

日本で唯一

二つの海に面した町

八雲町

“交流人口の拡大による新しいまちづくり”

アクションプラン Vol.1



2013. 3

噴火湾パノラマパークを活用したまちづくり協議会

八雲商工会／新函館農業協同組合八雲基幹支店／八雲町漁業協同組合
落部漁業協同組合／ひやま漁業協同組合熊石支所／山越郡森林組合
八雲観光物産協会／八雲町料飲店組合／八雲ホテル旅館組合
北海道渡島総合振興局／噴火湾パノラマパークPFI(株)／(株)ジェーシー・コムサ
八雲町教育委員会／八雲町

★総合力の向上

★豊かな資源とアイデア

★持続可能とするために

“共通認識と役割分担”

“これまでの取り組みの再構築”

“今あるものの有効利用”

- コンセプト・・・・・・・・・・P1
- 現在の姿・・・・・・・・・・P2
- 目指す姿・・・・・・・・・・P4
- 取り組みの柱と体系・・P5
- ステップ・・・・・・・・・・P6
- これまでの議論・・・・・P7
- 取り組みの流れ・・・・・P8
- アクション1・・・・・・・・P9

- アクション2・・・・・・・・・・P10
- アクション3・・・・・・・・・・P11
- アクションを支えるツール1・・・・・・・・P12
- アクションを支えるツール2・・・・・・・・P15
- 参考1・・・・・・・・・・P16
- 参考2・・・・・・・・・・P17
- 参考3・・・・・・・・・・P18

コンセプト

プラン策定の背景

- ★平成18年に開園した「噴火湾パノラマパーク」は八雲町に大きなチャンスをもたらした。
- ★平成27年度にせまる北海道新幹線新函館駅（仮称）の開業は大きなポテンシャルを秘めている。
- ★このチャンスを最大限に活かし、産業・経済面で新しいまちづくりを進めるための議論が平成24年の春から開始された。

プランの位置付け

- ★このプランは、これまでに行われた関係者の議論を踏まえ、今後も持続可能な取り組みとするために、共通の認識とそれに沿った為すべきことの手順と段取りを記したもの。
- ★今後社会情勢やニーズが様々に変化し、そのスピードは、想像以上と予想される。このため、このプランでは、取り組みを通じて確立すべき方向性とアクションのサイクルを記す。
- ★アクションとして取り入れる素材や手法は協議会における議論で、その都度決定していく。

プランの期間

- ★平成25年4月から平成30年3月までの5カ年間とする。

噴火湾パノラマパークを活用したまちづくり協議会

- ・噴火湾パノラマパークの機能の向上と利活用の促進を図り、八雲町における交流人口の拡大と産業・経済への波及効果の増大を目指すために町内の産業・経済団体のほか、パノラマパークに関係する企業・道などの参画を得て構成する団体
- ・平成24年6月29日設立
- ・前身として平成19年から平成23年までは「噴火湾パノラマパーク懇話会」（噴火湾パノラマパークを舞台とし、訪れる観光客との交流を深める中で新たな町おこしを図ることを目的）が存在していたが、より一層、まちの経済・産業対策のウエイトを移す形で発展

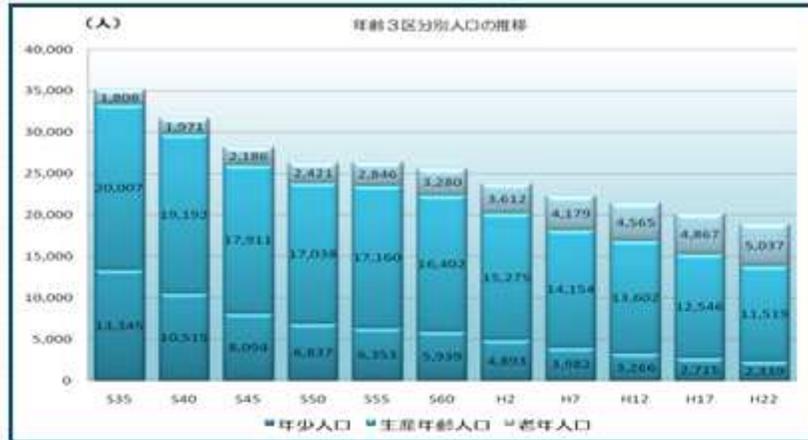


現在の姿

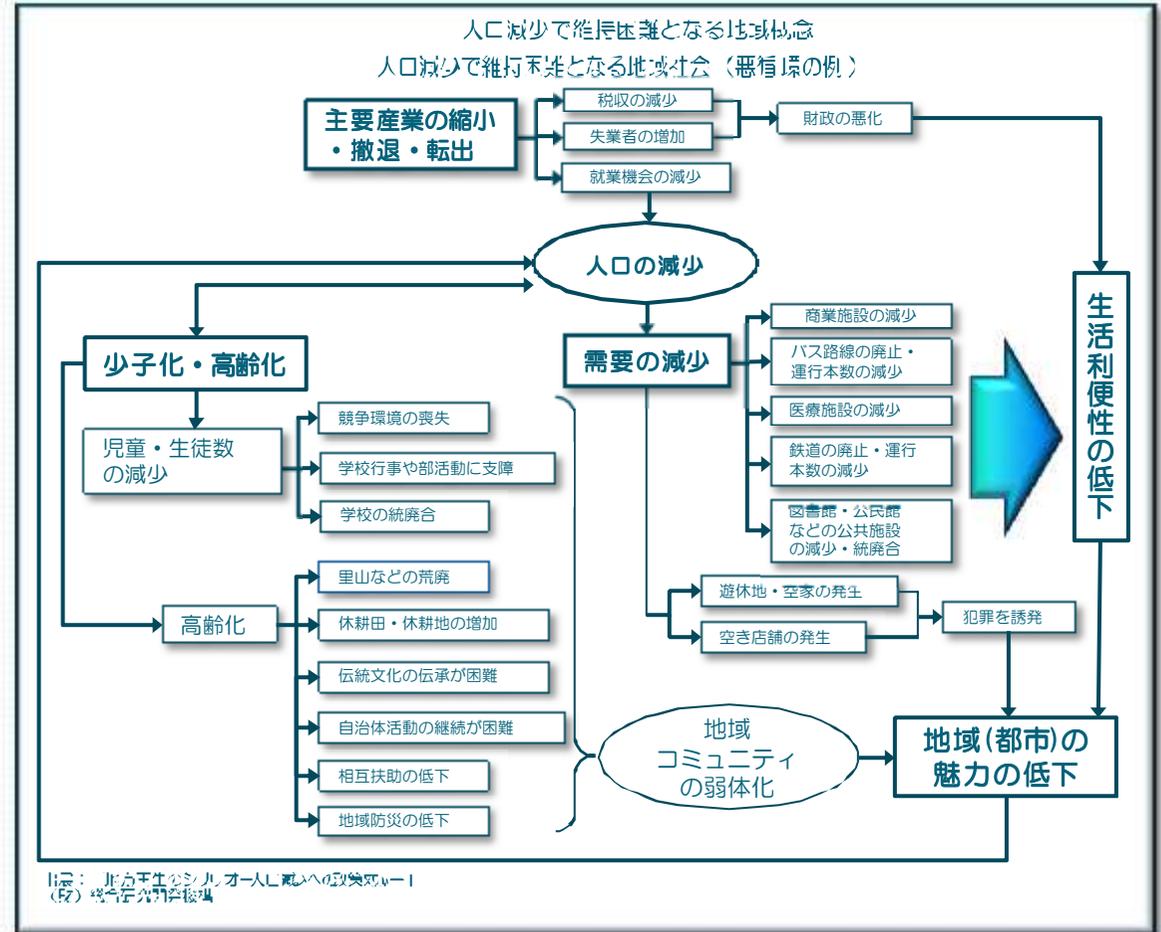
経済構造変動の時代（新八雲町総合計画）

農業や水産業を基幹産業として、発展してきた地域では、社会経済が成熟化する中で、人口の減少や消費経済の低成長などの影響を受けながらも、再度、活力ある北域経済の再生を図ることが必要。経済構造の変動に遅く対応していくためには、より広範囲な地域とのつながりを強める必要があり、多くの人や北域の交流を進め、地域の潜在的な力を引き出し、それを最大限に生かすことが求められている。

