平成20年度月別訪問入込数



通過型観光

根室市は半島という地理的条件や温泉が無いという環境から、訪れる観光客の大半は、根室市の最大の観光ポイントである納沙布岬を訪問し、1～2時間の滞在で、阿寒や川湯、さらには知床等の大規模な宿泊施設のある次の目的地に向かう動きにより、入り込み数に比較し宿泊客が少ない、典型的な通過型観光地となっています。

日帰り・宿泊別入込割合動向表



情報発信の不足

観光客へのアンケートや、旅行エージェント等との意見交換で指摘されるのが、情報発信力の不足です。

地元では「豊かな自然」「素晴らしい味覚」の二つを観光資源の柱と位置づけ、各種振興策を展開してきました。

また北方領土返還運動原点の地として、各方面に情報発信をしていることや新聞・テレビ等マスコミにも取り上げられる機会が多いことから、「根室」という名前の認知度は一定程度あるものの、大きなマーケットである道央圏や首都圏において、交通アクセスや観光資源といった観光行動に結びつく具体的な内容については、ほとんど知られていない状況にあります。

また、訪れる観光客の目的は必ずしも根室市だけではなく「ひがし北海道」「釧路・根室」「根室管内」といったエリアで旅程を組んでいることから、近隣の地域と連携を図った広域観光ルートの形成や、そのPRに努める必要があります。

受け入れ基盤の整備

根室市には、道立自然公園でもありラムサール条約登録湿地にも指定されている「春国岱」「風蓮湖」を始め、根室十景として10箇所の観光ポイントを指定していますが、これらへの誘導標識や各ポイントにおける見所や歴史的な背景などの説明も十分ではありません。

また、各観光施設における表示看板、駐車場、トイレ等基本的な情報についても十分とはいえず、機能充実が求められているほか、外国人観光客に対し利便を図るため、案内板や標識への外国語併記も進める必要があります。

さらに、日本でも有数の水産基地であり、四季を通じて新鮮な魚介類が水揚げされる土地でありながら、何時どこで味わったり、購入できるかの表示や案内がないことから、訪れる観光客からもこれらの整備充実の要望も多くなっています。

3. これからの観光の方向性

(1) これまでの北海道旅行

旅行者の意識や価値観の多様化により、観光に対する意識は大きく変化しつつあります。

特に、北海道はこれまで、「雄大な景観」「広大な大地」「手付かずの自然」「最果て」といったイメージで観光客を集め、広大な面積を周遊型で巡る手法をとってきたため、とかく「コースがハード」「北海道旅行は疲れる」といった批判も多く寄せられました。

また、いわゆる「絵葉書的景観」「最果ての地」を訪れる旅行はリピートにつながらなく、「見るだけ」「訪れるだけ」といった単純な目的と観光行動の旅行は、ほぼその役割を終えたといえます。

(2) 観光客の意識の変化

これまでは、大型バスによる周遊型観光が主体でしたが、個人やペア、ファミリー、気のあった仲間、趣味のサークルなど、個人・グループへ行動単位が移行しています。

また、根室でいえば「納沙布岬」を訪れ「花咲かに」をお土産にするといった定番観光ではなく、「根室へ行ったら何処のエスカロップを食べる」「春国岱を散策し野鳥観察をしたい」「サンマの水揚げ風景を見て、刺身を味わい、友達に箱詰めを贈りたい」といった多様な動機や、訪問する場所もしっかり定めたスタイルが主流となってきています。

さらに、移動や宿泊も、個人型割引運賃の積極的な活用や、ネット予約を用いることで、利便性と経費の節減を図る方も急激に増えているほか、しっかりと自分の目的にあった選択を行い、旅行における消費行動も均一ではなく、期待する内容によって、大きな差も生じる形態となっています。

(3) 観光コンテンツの多様化

近年、ライフスタイルの多様化や情報化の急激な進展により、旅行者のニーズは、従来からの枠組みでは考えられないほど多岐にわたり、様々な分野におよんでいます。

特に、自然や環境、健康への関心の高まりが強まってきていることから、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、マリン・ツーリズム、ヘルスツーリズムなど「ニューツーリズム」と称される新たな体験・交流型の形態が人気を得るようになってきています。

