

観光資源を活用した地域の活性化について
(第1回 ネット公開講座)

いまそれが必要な理由と取り組むべき内容

平成19年6月1日

旭川・遍く・労り・慈しむ会



目 次

I	関係者は観光客の誘致に力を入れているが.....	1
II	何をどう進めるか	5
III	取り組みに当たって配慮すべきこと	6
IV	目標とする成果	11

旭川・遍く・労り・慈しむ会



I 関係者は観光客の誘致に力を入れているが……

◆ 観光資源って？

● 視点を変えれば冬の厳しさも観光資源

● 観光資源を市民本位に再構築？

● 地域にとっての観光資源

生活者の視点
観光客（ビジター）の視点
観光産業としての視点

観光地域における利害・得失
地域（住民）も含めて観光資源
観光誘致と地域の振興

恵まれた自然環境
市民こととしての伝統産業
これからの産業育成

旭川・遍く・労り・慈しむ会



I 関係者は観光客の誘致に力を入れているが…… (つづき1)

◆ 旭山動物園の人気に支えられて

● 旭山動物園の人気の理由は？

● この人気は不滅か？

● ブームから安定した集客へ

すべての年齢層に受ける
常にアイデアを追求
市民サポーターと宣伝効果

障害者等への配慮
交通アクセスの整備
1点集中型から分散型へ

上野動物園のパンダ人気
成功事例は真似られる
熱し易く冷め易い気質

旭川・遍く・労り・慈しむ会



I 関係者は観光客の誘致に力を入れているが…… (つづき2)

◆ 旭山動物園から目を転ずると

● 観光資源には恵まれているけれども

● 行政・関係機関の取り組みも活発に行われているが

水・川・橋・自然景観
農業・伝統産業
公園・記念館・イベント

● 理解が進まない旭川の魅力

進む人口減少・高齢化
進まないネットワークづくり
乏しいチャレンジ精神

各種観光客誘致事業
くるーりバス (ファンファン)
大雪みどみるナビ

旭川・遍く・労り・慈しむ会



I 関係者は観光客の誘致に力を入れているが…… (つづき3)

◆ 観光資源を“まちづくり”に活かすために

● 観光資源の再評価(再認識)

● 宣伝活動は的確な情報発信から

箱物からソフト重視で
管理者から利用者の視点で
観光客から市民本位で

● 忘れてはいけない裏方の苦勞

有効な市民サポーター
地域住民の接客態度も問われる
地域住民と観光客とのふれ合い

ポータルサイト利用者は誰?
必要なのはその時々
の情報は誰が
口コミ情報を取り込むかは?

旭川・遍く・労り・慈しむ会



II 何をどう進めるか

■ 観光マップの作成、ガイドブック等の整備

■ 観光ポータルサイトの整備

時季・客層・交通手段別
観光拠点の整備
モデルルート of 整備

■ 交通アクセス、周辺環境の整備

高齢者・障害者への対応
案内（路線バス、トイレ）標識
環境美化

既存サイトの一元化
タイムリーな情報提供
広報媒体の検討

旭川・遍く・労り・慈しむ会



III 取り組みに当たって配慮すべきこと

◆ 観光資源を生活の場はどう活かすか

● 観光資源活用の意義と目的別区分

● 観光の相乗効果

観光旅行・慰安旅行
家族旅行・行楽
鑑賞、体験学習

● 観光の機会

祝祭日・家族が集まる機会
仕事（繁忙期）の合間
イベントの開催時

食・ショッピング
宿泊・交通
イベント

旭川・遍く・労り・慈しむ会



Ⅲ 取り組みに当たって配慮すべきこと (つづき1)

◆ 観光資源を生活者を含め利用者の視点で考えることについて

- 利用者の目的によって異なる必要な案内情報
- 異なる案内情報の入手先
- 案内情報の発信するタイミング

総合パンフレット
時季別パンフレット
タイムリー情報

インターネット
旅行（観光）センター等
新聞・テレビ等の報道

総合案内情報
適期情報（見頃・食べ頃）
お買い得情報

旭川・遍く・労り・慈しむ会



Ⅲ 取り組みに当たって配慮すべきこと (つづき2)

◆ 市民に受け入れられる観光資源整備を目指して

- 市民評価の高い観光資源が一般観光客(ビジター)にも受け入れられる
- 市民・近郊地向け観光対策
- 一般観光客(ビジター)向け観光対策

宿・足・食・店の連携
複数拠点作り（客の分散）
案内ガイド

ニーズ分析
日帰り・一泊ツアー
広報手段

サポーターが得易い
世代を超えた人気が必要
リピーターの確保も必要

旭川・遍く・労り・慈しむ会



Ⅲ 取り組みに当たって配慮すべきこと (つづき3)

◆ 各種イベント等との組み合わせによる波及効果

- 国際的イベント、国内イベントの招聘
- 定着しつつある年間イベント
- 市民活動等も自己PRを兼ねて

コンベンションビューロー
関連企画の提供
一般観光案内

先進モデル
事業(同業・異業)の連
携
協働モデル

イベントカレンダー
市民参加とビジター参加
イベントを組み込んだ観光ルート

旭川・遍く・労り・慈しむ会



Ⅲ 取り組みに当たって配慮すべきこと (つづき4)

◆ 仕組みを誰がコーディネートするか

- 関係者の連携とそれぞれの役割
- 旭山動物園の人気に学ぶ
- 観光資源は公共財

観光力の総合力が決め手
個々のメニューは豊富?
市民・観光客は満足?

誰もが自由に楽しめること
有料でも特定優待制度を
管理は企業マインドで

成功の要因を考える
口コミとマスメディアに乗せる
裏方のサポートは不可欠

旭川・遍く・労り・慈しむ会



IV 目標とする成果

市民が世代を超えて、気軽に足を運びたいくなる観光資源の再認識

時期を問わず観光ビーターが訪れる観光都市を実現する

自然・文化、人々のふれ合いを通じ心身のリフレッシュと安らぎを得る

アットホームな観光施設
子供も大人も楽しめる
生活弱者への配慮

旭川の特徴を生かす
多くの only one をつくる
動物園以外の核を作る

観光資源の市民向けPR
情報案内の適宜更新
サービスメニューの創造

旭川・遍く・労り・慈しむ会