人口の推計



就業人口の推計



出典：北方厚生労働シナリオ人口減いへの対策あり（仮）経済研究開発機構

人口減少への歯止め



産業・経済の活性化
雇用機会の創出
地域生活基盤の維持

現在の姿

雇用が確保される活力ある産業のまちづくり（新八雲町総合計画）

- ①食の安全と安心を提供する農業と漁業の推進
- ②商店街等の地元企業への支援や起業などの新たな事業展開の促進
- ③観光資源との連携による食観産業の形成
- ④地域資源を活用した町の誇りとなる物産の開発促進
- ⑤海洋深層水など地域開発資源を生かした産業の振興と企業誘致の強化

チャンスを活かすための取組み
"交流人口の拡大による
新しいまちづくり"

八雲町にとって追い風
"まちづくり気運の高まり"

パノラマパークの開園
北海道新幹線の開業

北海道立「噴火湾パノラマパーク」の来場者数

（単位：人）

H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24
235,955	281,392	263,315	343,727	462,255	421,580	539,795

北海道新幹線新函館駅（仮称）の開業効果予測

○平成27年度内比業予定

- ・1日の輸送力約12,500人/日（想定）※片側：新函館（仮称）駅到着時
- ・所要時間 函館⇄東京 約4時間10分 / 函館⇄仙台 約2時間30分

○交流人口の増加に伴う経済効果（出展：H15.1.1 北海道経済連合会（株）野村総研調査結果）

誘発生産期 198億円/年

+

最終需要期 163億円/年

=

合計 361億円/年

参考 新青森開業後の公開（出展：青森観光国際局）

- ・県内主要観光施設（34施設）における平成22年12月～平成23年2月（3ヵ月間）の観光客入り込み客数が、前年同期間比で23.5%増加。
- ・五所川原市（新青森からバスで約80分、JRで約70分）やむつ市（新青森から鉄道で約110分、八戸から鉄道で約100分）といった新幹線駅から離れた観光地でも、観光客が増加している。

目指す姿

“交流人口の拡大による新しいまちづくり” プロジェクト

プロジェクトの目標

- 持続可能な地域経済の発展を図るために、地域にある強みを活かした産業（←観光・物産）を育成することで、地場食材を活用した食の魅力創造や地元の基幹産業と連携した体験観光メニューの開発、地域の歴史・風土等を観光資源として活用促進し、新たな観光資源の発掘・磨き上げからプロモーションまでのサイクルを確立する。
- 北海道新幹線開業を見据え、近隣町村等と連携した受け入れ体制(地域プラットホーム)の構築を図ることで道立公園「噴火湾パノラマパーク」を拠点とした町内及び近隣町村との観光ネットワークを形成する。

観光と物産の振興に関する施策体制(新八雲町総合計画)

～ 方向性 ～

- 噴火湾パノラマパーク及び道南休養村を観光の交流拠点として位置づけ、機能の向上と充実を図ります。
- 北海道新幹線新函館駅(仮称)開業を見据え、交流人口の拡大による幅広い経済波及効果の向上に資する取り組みを推進します。
- 観光・物産の振興を図るため、情報発信力の強化、観光メニューや特産品の開発ができる拠点と体制の整備を図り総合的な仕組みづくりを推進します。
- 町内における産業連携を図るとともに、関係自治体や団体と連携し、公益的な観光・物産振興施策の構築を図ります。

～ 施策の内容 ～

主要施策	施策
1. 観光・物産振興体制の整備	①観光・地域物産情報を発信する場の整備 ②観光・地域物産振興体制の強化 ③観光・地域物産振興をリードする人材の育成
2. 観光機能の強化	①観光資源のネットワーク化の推進 ②効果的な観光イベントの推進 ③観光資源の整備・保全
3. 地域物産振興の強化	①物産開発能力の強化 ②流通・販売力の強化
4. 情報発信力の充実	①観光プロモーションの充実 ②情報発信媒体の充実

目標(関係機関の共通認識)

★交流人口の拡大

(観光客入込数 単位：千人)

区分		H17 合併	H18 パノラマパーク 開園	H19	H20	H21 ハイウェイ オアシス開通	H22	H23 大震災影響	H24 (ベース年)	H25 (1)	H26 (2)	H27 北海道新幹線開業 (3)	H28 (4)	H29 町総合計画開始年 (5)	備考
八雲町	入込 総数	315.6	442.7	442.8	413.0	439.2	510.0	458.3	510.0	545.7	583.9	642.3	687.3	735.4	5年間での増加目標 ・22万5千人 ・約44%増加
	うち道外客	58.5	105.9	102.2	96.9	106.5	132.3	120.2							
	うち道内客	256.8	336.8	340.6	316.1	332.7	377.7	338.1							
	うち日帰客	282.3	409.6	413.6	385.4	412.6	487.5	438.8							
	うち宿泊客	35.8	39.7	29.2	27.6	26.6	22.5	19.5							

【目標値の設定 仮説：八雲町商工観光労政課】

- ①八雲町における入込客数最大の施設パノラマパーク開園時平成22年度までの伸び率の平均値
[(H18～19:0%)+(H19～20:△1%)+(H20～H21:6.3%)+(H21～22:16%)+(H22～23:△10%東日本大震災の影響を考慮し除外)]÷4=5.3%
- ②5.3%のうち3.3%までを自然増加率とし、取り組み効果による増加率を設定=2%
- ③H23年度は大震災の影響を受けているとともに、取り組み過渡期でもあることから、H24年度の入込数を22年度と同様とし、目標値算出の基礎値としての設定
- ④H23年度以降の増加率は、(以前の努力値2%)+[23年度以降の新たな取り組み(情報交流物産館の整備・町内体制整備・スキルアップ・PR効果)を考慮して5%と設定]=7%
- ⑤H24年度(ベース)意向の年度は前年度値に④で設定した増加率7%を乗じて算出(ただし、H27年度については、新幹線開業の影響を考慮し3%をプラスした10%で算出)