さらに、知的欲求を充足させるツアー（例：大学や行政が主催するセミナーの参加等）や、地域参加・社会参加型ツアー（例：ボランティアツアー参加）への関心も高まりつつあります。

また、「味覚」を目的としたツーリズムにおいても、単に味わうだけではなく、生産現場や加工工程等を見たり、最新の技術に触れる等、体験型・参加型・学習型の内容が求められる内容となっています。

(4) サービスに対する評価

これまでも北海道観光は「景色は一流・サービスは二流」といった評価をされてきましたが、これからはよりサービスの質的な向上と、様々な利用客のニーズに的確に対応できる質の高さが求められています。

特に、個人やグループ客にはその場面に応じたきめ細かな内容のサービスが必要であり、場合によっては「サービスをしないサービス」や「お客様自身が選択するサービス」の設定など柔軟な対応により、観光旅行者の満足度を高めることが必要です。

4. 目指すべき方向

(1) 地域資源を活かした観光地づくり

根室の自然や歴史・景観・伝統・文化・産業といった地域資源を改めて観光という切り口で分析し、どう位置づけるか検討するとともに、根室十景のように既に観光地として認知されている場所においても、新たな視点による見直しが大切です。

また、日々の暮らしの中にも観光資源としての活用が図られる事柄があることから、それらが、観光コンテンツとして、しっかりと位置づけられるよう関係機関・団体、さらに地域の民間組織や住民とも幅広く連携し、創意と工夫により他地域との差別化を図り、観光振興と地域づくりが一体となった取り組みを進めていきます。

(2) 広域連携による観光地づくり

交通体系の整備や観光客のニーズの多様化により、広域的な観光形態が広まりつつあります。

このような変化に対応し、道内外の数多くある観光地との競争に打ち勝つ観光地を創出するためには、単に地域同士が結びつくのではなくそれぞれの地域に共通するテーマにおいて連携を強化することと、各地域の役割分担を明確にして補完・協力することが大切です。

(3) 情報発信力の強化による誘客の推進

現在、様々な地域が観光を「第三の産業」と位置づけ、観光振興に力を注いでおり、多くの情報が様々な形であふれています。

このような状況の中、招き入れる地域がいかに正確で旬の情報を迅速にわかりやすく提供できるかが、大変重要となっています。

また、観光産業においてもIT機器を積極的に活用したプロモーションや予約、精算のシステムが普及しつつあることから、このような仕組みを意識した効果的な情報発信を行う必要があります。

(4) 地域サービス力の向上

だれもが自由に旅行を楽しむ時代となり、北海道の主要な観光地は既に何度か訪れている人が大半を占めるようになりました。

しかし、首都圏や道央圏から遠隔地である当地域では、いかに顧客満足度を上げ、リピート、さらにスリープートしていただくことが重要であり、特に観光客と接する観光産業従事者の対応は訪れる観光客に強い印象を与えるとともに、その期待に応え得れば、新たな観光客の誘客につながります。

しかし、現在の観光客の行動は多様化しており、様々な場面において観光客とのふれあいが考えられることから、市民総ぐるみでのホスピタリティ向上を目指すことが大切になります。

(5) 満足度向上による経済効果への波及

観光産業は裾野の広い産業であると言われてますが、これは関連する分野が多いことから、その波及効果により様々な業種の活性化につながるためです。

さらに、交流人口が増えることにより、域外からの投資額の増大は地域経済の伸展はもちろんのこと、雇用の創出や社会資本の充実など広く地域の発展につながります。

これまで、根室観光最大の課題は前述したように一期集中・通過型の観光形態であり、今後は、いかに地域内での滞留時間を伸ばす工夫を行い、その延長として宿泊、さらには連泊につなげることが必要です。

さらに、地域資源の新たな掘り起こしにより、秋から春にかけての観光資源を開発し、観光客の平準化を目指します。

また、これまで観光統計は入り込み数を最大の目安としてきました。

しかし、観光客の動態が多様化した現在、入り込み数のみで評価することは、不十分なことから、今後は訪れた観光客の満足度を高め、一人当たりの消費額をいかに伸ばし、産業として地域経済に波及するかを積極的に求めていくことが必要です。

