

# 第5章 千歳市が目指す観光ビジョンと実現の方向性

観光ビジョン 市民が誇れる北海道の観光都市への成長に向けて

## ① 基本方針と主要施策

基本方針1 地域資源を生かし市民とともに創る 持続可能で魅力ある観光まちづくり	基本方針2 快適で安心な受入環境整備 と観光ハブ機能の強化	基本方針3 地域の魅力を届ける効果的な 情報発信と誘客活動の推進
<b>主要施策1-1</b> 地域周遊観光を促進する滞在コンテンツの充実	<b>主要施策2-1</b> ストレスフリーで安全・快適な旅行環境の整備	<b>主要施策3-1</b> ターゲット層に応じたプロモーション活動の展開
<b>主要施策1-2</b> 付加価値の高い観光コンテンツ開発による消費拡大	<b>主要施策2-2</b> 北海道の観光ハブ機能の形成・強化	<b>主要施策3-2</b> Web・SNS を活用した戦略的な情報発信
<b>主要施策1-3</b> 閑散期の観光需要の安定化と活性化	<b>主要施策2-3</b> 観光産業の人材育成・確保の推進	<b>主要施策3-3</b> 観光を楽しめるまちとしてのブランドイメージの向上
<b>主要施策1-4</b> 市民の観光理解促進と地域経済の好循環の創出		<b>主要施策3-4</b> 外国人観光客誘客の推進
<b>主要施策1-5</b> 市民生活や自然環境に配慮した持続可能な観光推進		<b>主要施策3-5</b> 様々なデータの収集・分析によるマーケティング戦略の立案と実行

## ② プランの推進

(1) プランにおける各主体の関わり方や役割 / (2) プランの推進体制  
【連携】課題と実情の把握、定期的な情報共有、改善策の取組

(3) プランの進捗管理

**市民**  
来訪者に地域の魅力を伝え、好印象と再訪を生む

**事業者**  
商品開発と連携により観光満足度と消費を高める

**行政**  
方針策定と基盤整備で持続可能な観光を支える

**観光連盟**  
関係者をつなぎ、戦略的に観光振興を牽引する

定期調査でKPIの達成状況を確認  
評価に基づき、具体的な事業内容を毎年改善する  
結果を公表し、取組に対する理解と賛同につなげる

## ③ プランの目標

以下の3つの指標をKPI(重要業績評価指標)として設定し、毎年進捗管理を行います。

観光入込客数	宿泊客延べ数	¥ 観光消費額単価			
		日帰り		宿泊	
R6実績値:185万人	R6実績値:39万人泊	R6実績値	R12目標値	R6実績値	R12目標値
R12目標 <b>236万人</b>	R12目標 <b>65万人泊</b>	道内 5,854円	<b>7,000円</b>	35,038円	<b>42,000円</b>
		道外 25,671円	<b>31,000円</b>	53,019円	<b>64,000円</b>
		海外 20,590円	<b>25,000円</b>	115,562円	<b>139,000円</b>