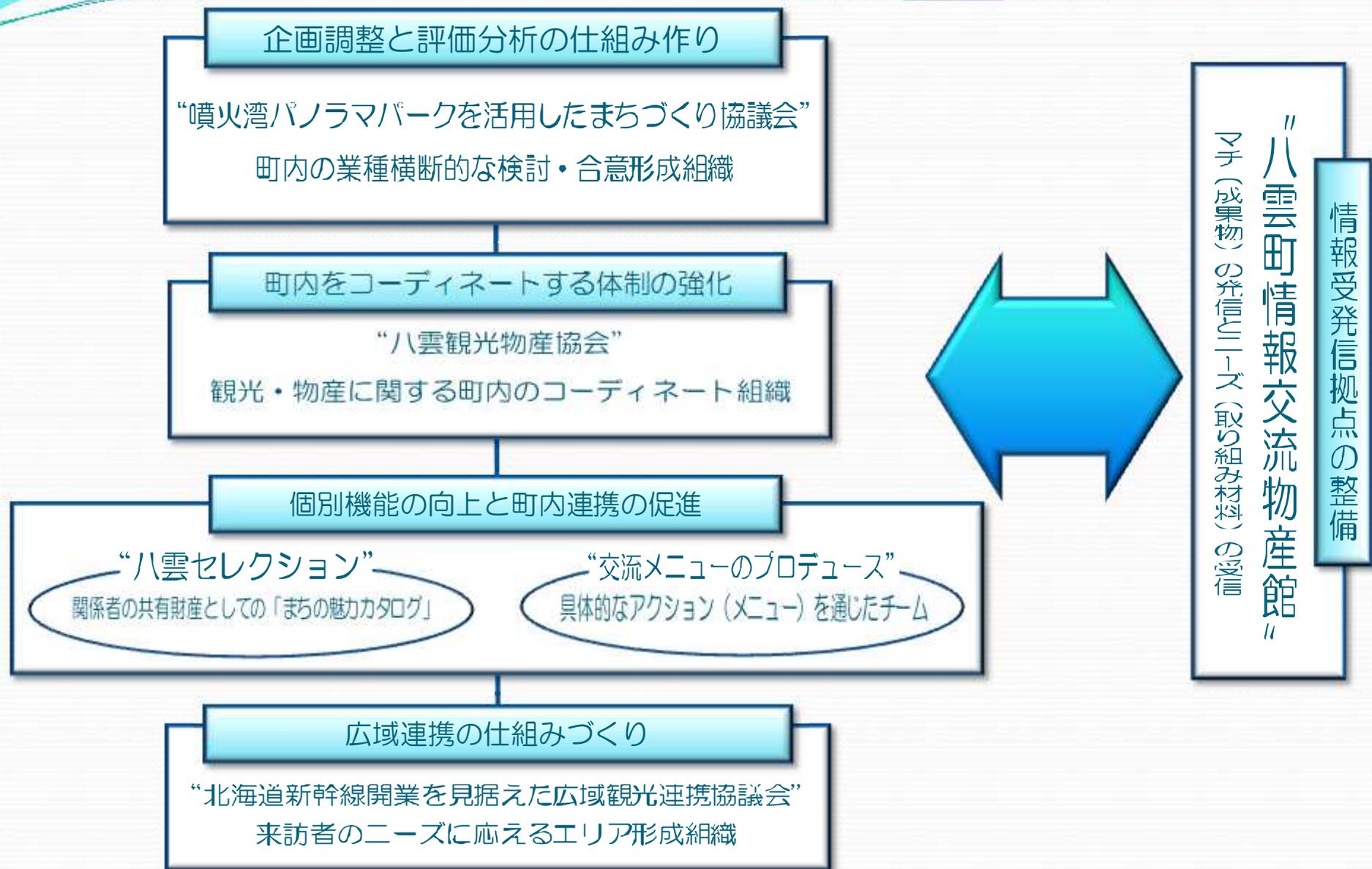
★経済波及効果の増大

平成23年度 総合効果13.8億円(直接効果10.84億円)

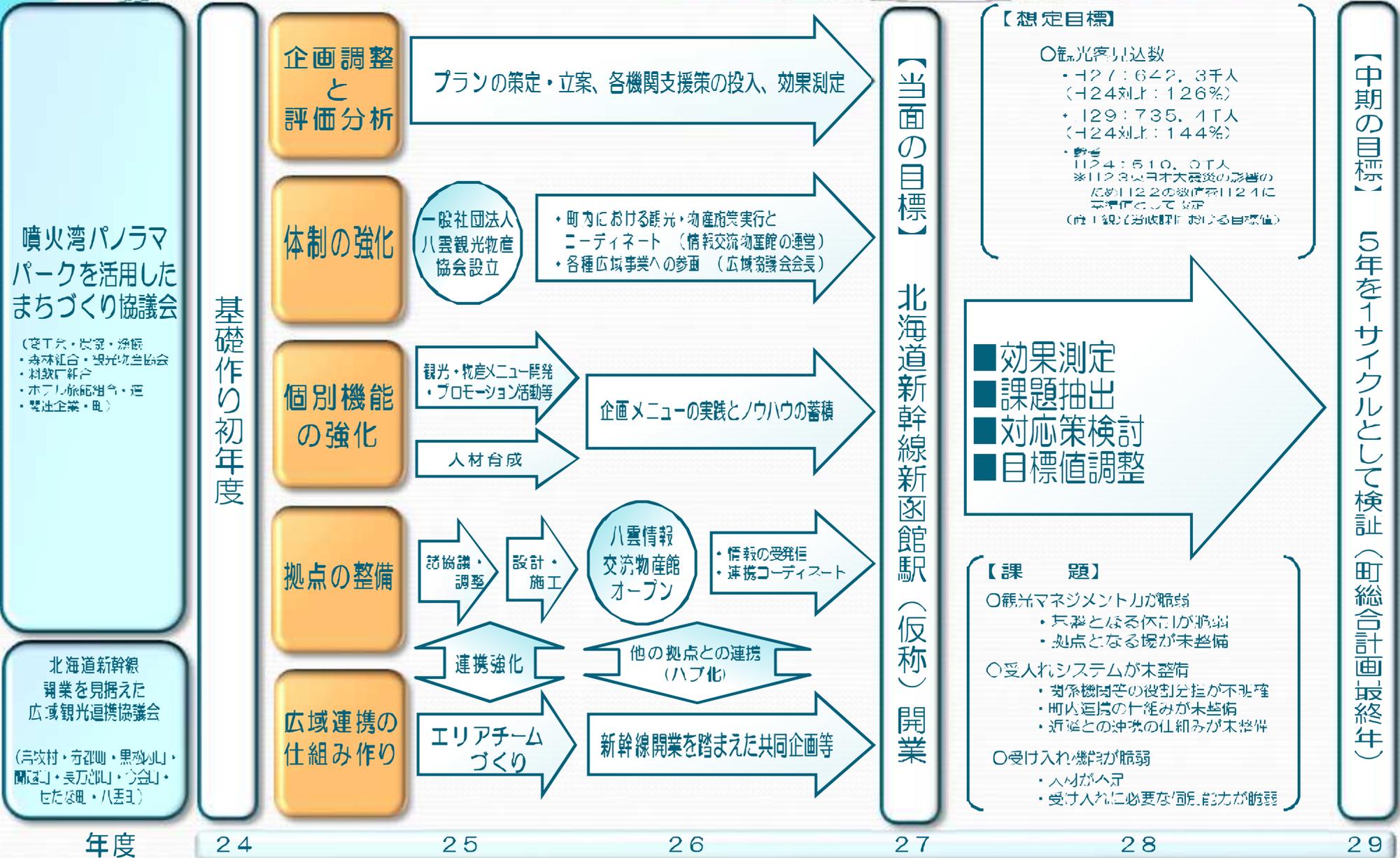


1人当り消費額の増大=消費機会の増大→滞在時間の延長・宿泊比率の増加

取り組みの柱と体系



ステップ



これまでの議論

素材と手法・課題認識

パノラマ協議会や各種行事における意見の主なもの

区分	キーワード	素材
自然・風土	二つの海	太平洋の朝日・日本海の夕陽 など
	自然の見せ方	噴火湾パノラマパーク・公共育成牧場・星空・遊楽部川 など
歴史	尾張徳川家による開拓	酪農発祥の地・木彫り熊発祥の地・八雲神社(熱田神宮の分社) など
産業	農業	牛乳・牛乳豆腐・チーズ・牛肉・豚肉・もち米・軟白ねぎ など
	漁業	ホタテ・アワビ・ホッキ・ボタンエビ・鮭・イクラ など
	林業	道南スギ・山菜 など
	加工品など	味噌・醤油・海洋深層水・塩 など



体制の強化

- 関係者間の連携強化
- 誘致企業との連携
- 町民意識の醸成

人材育成

- 地元ガイドの育成

資源活用

- 食べさせ方の提案
- 食のブランド化

仕組みづくり

- パノラマパークから町へ人を流す仕組みづくり
- 情報発信力の強化

etc

取り組みの流れ

～ 八雲町 観光・物産振興のサイクル ～

～24年度

“交流人口の拡大による
新しいまちづくり”
アクションプラン

- ★コンセプト
- ★目指す姿
- ★取り組みの柱と体系
- ★ステップ
- ★アクション
- ★足元の見直し
 - ・基礎データ
 - ・これまでの取り組み
 - ・支援策（専門施策）

パノラマ協議会などでの議論

まちをあげて
取り組む

- ・持続性
- ・経済効果
- ・有効活用
- ・PDCA

25年度～

アクション（川上）

- ★コンセプトづくり
- ★商品造成（磨き上げ）

“八雲セレクション”
～まちの魅力 カタログ～

観光＋物産＋人

まちとしての品揃えとアピール

- セレクションにのせるものを
どんどんつくる
- セレクションにのせたものを
どんどん売り込む
- セレクションの中身を
どんどん進化させる

アクション（川下）

- ★組み合わせ
- ★宣伝・普及
- ★販売

“セレクションを皆で作ることで議論とチーム作りを進める”