5. 具体的な推進施策

(1) 地域資源を活かした観光地づくり

味覚観光都市のさらなる推進

根室市が有する多くの地域資源の中でも、豊かで新鮮な「味覚」は最も優位性の高い資源であるといえます。

特に、オホーツク海と太平洋に囲まれた広大な漁場から水揚げされる水産物は、全国でも第5位(平成18年)の水揚高を誇り、根室市を訪れる観光客からも高い評価を得ています。

このような状況を背景に、根室市では訪れる観光客が「食と観光」の一体感を感じ満足度を高めようと、平成13年9月「味覚観光都市宣言」を行いました。

この宣言を受け、味覚観光大使の委嘱・ロゴマークの作成・地元素材を活用した独自メニューの開発・昆布料理発表会の開催等の各種事業を展開してきました。

これらの事業の推進により、一定の成果を挙げてきたところですが、地域ブランドを巡る動きや、安全・安心な食品づくりへの対応等、生産地の優位性だけでは解決しえない問題も多く、これまでも増して戦略的な取り組みが必要とされております。

このため、産業間の連携を深め、提供する食事内容の充実はもちろんのこと、地域の食文化との関わりをきちんと説明することや、生産・加工現場を体験してもらい、食材への理解を深め地域の人々との交流を深めるなど、多様な取り組みにより食の持つ付加価値を高めていくことが大切です。

また、多種多様な優れた食材があるものの、観光客にとって手に入れやすい場が少ないことや、保存性や利便性を兼ね備えた付加価値の高い特産品の開発も求められていることから、特産品の販売拠点の整備と積極的な商品開発を進めることにより、味覚観光都市としての魅力を一層アピールすることにつながります。

さらに、品質が高くヘルシーな日本の食材や食文化は、欧米を始め最近ではアジアにおいても高い評価を受けていることから、水産物や酪農製品の産地である当市は外国人旅行者を招き入れる大きな要素を内在しています。

このため、食の魅力の海外への発信や誘客に結びつくプロモーション活動を展開することが大切です。

【想定される事業】

生産・加工・流通・販売をつなぐコーディネート機能の強化

産地の「強み」より一層生かしたマーケットの設置
地域食文化情報のデータベース化・ネットワーク化による発信力の強化と次代への継承

付加価値を付けた特産品の開発

食の生産・加工現場の体験

訪日外国人に対する味覚観光プロモーション



豊かで貴重な自然環境の活用

北海道は、恵まれた自然景観を観光資源として成長してきましたが、これまでのような絵葉書的景観と温泉を軸とした観光は大きな転機を迎えており、「無垢の素材」を見てもらうだけではなく、そこに一定の「動機」や「目的」が必要とされるようになってきています。

こうした状況の変化は自然環境においても見られ、地域の貴重な自然環境を守りつつ、それらを体験し学び、さらに観光と地域振興にもつながるエコツーリズムの推進や、最近ではバードウォッチングや野生動物の観察ツアー、牧場や海岸線などを散策し自然景観を楽しむパブリックフットパス、環境保全活動をお手伝いするボランティアツアーなど多彩な動きが見られるようになってきています。

当市には、野付風蓮道立自然公園や根室十景に指定される景勝地があり、その景観の魅力を伝えるべく観光パンフレットやホームページなどを通じてPRに努めてきました。

また、2005年には、風蓮湖・春国岱がラムサール条約湿地に登録されるなど、この地域の重要性が世界的にも認知されつつあります。

こうした中、春国岱を中心とした根室半島は日本でも有数の野鳥の楽園として知られていましたが、その優れた環境を地域の観光資源として大切に活用しようと、平成16年から釧路空港国際化推進協議会と連携を図り、英国で開催される「プリティッシュバードウォッチングフェア」へ日本の地域としては初めて参加し、その魅力を発信してまいりました。

さらに、この豊かな自然環境を見て楽しむだけではなく、滞在し体験する体験型観光の動きも加速しており、乗馬・カヌー・自然散策等の事業者も活動を行っています。

しかし、一期集中型の観光形態から脱しきれないことから、繁忙期にお客様が集中することや、ガイドスタッフの養成、情報発信力の不足など課題も多く抱えています。

豊かな自然環境は、根室市の地域資源の中でも「食」と並び根幹を成すものですが、観光資源をいたずらに消費するだけではなく、

資源としての価値が将来にわたって安定的に受け取ることが出来るよう環境保全に配慮しつつ、持続的な活用を考える必要があります。

根室半島では、古くから多様な野生生物の生息や、貴重な植生が存在するこの自然環境の中で生産活動を行ってきました。

このことは、ラムサール条約の「貴重な自然環境を保全しつつ賢明な利用を図る」という考えそのものを形にしており、今後もこの考え方を大切にしながら観光振興策を進めていきます。

【想定される事業】

豊かな自然環境の保全活動と観光資源としての利用の推進
アップトゥデートな自然環境情報の発信
ネイチャーガイドの育成とマネジメントシステムの確立
バードウォッチングやフットパスなど根室ならではの自然環境を活かしたツーリズムの推進
根室観光の基本となるラムサール観光の推進



新たな観光の開拓

完全週休二日制の推進や残業時間の抑制、連続休暇取得の促進等、仕事と生活の調和を図る動きが進んでいるほか、休暇の分散化を推進するため「秋休み」の取得など、旅行の容易化・円滑化により観光旅行の促進に向けた環境も整備されつつあります。

また、国民の価値観が多様化し、自然や環境に対する考え方や健康への関心が高まったことを背景に、新たな形態のツーリズム（ニューツーリズム）が普及しつつあります。

エコツーリズム・ヘルスツーリズム・マリンツーリズム・アートツーリズム・産業観光といったニューツーリズムに共通することは、いずれも参加型・体験型・学習型の要素を持っていることであり、さらに地域の特性を強く反映することから、多種多様な内容となり、旅行代理店が従来から企画販売する商品とは異なる内容となります。

さらに、企画内容については着地側の視点が重要であり、地域が主役となることが重要です。



平成19年から、いわゆる団塊世代の大量退職が始まり、長期滞在型観光に対する関心が高まっています。

また、移住促進に向けた取り組みも行われつつありますが、移住の前段階となるロングステイを積極的に推進することにより、観光客の一極集中の解消や広域観光ルートの設定、さらには体験型観光プログラムの拡充にもつながります。

また、水産業や酪農業などの一次産業を基幹産業とする当地域には、それぞれの産業が持つ技術や歴史的・文化的価値を有する物が多く存在します。

その様な生産現場等を観光資源とする産業観光も新たなツーリズムとして注目を集めていることから、産業団体とも連携を深め、ビジネスモデルとして成立するよう取り組みを進めていきます。

さらに、自然豊かな環境に身を置くことにより、健康回復・増進・保持するヘルスツーリズムは、この地域にとって最も適応し易い新たな形態であることから、その可能性と知識について研究を進めていきます。

【想定される事業】

ニューツーリズムの創出とその情報発信体制の整備
ニューツーリズムのマーケティングと推進体制の構築
農漁村地域において交流を深めるグリーン・マリンツーリズムの推進
環境と経済の両立を目指すエコツーリズムの普及定着活動の促進

(2) 広域連携による観光地づくり

ルート設定と交通機関整備

本土最東端に位置する根室市は、道央圏や首都圏からのアクセスの「線」が細いため、根室市単独での誘客には困難な面も多いことから、点の観光ではなく根室地域、さらには隣接する釧路地域をも含めた面的な広がりのある観光が求められています。

このため、ラムサール条約登録湿地やバードウォッチング、さらにはパブリックフットパスといった「自然環境」や、国内でも有数の一次産品の産地としての「味覚資源」など共通するコンテンツで結ぶプランや、「道路」「線路」といったアクセス手段によるプラン、さらにはカヌーや乗馬、トレッキングなど体験メニューの組み合わせによるプラン等、様々なルートの提案を行っていきます。

北海道の中でも、移動距離の長い根室地域においては、地域間を結ぶ交通網の整備と拡充は広域観光を推進するうえからも重要課題であり、また、拠点となる根室駅から市内の観光地点とを結ぶ二次交通の整備が求められています。