“セレクションはどんどんバージョンアップさせまちの共有財産とする”

アクション1

八雲セレクション（仮称）

趣旨

八雲町は、日本で唯一、「日本海」と「太平洋」という性格の異なる“二つの海”に面し、そこから水揚げされる豊富な水産資源を有するとともに、農業において、北海道の酪農の発祥地とも言われ、酪農、畜産が特に盛んであり、農作物もあわせると北海道にあるほぼ全ての食材が揃い、これらの食材を活かすための調味料についても海洋深層水を活用した塩・開拓の歴史とともに根付いた味噌・醤油が地元で生産されているなど大きなポテンシャルを有している。

こうした地域条件を活かしてつくりあげられる八雲の魅力（特産品、観光メニュー）とそれらを“作る人”、“提供する人”、“案内する人”、さらに、それらを“手伝う人達”などを一つのカタログとして編集する。

★八雲への各種お問い合わせに ★町内でチームをつくる時に ★八雲をPRする場面や機会に 用途はさまざま

内容

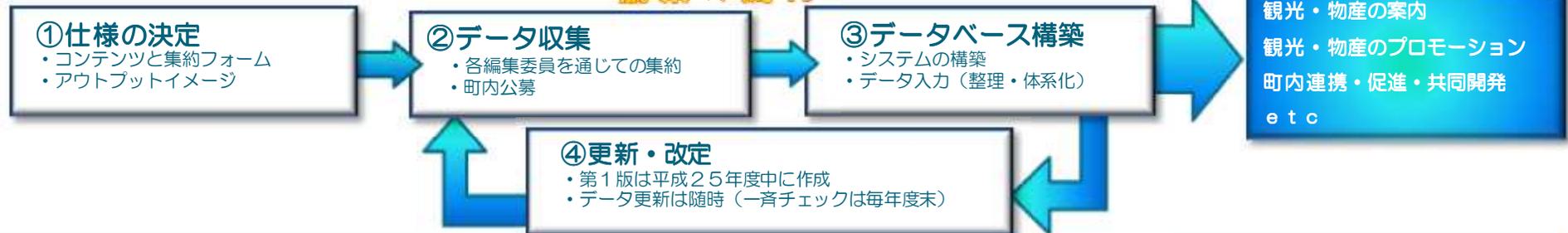
- ✦ 八雲の自然・風土・歴史(画像で紹介)
- ✦ 八雲の産品(品名、内容(生産者のこだわり)、値段、取扱店 など)→一般的な最終消費時
- ✦ 八雲の体験(名称、内容(実施者のこだわり)、値段、取扱店(申し込み先)など)
- ✦ 八雲の技術(品名、内容(生産者、開発者のこだわり)、値段、取扱店(問い合わせ先)など)→部材、技術など
- ✦ 八雲の店(区分、店名、取扱品・営業情報(店主のこだわりなど))
- ✦ 八雲の人材(名人・達人)(氏名、内容、功績 など)→この人に聞け、著名人
- ✦ 八雲のチーム(産業・経済団体、イチオシ、うり など)
- ✦ その他八雲アラカルト など



編集

- ✦ 編集長：八雲観光物産協会
- ✦ 副編集長：八雲町
- ✦ 編集委員：八雲商工会、新函館農業協同組合八雲基幹支店、八雲町漁業協同組合、落部漁業協同組合、ひやま漁業協同組合熊石支所、山越郡森林組合、八雲町料飲店組合、八雲ホテル旅館組合

～編集の流れ～



アクション2

交流メニューのプロデュース

“「自然」「生活」「産業」「歴史」をコンテンツとした交流メニュー”のプロデュース

プロデュースすべきコンテンツ

25年度 取り組み初期のイメージ

◎八雲の代表的な食材を使った「食」メニューのプロデュース

- ◆「ホタテ」「アワビ」
- ◆肉、牛乳、もち米
- ◆調味料(味噌、醤油、塩)

★ポイント

- ・町内で継続的に提供(旬は可)する。
- ・お金を稼ぐ又は、間接的に経済効果が定義づけられる。
- ・既存の資源、施設などを有効に活用する。
- ・PDCAサイクルを確立する。

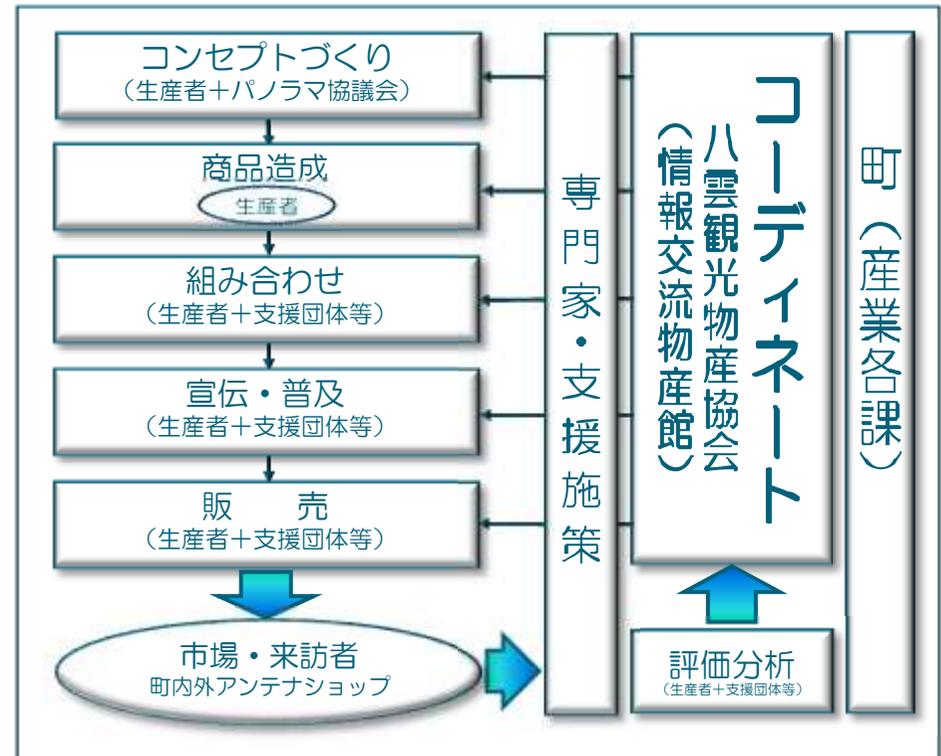
★キーワード

二つの海・木彫り熊発祥の地・北海道酪農発祥の地
尾張徳川の歴史・自然美術館

◎八雲を知ってもらう「交流ツアー」メニューのプロデュース

- ◆自然(海、山、川)
- ◆生活・歴史(街歩き)
- ◆産業(農業、漁業)

プロデュースの仕組み(チーム編成)



“まちとしての品揃えとアピール” = 交流人口と販路の拡大

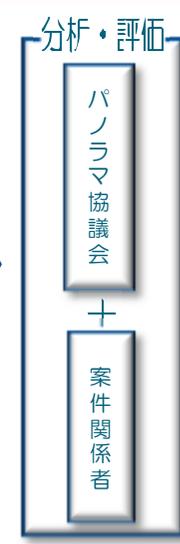
アクション3

アイデアの発掘や支援ニーズのキャッチと取組みの実行・評価までの流れと役割分担

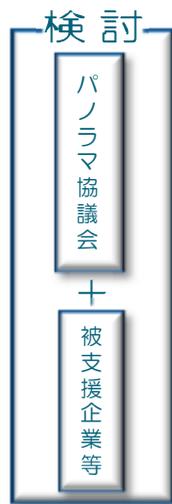
(個別プロジェクト)