このことから、管内唯一の鉄道路線であるJR花咲線の効率的な活用を図るため、花咲線沿線自治体との連携を図るとともに、交通拠点から観光拠点を有機的に結ぶため、市内運送業との効率的な連携を高める必要があります。

また、三方を海に囲まれた半島地域にあって、その優位性を確保するためには海上交通の整備が必要です。

特に、洋上からの北方領土見学・海洋生物観察・フィッシング等、海上をフィールドにした観光資源も豊富なことから、近海クルーズ航路の開発や受け入れ施設整備などについて研究を進めていきます。

一方、団体から個人やグループの旅行形態にシフトしていることから、自家用車やレンタカー利用が増加傾向にあります。

このため、「休憩機能」「情報発信機能」「地域の連携機能」を併せ持つ「道の駅スワン４４ねむろ」の機能強化と施設整備を充実させ、多様なニーズを持つ旅行者への対応を充実していくほか、ビューポイントの整備や最近増えつつあるキャンピングカーの駐車施設の整備も図っていく必要があります。

【想定される事業】

コンテンツ毎の広域観光プランの策定
JR 花咲線沿線自治体との連携によるプロモーションの推進
交通拠点からの二次交通網の整備
海上交通整備と海洋観光資源の有効利用
「道の駅」の機能強化と道路付帯施設の整備

根室市白鳥台センター「道の駅スワン４４ねむろ」



受け入れ環境の整備とプロモーションの強化

広域観光の推進には、ルートとなる地域全体での観光推進が重要となります。

このため、共通の仕様により統一感を高める工夫や、観光情報のコンテンツ別編集、情報表示の統一化を図るなど情報インフラの整備が必要です。

また、観光客の消費によるゴミ処理が課題となっていることから、広域連携の長所を活かし、処理システムの一元化に向け取り組みを進めていきます。

さらに、それぞれの地域のイベントを有機的に結び付け、シナジー効果が得られるよう、スタンプラリーの実施やキャンペーンの実施など統一したPR活動を展開していきます。

また、北海道観光振興機構をはじめとして釧路空港国際化推進協議会や根室観光連盟などの関連団体と、観光情報の共有や団体相互の定期的な交流・協議の場の設定、共同プロモーションの実施など、関連団体相互の連携強化を進めていきます。

【想定される事業】

広域観光情報インフラの整備
広域連携による環境問題への対応
統一プロモーション事業の強化
域内観光関係団体の連携強化

(3) 情報発信力の強化による誘客の推進

着地からの観光情報の充実と誘客促進

これまでの旅行では、出発地の旅行会社が内容を企画し、交通機関や宿泊の手配を行い商品として販売する形態が主であったことから、必ずしも到着する地域の観光資源の魅力が全て伝わっているものではありませんでした。

このため、最近では地域の観光振興策と「連携」「協働」した動きにより、より創意工夫を施し地域の魅力に溢れた旅行企画商品の開発が求められています。

こうした中、大切なことは地域の現状や課題を客観的に認識することであり、改めて地域の魅力が何なのか、観光資源として捉えられるものはないのか、洗い出してみることです。

また、この地域にどんな人が、何を目的にどんな観光活動や消費行動をとっているのかを的確に把握することも必要です。

そして、このような取り組みを行い、旅行者にとって分かりやすく効果的な情報発信となるよう発信のタイミングや手法について十分検討を重ねることが重要です。



さらに、インターネットの普及は急激な速さで進んでおり、旅
行情報の収集や宿泊機関や交通機関の予約もインターネットによ
る利用が飛躍的に伸びており、今後においても一層進むものと予
想されます。

このため、インターネットを始めとする観光情報をより充実さ
せるとともに、携帯電話・カーナビゲーションシステム等との連
携による新たな情報発信に積極的に取り組み、高度情報通信社会
に対応していきます。

また、イベント開催による誘客は、これまでも行ってきま
したが、誘客効果についての疑問やマンネリ化との指摘もあり
ます。

このため、イベント開催内容の見直しを積極的に進め、常
に進化するイベントを目指す必要があるほか、旅行会社や運
輸事業者と連携し、しっかりとした役割分担のもと、取
り組みを進めていきます。

【想定される事業】

地域の観光振興策との連携・協働による企画
的確な現状把握と地域の魅力の再発見
効果的な情報発信とイベント内容の見直し
旅行会社や運輸事業者との連携・協働



外国人観光客へのプロモーションと受け入れ体制の充実

あらゆるジャンルでの国際化やグローバル化の進展とともに、この地域を訪れる外国人観光客の数も増加の傾向にあります。

特に、2005年から釧路空港国際化推進協議会（KAIPA）根室観光連盟との連携により、英国での「ブリティッシュバードウォッチングフェア」への参加により、海外でのプロモーションを行っていることから、バードウォッチングを目的にした海外からの来訪者も着実に増加しつつあります。

また、台湾・韓国・中国といったアジアからの旅行者も増えつつあり、北海道へのリピーターやスリーピーターには最適の地域との評価もあります。

一方、海外からのお客様を増やすためには、海外プロモーションの強化を図ると同時に地域の受け入れ体制の着実な整備を進めることが大切です。

このため、北海道観光振興機構・KAIPA等が進める広域的なプロモーションと連携を図りつつ根室地域のプロモーションを展開していくほか、日本政府観光局（JNTO）など海外における広報拠点の活用を図り、関係業界団体と協力しながら情報発信を行っていきます。

さらに、今後の拡がりが見込まれる東アジア地域からの誘客促進に向け、様々なイベントや交流事業の中で根室市を国際的にPRしていくことが重要です。

また、受け入れ体制の整備については、国や道など関係機関と連携・協力を図り、交通機関の案内誘導や観光地における案内表示の整備を進めていくほか、旅館やホテルを始めとする民間観光施設においても観光案内の多言語対応整備の促進が重要です。

一方、観光案内所の職員をはじめとする観光関係従事者やボランティア通訳の外国人対応レベルの向上が大きな課題であることから、外国人の文化・慣習を理解したうえでの対応が可能となるよう研修の機会を設けるほか、接遇や言語能力といった直接的な技術を高め、外国人旅行者の滞在中の利便性の向上、旅行環境の充実を図っていきます。

【想定される事業】

海外プロモーションの効率的な展開
関係団体との連携による情報発信力の強化
外国人観光客に対する案内表示や多言語による情報提供の整備
外国人観光客対応スタッフの育成と能力向上



(4) 地域サービス力の向上

地域が一体となった受け入れ体制

最近の旅行者の動向は、訪れる地域の自然・環境・歴史文化・食・生活など様々な事柄にこだわりを持ち、そしてその地域に暮らす人々が感じている感動や魅力を体験したいと考えています。

そのためには、地域の人々が地域資源を守り育て、次世代へ受け継ぐことが大切であるとともに、愛着や誇り、自信を高め、さらに魅力溢れる地域づくりを進める必要があります。

このため、宿泊や飲食などの観光サービス業や運輸業といった分野のみならず、枠を取り払い農業・漁業・製造業・小売業等、様々な分野の人たちが交流連携することで、地域資源がさらに多様となるほか、観光振興によるまちづくりにもつながっていきます。

また、訪れた方が十分に満足するためには、その地域の誰もお客を暖かく迎え入れる「ホスピタリティ意識」を抱き、そして高めていくことが大切であり、いかに多くの住民が参加しているかが、その街の意識と活力を表すこととなります。

このため、地域住民があらためて地域資源の価値を再認識する場の提供や新たな交流拡大に向け活動する組織・団体の育成や支援、さらに様々な場面で活動しているまちづくりグループへの支援・協力を行っていきます。

さらに、一次・二次・三次産業をつなぎ、適切な役割分担と連携・協力の強化により地域が一体となった観光振興を目指します。

【想定される事業】

地域住民参加型観光システムの促進
まちづくりグループへの支援・協力
産業間交流の推進

人材の育成とネットワーク作り

優れた景観や味覚で感動を味わうことも観光の大きな要素ですが、訪れた方に満足のいくサービスを提供することも観光の大きな役割です。

このためには、豊かな自然環境や豊富な味覚といった素材だけではなく、この地域の様々な観光資源にストーリー性を持たせ、さらにしっかりと説明することのできる人材を配置することが重要となります。