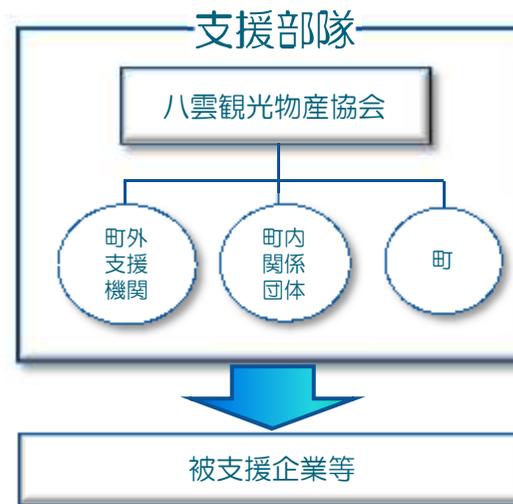
取り組み手法のまとめ



(一般の施策)



支援策のまとめ

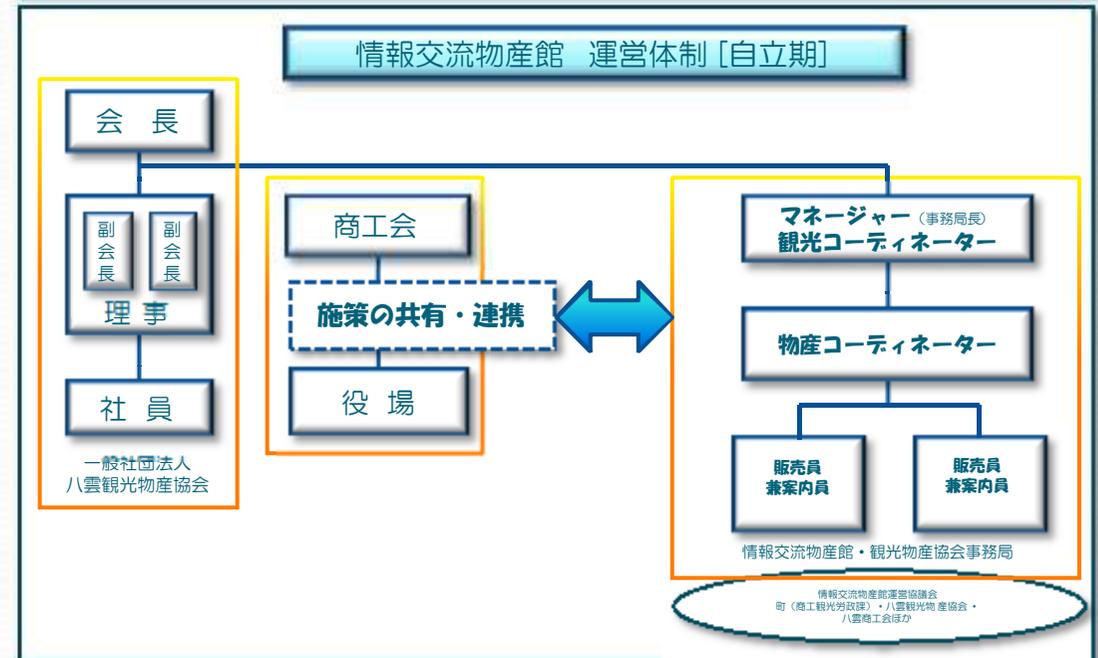
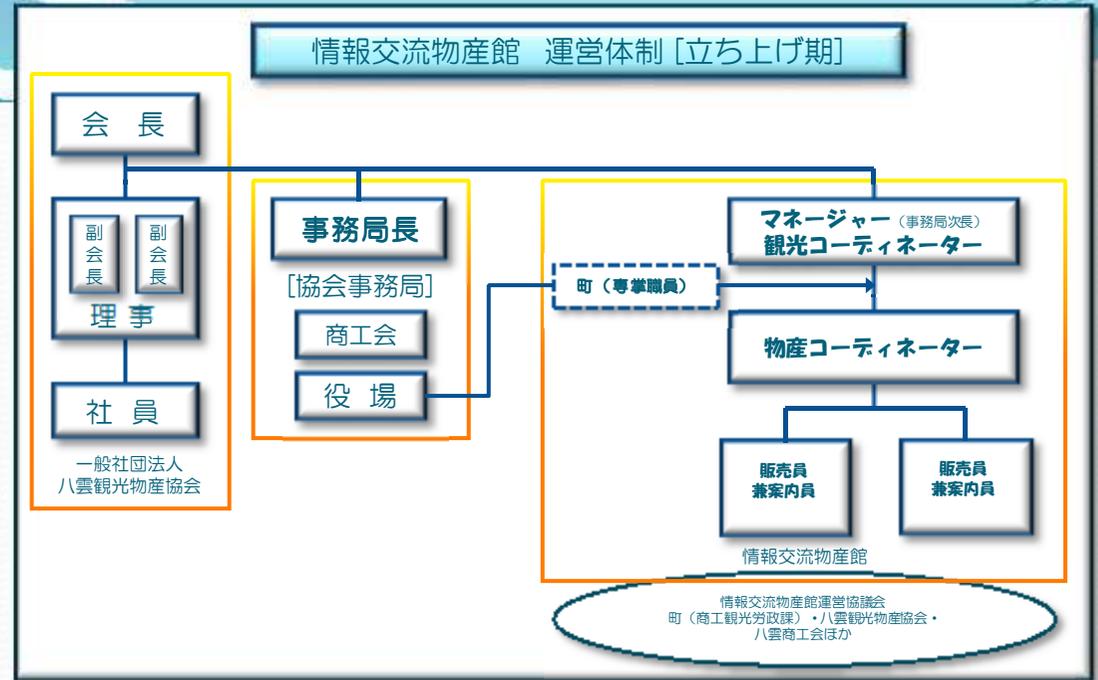