また、お客様が観光に求める非日常性や癒しの場としての目的にも合致するよう、くつろぎ空間や雰囲気づくりの演出が必要となります。

そのため、このようなソフトづくりを創出するための人材育成や関係者のネットワークを構築し、心配りあふれる受け入れ体制づくりを整えることが必要です。

また、訪れた地域での良質な接客サービスや、地域住民との心あふれる交流は、観光客に大きな印象を与えるばかりでなく、口コミという最も確かで重要な手段によって伝わり、来訪者の増加ばかりではなく長期滞在やリピートにもつながっていきます。

このため、観光先進地の事例研究や研修会や勉強会を開催するなど、これからの多様な観光に対応できる優秀な人材づくりを進めるとともに、次代を担う若い人材が観光の場に参加できるよう支援をしていきます。

【想定される事業】

これからの観光に対応できる人材育成
観光先進事例の研究と研修体制の充実強化
若者が観光に参加できる体制づくり

(5) 満足度向上による経済効果への波及

新たなアプローチによる観光戦略の構築と顧客満足度の向上

観光ニーズが多様化する中、これまでのように観光客入込数のみによる分析では、観光客の動向を的確に把握できないばかりか、今後の観光戦略を立てる意味からも不十分です。

また、観光産業は裾野が広いことから、観光による経済波及効果についても実態を把握することが困難でした。

このため、時代の流れの変化や観光客のニーズや満足度などを具体的・客観的に把握・分析し、これからの情報発信や効果的なプロモーション活動など今後の観光戦略の構築に結びつけることが必要です。

さらに、根室観光最大の課題である一期集中・通過型観光から脱却するためには、滞留時間の増加と観光客の平準化を図らなければなりません。

その方策としては、夕方から夜間にかけて開催する観光事業の創出や観光資源の開発、さらに宿泊施設のグレードアップ、新たな夕食メニューの開発等による宿泊誘導を行う必要があります。

また、駐車スポットで休憩した際に周辺の散策を織り込むような仕掛けをし、散策後には軽食を提供、同時にお土産も購入できるシステムを作るなど、観光客の満足度を向上させるとともに、一人当たりの観光消費額を増やす創意工夫が必要です。



一方、一年を通じた観光客入り込みの平準化対策については、根室の二大観光資源である「自然」と「食」において、いずれも四季折々の魅力を持っていることから、そのシーズンに合わせた的確できめ細やかな情報提供が必要であり、「着地からの旬の情報発信」の強化を進めます。

また、イベント開催による集客も開催日だけではなく、一定程度の期間を定めてのキャンペーン企画や「寒さ」や「遠さ」など、これまで負のイメージで捉えられた部分を観光資源としてアピールすることが必要です。

【想定される事業】

観光客ニーズの的確な把握と分析
顧客満足度と経済波及効果の実態把握
滞留時間の増大に結びつく創意工夫
着地からの旬の情報発信の強化



おわりに

この「根室市観光のまちづくり基本方針」は、これからの根室市の観光振興の基本的な方向性を示すものとして策定しましたが、国際化の進展や広域観光の推進等、国・道をはじめとして隣接する地域との連携も大変重要なことから、根室市総合計画を基本としつつも国の「観光立国推進基本法」、北海道の「北海道観光戦略」、根室支庁の「根室地域観光振興ビジョン」との連携や整合性も図りつつ進めることとします。

また、観光産業の発展振興には、事業者はもちろんのこと行政・観光関連団体・産業団体・一般市民などが、それぞれの役割のもと、連携・協働による幅広い取り組みが不可欠であり、本方針を基本として、より実践的で効果的な事業展開を図ることとします。

一方、域外からお客様を呼び込む以上、観光客の動向の把握やニーズの変化にも迅速に対応していかなければなりません。

このため、地域の現状や観光をめぐる情勢の変化に合わせ、進むべき方向や推進体制においても柔軟な対応を図っていくこととします。