アクションを支えるツール1

情報交流物産館 丘の駅

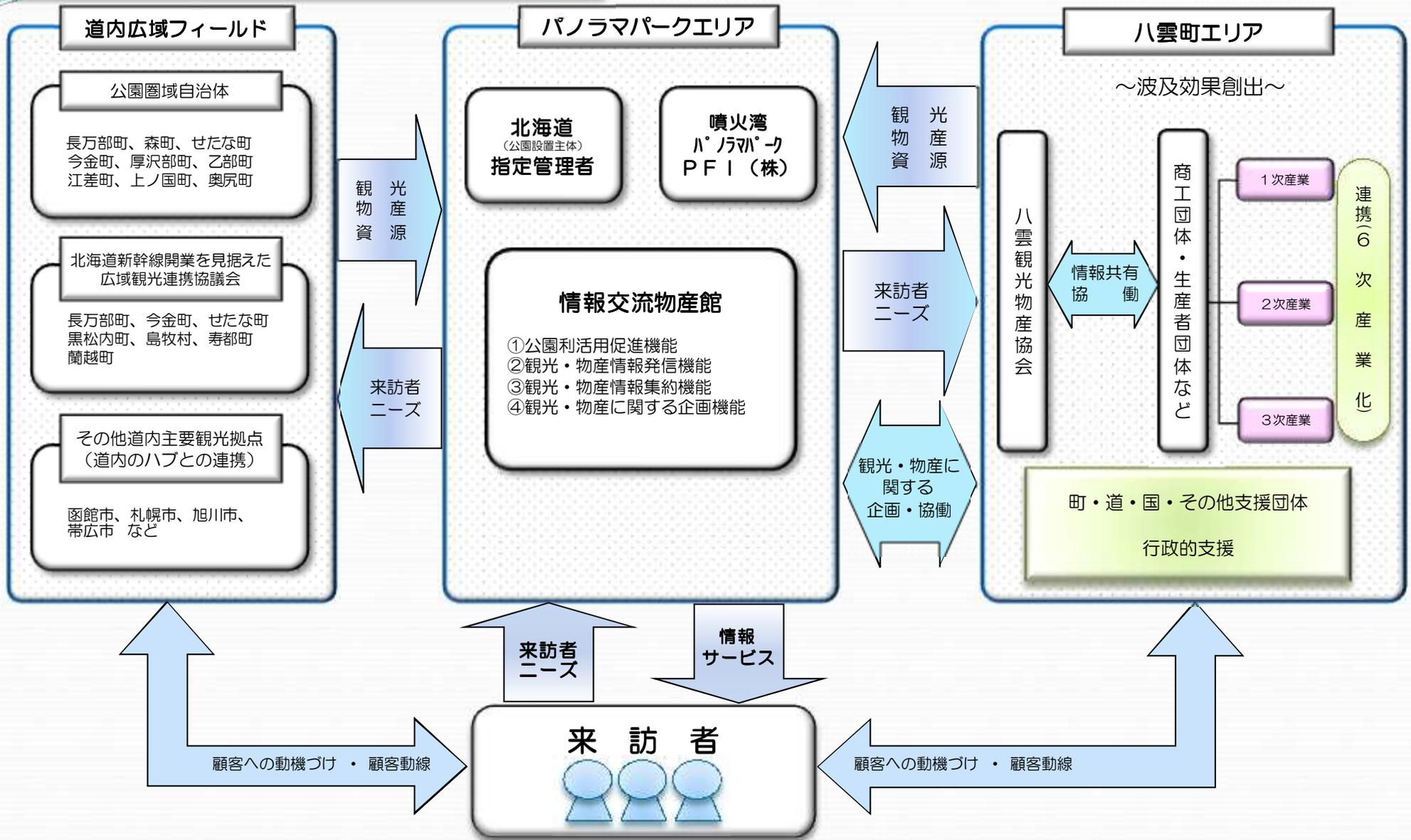
- ★情報交流物産館とは、
八雲町や近隣町村の観光と物産の振興によるまちづくりを進めるためのアンテナ機能！
- ★情報交流物産館の機能とは、
施設スタッフ＝特設の受発信を消した産業支援としての仕組み！
- ★情報交流物産館の運営とは、
・道立「噴火湾パノラマパーク」設置者であるお滝道と公園運営を担う噴火湾パノラマパーク PFI株式会社との相互補完、連携関係のもと立地！
・八雲観光物産協会をメインとし、町、E1内産業経済関係団体等の協力を得ながら運営！
- ★情報交流物産館の事業とは、
・パネルやパンフレット等の媒体の指示や配布
・地域産物の展示・販売（試作段階のテスト販売を含む）
・販売員、案内員等による商品説明や地域情報の提供及び物産や観光に関するニーズの収集
・アンケートなど各種調査による物産や観光に関するニーズの収集
・観光メニューや地域産品開発などの企画や支援
・観光や物産の振興に関する関係機関の連携促進
・公園利用者の利便向上や利活用促進に関する関係機関との共同の取り組み

※イメージ（H25.3時点）

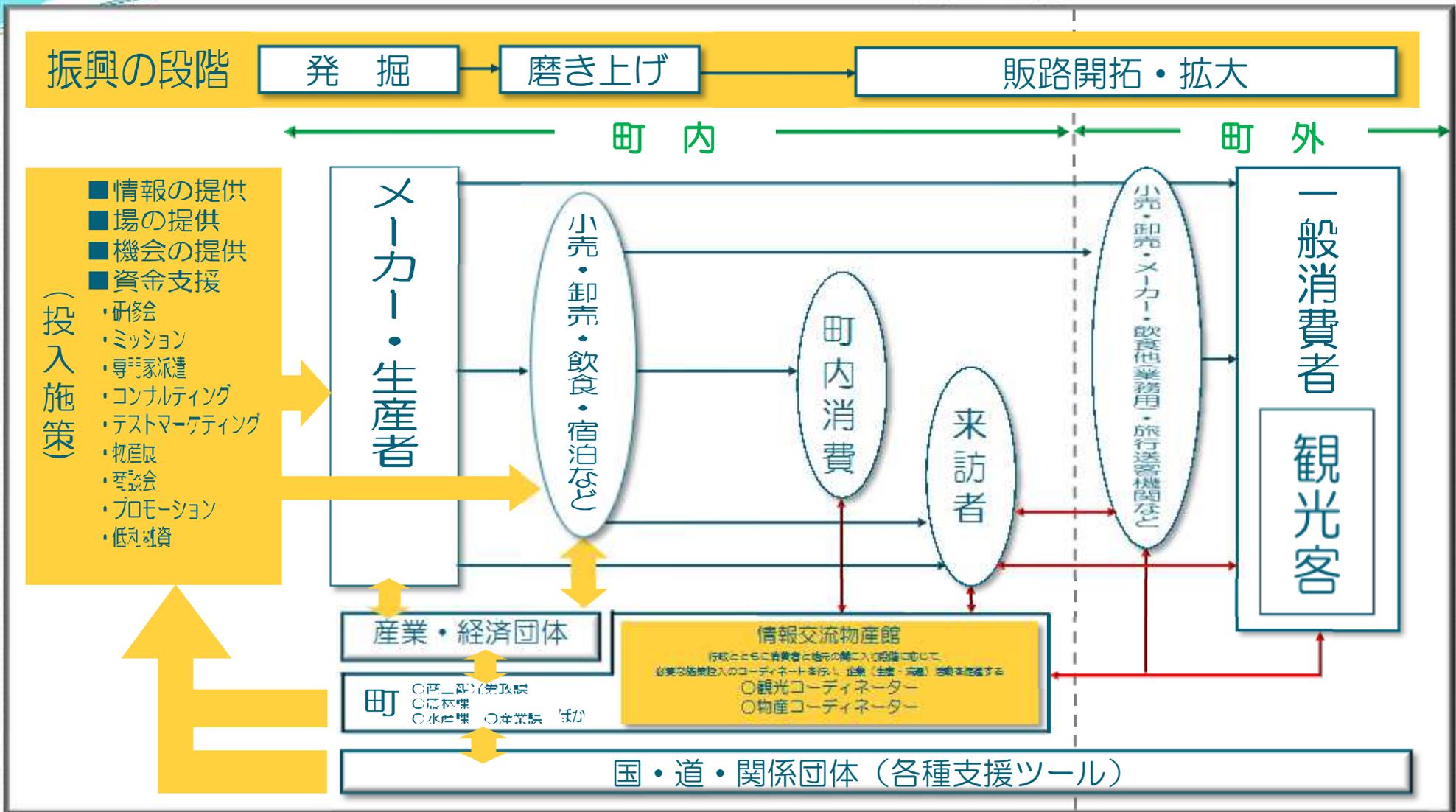


※八雲観光物産協会による運営を想定

噴火湾パノラマパークを核としたまちづくり



八雲町の観光と物産振興における情報交流物産館の位置付け



※物・サービスの流れ →
 ※施策（情報を含む）の流れ →
 ※情報（ニーズ）の流れ →

アクションを支えるツール2

国・道などの支援策

(平成24年度)

	機関名	名称	区分	補助率	実施主体	内容
観光	農林水産省	食と地域の交流促進対策交付金 (食と地域の交流促進集落活性化対策)	補助	定額	集落等	農村漁村を教育、観光などの場として活用する、多様な都市農村交流等を促進する取組を支援するため、その推進体制の整備や実践活動などに必要な経費を国が集落等に直接交付する。(1地区あたり上限220万円)
	北海道経済産業局	中小企業地域資源活用プログラム(地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト)	補助	①定額 ②2/3,1/2以内 ③定額	商工会等	地域の資源を活かした新商品・観光開発及びコミュニティビジネス創出に取り組む事業を支援する。 ①調査研究事業(500万円以内) ②本体事業(1年目800万円 2/3以内、2年目600万円 1/2以内) ③おもてなし事業(300万円以内)
	北海道観光振興機構	広域観光促進地域支援事業	負担	1/2以内(現金又は現物協賛)	協議会等	複数の市町村を含む広域的な連携のもと、地域の観光資源を利活用した着地型観光の受入体制整備に取り組むプロジェクトに対して支援する。(負担上限400万)
		北海道観光ブランド開発促進事業	負担	1/2以内(現金)	協議会等	地域の埋もれた素材(食・環境・健康)などを活用して新たな観光メニューの開発・受入態勢整備、着地型の旅行新商品の造成に取り組むプロジェクトに対して支援する。(負担上限200万円)
物産	北海道	北海道どさんこプラザ (東京・札幌・名古屋) テスト販売	支援	販売手数料(18%)	道内の団体、企業、個人	新商品を3ヶ月間、「北海道どさんこプラザ」(東京・札幌・名古屋)で販売し、その過程で得られた情報をマーケティング活動に役立てる。
	北海道中小企業総合支援センター	地域支援活用型ハンズオン支援事業	指導	無料	中小企業者等	地域資源を活用した地域の新産業創出を促進するため、拠点地域に地域資源事業化アドバイザーを配置し、ビジネステーマの発掘やビジネスプランの検討・策定、商品・サービス開発や事業化に向けたフォローアップを行う。
		地域資源活用型事業化実現事業	助成	2/3以内	中小企業者等	地域資源を活用した新商品・新サービスの開発から販路開拓までの事業化実現に向けた一連の取組に要する経費に対する助成を行う。 ①新商品等開発事業②マーケティング開発事業(助成上限300万円)
その他	北海道	地域づくり総合交付金	交付	1/2以内	営利を目的としない団体	地域課題の解決や地域活性化を目的として取り組む各種事業に要する経費に対して交付する。 ①イベント開催事業②広報普及事業③人材育成事業等(交付上限300万円)
	総務省	地域おこし協力隊	特別交付税	定額	自治体	都市圏の住民が概ね1年以上3年程度、地域で生活し、農林漁業の応援、水源保全・監視等の地域活動を実施する経費について特別交付税を措置する。(交付税上限400万円)

※支援制度は、代表的なものを掲載、この他国、道、団体では多数の制度が用意されている

参考 1

観光がもたらす経済波及効果推計調査(抜粋)

④産業連関分析により経済波及効果を算出

八雲町産業連関表の作成

波及効果算定に当たり、より精度を高めるために北海道南地域産業連関表を基に八雲町独自の連関表を作成～今後の各種シミュレーションに活用可能

① 観光客実数の推計

② 一人当たり消費額の推計

③ 全体消費額の推計
①×②

観光客入込数推計

- ・宿泊客 19,500人 (町観光客推計)
- ・日帰り客 438,800人 (町観光客推計)

観光客一人当たり平均観光消費額推計

- ・日帰り客 1,400円 (アンケート調査n=289)
- ・宿泊客 24,121円 (アンケート調査n=160)

八雲町における総観光消費額算出

- ・日帰り客 614,320千円
- ・宿泊客 470,360千円

就業、税収関連指標

八雲町産業連関表(3部門)

部門	中間需要			中間需要計	
	第1次産業	第2次産業	第3次産業		
町内産業	1,924	9,206	169	11,299	
	3,138	9,534	5,712	18,384	
	1,827	8,168	11,596	21,590	
中間投入計	6,889	26,908	17,476	51,273	
町外産業	雇用作所得	1,879	7,974	20,506	30,359
	営業余剰	3,219	1,987	6,116	11,322
	資本消耗引当	1,289	1,566	8,184	11,039
	その他	448	920	2,432	3,800
増付加価増額	6,835	12,447	37,238	56,520	
町内生産額	13,724	39,356	54,714	107,793	

A 直接効果 10.84億円

B 生産誘発効果(1次波及) 12.43億円

C 家計迂回効果(2次波及) 1.33億円

総合効果 13.8億円 (波及効果倍率1.27)

(平成23年度ベース)

参考

- 八雲町における総生産額 約1,078億円
- 八雲町における移輸出額 約388億円
- 八雲町における移輸入額 約685億円
- 八雲町における成隙収支 マイナス約297億円

つづき (単位:百万円)

部門	最終需要	町内最終需要		移輸出	最終需要計	需要合計	総移輸入	町内生産額
		消費	投資					
		第1次産業	517	761	7,384	8,662	19,961	-6,237
第2次産業	9,316	15,892	20,150	45,358	63,742	-24,387	39,356	
第3次産業	58,113	1,653	11,243	71,009	92,599	-37,885	54,714	
中間投入計	67,946	18,306	38,777	125,029	176,302	-68,509	107,793	

北海道新幹線開業を見据えた観光客動向に関するWEBアンケート調査(抜粋)

- 道内への訪問実態
 - ・訪問したことのあるまちは、函館市が7割近くを占める。
 - ・訪問目的は「景観観賞」、「グルメ」が上位。
- 旅行者のニーズ
 - ・道南旅行への関心は「地元らしい料理や名物料理」と「温泉」が上位。
 - ・八雲町で行って見たいスポットは「噴火湾パノラマパーク」、「熊の湯」、「雲石峡(雲石峠)」が上位。
- 北海道新幹線のニーズ
 - ・往復とも新幹線を利用したい人は2割弱、行き・帰りのどちらかで新幹線を利用したい人が2割強。
 - ・北海道新幹線新函館駅(仮称)を降りたあとの最初の訪問先は「函館方面」が2割弱、その後の訪問先は、1位「札幌方面」、2位「小樽・倶知安・ニセコ方面」。

(%)

次訪問先	渡島・檜山	渡島・檜山以外
最初の訪問先	渡島・檜山	渡島・檜山以外
渡島・檜山	渡島・檜山ステイ型 22.9	渡島・檜山経由流動型 55.6
渡島・檜山以外	渡島・檜山リターン型 5.7	渡島・檜山スルー型 15.8

今後は、この「渡島・檜山ステイ型の割合をいかに増やしていくかが大きな課題である。

北海道新幹線開業を見据えた観光客動向調査(送客機関等ヒアリング)(抜粋)

①利用地域(北関東、東北)

- 【東京】
- 北関東中心に需要は伸びる。開業年は興味(乗車したい)からの特需が期待される。
 - 現状では青森まで新幹線で行って、乗り継いで函館には「ほとんどない」。
 - 道南単独ではなかなか伸びないだろう。
- 【仙台】
- 青森～函館間の利用増は見込める。仙台では青森又は函館人気は高い。
 - 北陸新幹線の開通により、北陸需要は増えるだろう。仙台～北陸3時間半は魅力的⇒北陸ラインナップは確実に増える。

②利用目的(食ツアー、体験ツアー、温泉ツアー)

- 【東京】
- 食に対する興味は強い⇒雇よりも質が重要、畑で採れた野菜を旅館で食べさせてくれる。
 - 日本海側で海が見える、海に湯船から触れる温泉、朝でしか見えない、夕方しか見えない景観スポット。
 - 複数のコンテンツの掛け合わせが重要。
- 【仙台】
- 東北の方はある程度北海道には行っているので珍しさは重要。
 - 食ブランドは東北域内の商品は売れるが、その他の地域の物は売れない。食だけでなく、いくつかのコンテンツの掛け合わせが必要⇒食、温泉、歴史。
 - 自然は重要なコンテンツではあるが、道南～北海道のイメージは少ない。道東、道北のイメージが強い。

③利用動向(函館IN新千歳OUT)

- 【東京】
- 函館INの新千歳OUTが主流⇒様々なところを見てみたい人が中心でエリア滞在は難しい。
 - 東北のシニア層(現状、函館で連泊しているような人たち)に温泉とセットでPRすれば函館IN函館OUTは考えられる。
 - 関東からの旅行では、東北とのセットはあまり考えられない⇒途中下車して道南の需要はない。
- 【仙台】
- 東北は中部、関西への旅行はJRの利用が高い。
 - 仙台～京都60%はJR利用、関西は70～80%は飛行機⇒伊丹空港から戻るのが抵抗があるのか？

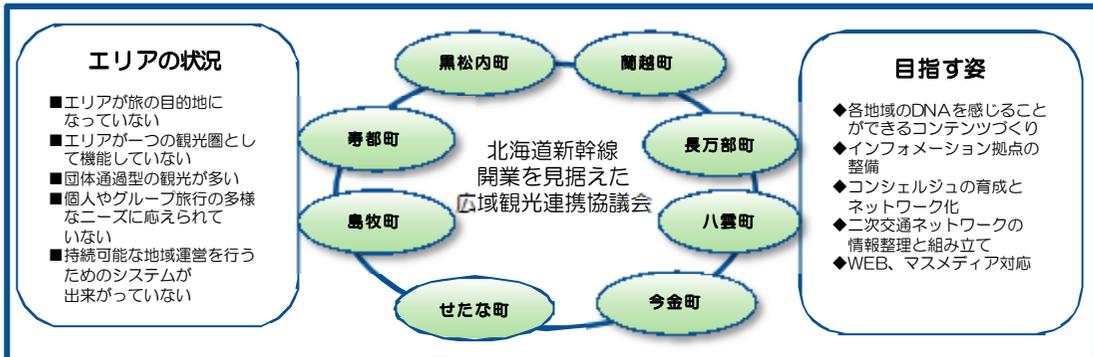
④期待する素材

- 【東京】
- 体験メニューは場所ごとに実施するが、1メニュー30分2000円ぐらいが相場。
 - 2次交通の整備⇒無駄な待ち時間をなくす、空き時間の過ごし方を考えてほしい。
 - 「くるるの社」のような、品質が見える、農家からの直のファームレストランなど。
 - 漁師ならではの料理(番屋の活用)。
 - ジャガイモ:ふかししいも、いももち等の販売を「道の駅」をもっと活用してほしい。
 - 東北との食文化との連携(歴史的なつながりを活用)。

参考2

道南北部エリアにおける観光振興の体系

道南北部エリアにおける“交流・滞在型観光システム”の構築



実現手法とステップ

新たな広域観光エリア（道南北部）戦略

<ul style="list-style-type: none"> 広域連携(開発チームとコンシェルジュ)の枠組みづくり コミュニティツーリズムの開発 マーケティングとプロモーション 交通ネットワークの構築 	24 連携に向けたベースづくり	25 アクションのベースづくり	26 アクションの磨き上げ	27 プロモーション
	<ul style="list-style-type: none"> ★協議会の立上げと議論の開始 ★ワークショップによる地域資源の抽出 ★旅行誌等編集者によるモニターツアーの実施 ★WEBによる観光客動向調査の実施 ★二次交通問題の検討に必要な基礎調査の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ★コミュニティツーリズム開発チームの編成 ★旅の目的となる商品企画とエリアイメージの確立 ★案内員の質の向上・ネットワーク化 ★ステップアップしたコンテンツによるモニターツアーの実施 ★二次交通における課題抽出と対応方向の検討 ★他の道南エリアとの連携 	<ul style="list-style-type: none"> ★コミュニティツーリズム受入体制の整備 ★一般商品化によるモニターツアーの実施 ★コンシェルジュ等による道南エリアネットワークの構築 ★モニターツアーと連動した交通ネットワークの実証実験 ★他の道南エリアとの連携 	<ul style="list-style-type: none"> ★WEB、マスコミ等を活用したPR活動 ★関係機関(旅行会社、レンタカー会社、旅行誌編集社等)への商品提案 ★“青函観光博(仮称)”への参画
				北海道新幹線 新函館駅(仮称)開業

交流人口の拡大による新しいまちづくりIPJ

～八雲町における観光と物産の振興～

地域資源を有効に活用し、交流人口を拡大するとともに1次、2次産業への効果的に波及させることで地域経済の活性化を図り、活気を取りもどす“新しいまちづくり策”

- ★持続可能な地域経済の発展を図るために、地域にある強みを活かした産業（観光）を育成することで、地場食材を活用した食の魅力創造や地元の基幹産業と連携した体験観光メニューの開発、地域の歴史的遺産等を観光資源として活用促進し、新たな観光資源の発掘・磨き上げをする。
- ★北海道新幹線開業を見据え、近隣町村等と連携した受け入れ体制（地域プラットフォーム）の構築を図ることで、道立公園「噴火湾パノラマパーク」を拠点とした町内及び近隣町村との観光ネットワークの形成を目指す。

- ①企画調整、評価分析の仕組みづくり
 - 「噴火湾パノラマパークを活用したまちづくり協議会」
- ②体制の強化
 - 八雲観光物産協会の法人化
- ③拠点の整備
 - 八雲町「情報交流物産館（仮称）」の整備
- ④受け入れ機能の向上
 - 町民意識の醸成と知見の向上
- ⑤広域連携の仕組みづくり
 - 広域連携協議会への参画

噴火湾パノラマパークを活用したまちづくり協議会

H24 八雲町交流人口の拡大による新しいまちづくりの“基礎づくり”

- ①観光まちづくりの推進
 - ・観光を通じたまちづくりに関する意識醸成と統一目標設定
- ②地域資源有効活用の推進
 - ・歴史、自然、食材等の地域資源を活用した観光・物産に関する商品開発
- ③情報交流力の強化
 - ・北海道新幹線新函館駅（仮称）開業を見据えたプロモーション活動

- アクションプラン策定
 - ・経済波及効果の推計など基礎調査
 - 八雲観光物産協会による法人化検討
 - 情報交流物産館（仮称）整備検討と合意形成
 - 各種セミナーなどの開催
 - 観光商品の企画やモニターツアーの実施
 - 新幹線開業後の観光客の動向調査
 - 広域協議会との連携

H25～アクションプランの実行

参考3

H24年度の主な取り組み

企画調整と評価分析

～町内連携と基礎資料等の整備～

- 噴火湾パノラマパークを活用したまちづくり協議会による議論
 - ・協議会 4回
 - ・幹事会 4回
- 共通認識の醸成
 - ・八雲町産業施設視察会
- 基礎調査の実施
 - ・八雲町観光（交流人口）経済波及効果推計調査
 - ・八雲町観光客動向調査
- アクションプランの策定
 - ・八雲町“交流人口の拡大による新しいまちづくり”アクションプランVol.1

体制の強化

～中核となる組織の育成～

- 八雲観光物産協会の法人化と拠点(情報交流物産館)運営の検討
 - ・法人化検討委員会 17回
 - ・役員会 6回
 - ・総会（臨時会を含む）2回
- 各種勉強会など
 - ・法人運営等に関する専門家招へい
 - ・拠点施設に関する視察
 - ・物産振興に関する勉強会
 - ・観光振興に関するワークショップ
 - ・町が実施する基礎調査への協力
 - ・各種セミナー、研修会の共催 など

個別機能の強化

～各種事業の実施～

- 気運醸成
 - ・交流人口の拡大による新しいまちづくりセミナー
 - ・新たな観光地域づくりキックオフセミナー（共催）
- 知見の向上
 - ・交流人口の拡大による新しいまちづくり研修会（2回）
 - ・台湾を知るセミナー（共催）
- 企画立案
 - ・ワークショップ“わがマチの目玉メニューを考える”
 - ・八雲町異業種交流研修会“八雲町の資源とプレイヤー”と異業種懇談会
- 実施
 - ・小牧市民活動ネットワーク体験観光モニターツアー in 八雲
 - ・道南“秋の紅葉&新観光地をめぐる旅”モニターツアー

拠点の整備

～情報交流物産館（仮称）の整備～

- 町議会への説明
 - ・常任委員会 5回
 - ・全員協議会 7回
- 意見の集約
 - ・パブリックコメントの実施
 - ・八雲観光物産協会での検討
 - ・噴火湾パノラマパークを活用したまちづくり協議会での議論
 - ・出前説明会の実施（町長と語る町内会長会議 など）
- 関係機関との調整
 - ・北海道、PFI（株）との調整会議 2回

広域連携の仕組み作り

～検討と共同事業の実施～

- 北海道新幹線開業を見据えた広域観光連携協議会
 - ・協議会 2回
 - ・幹事会 2回
- 企画立案・検討
 - ・ワークショップ“わがマチの目玉メニューを考える”
 - ・道南“秋の紅葉&新観光地をめぐる旅”モニターツアー
 - ・道南広域WEB調査
 - ・広域観光振興に係る地域交通基盤調査
- 連携の気運醸成
 - ・新たな観光地づくりキックオフセミナー（共催）
 - ・「新たな広域観光エリア戦略」策定（協力）