# 千歳市観光振興プラン 概要版

～ 市民が誇れる北海道の観光都市への成長に向けて～

## 第1章 千歳市観光振興プラン策定の趣旨

### ◎ 策定の目的

観光を地域振興の柱として位置づけ、以下の実現を目指す。

- 市内消費の拡大
- 雇用の創出
- 地域ブランド力の向上
- 自然・文化資源の保全
- 国際交流の促進
- 市民の誇り醸成

▶ 地域経済の活性化

### 📍 プランの位置付け

千歳市第7期総合計画の「個別計画」として策定

- ✓ 国や北海道の計画との整合
- 国「観光立国推進基本計画」
- 北海道「北海道観光のくにづくり行動計画」

### 📅 計画期間

**5年間**

R8 R12  
令和8年度～令和12年度

## 第2章 前回の観光振興プランの総括

対象期間:令和4年度～令和7年度

### 施策の3つの柱と主な取り組み実績

<b>① ウィズコロナなど時代背景に合った観光振興</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 宿泊助成事業: 「ようこそ・ちとせ割」などの実施</li><li>● 新ツーリズム推進: AT、ワーケーション、ユニバーサルツーリズム</li><li>● アウトドアスタイルのイベント: 支笏湖ブルーキャンプ、支笏湖水濤まつり・氷の美術館</li></ul>	<b>② 地域資源を生かしたツーリズムの創出</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● グリーンツーリズムやスポーツツーリズムなどの様々なツーリズムの展開</li><li>● 支笏湖チップ「地域団体商標」登録(2024年)</li><li>● サーモンパークの認知度向上</li><li>● 自然環境の保全や温泉の管理</li></ul>	<b>③ 観光客の受入環境整備と誘致宣伝活動の推進</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 公衆Wi-Fi整備・管理</li><li>● 観光情報誌「水がつなぐ旅」作成</li><li>● 観光PR大使や海外インフルエンサーを活用したプロモーション</li><li>● JR千歳駅観光案内所設置</li></ul>
---	--	---

### 📊 数値目標達成状況 (令和6年度実績)

市内宿泊延べ数 <b>達成</b> <b>39万人泊</b> 目標:24万人泊 進捗率 161%	平均観光消費額 <b>達成</b> <b>19,807円</b> 目標: 15,000円 進捗率 132%	観光入込客数 <b>未達</b> <b>185万人</b> 目標:286万人 進捗率 64.5% *支笏湖地区は回復傾向
--	---	---

## 第3章 近年の国内観光動向

### 1. 日本を取り巻く環境の変化

#### 国が推進する観光計画

##### 2030年目標:

訪日客6,000万人/  
消費額15兆円

##### 質重視の戦略:

訪日客受入環境の整備や地域  
プロモーションの強化、高付加  
価値体験、観光DX推進

観光立国推進基本計画(第4次)  
2023年3月

##### [3つの柱]

- 持続可能な観光地域づくり
- インバウンド回復
- 国内交流拡大

#### 国内観光客の動向

##### 2024年実績:

宿泊客数2億9,314万人(前年比  
4.2%増)

日帰り客数2億4,681万人(前年比  
14.1%増)

##### コロナ禍以降の変化:

- 旅行同行者の傾向として、家族旅行が減少し、夫婦・カップル、一人旅が増加した。
- 旅行目的として、美食巡りや「推し活」としての聖地巡礼などが増加した。

#### 訪日外国人の動向

##### 2024年実績:

訪日客3,687万人(令和元年比  
16%増)

##### コロナ禍以降の変化:

- 旅行形態として、団体から個人・少人数に変化した。
- 消費傾向として、観光体験や娯楽サービスが増加した。
- 観光情報源として、SNSを活用する人が急増している。

### 2. 北海道を取り巻く環境の変化

#### 主要な観光政策と取組

##### 北海道観光のくにづくり 行動計画に基づく取組

- 北海道ならではのコンテンツの創出
- インバウンドの回復
- 国内リピーターの育成
- 観光DXの推進

#### 北海道観光客の動向

##### 2024年度実績:

宿泊客数1,589万人(前年度比2.5%増)

日帰り客数3,375万人(前年度比4.6%増)

- 近距離・短期滞在のニーズが強い。

#### 訪日外国人の動向

##### 2024年度実績:

訪日客283万人(令和元年度比16%増)

- 個人旅行需要の増加や航空便数の回復が寄与したと考える。

### 3. 千歳市を取り巻く環境の変化

#### 観光統計データ分析

##### 観光入込客数の推移:

2022年度以降は2019年度の約40%  
の180万人前後で推移している。

##### 宿泊客延べ数の状況:

コロナ禍前を超え今後も増加が予想  
される。

##### 今後の課題:

観光客の属性・動向が変動しており、  
調査制度向上とデータ分析の強化が  
必要。

#### 新千歳空港の利用動向

##### 2024年実績:

旅客数2,397万人(前年比7.7%増)

##### 国内線:

旅客数2,044万人(前年比約3.8%増)

##### 国際線:

旅客数353万人(前年比37.4%増)

- 東アジアの需要回復や定期便の  
復便・新規就航が寄与したと考え  
られる。

#### 影響を及ぼす出来事

支笏湖地区  
「ゼロカーボンパーク」登録

千歳次世代半導体メーカー  
「Rapidus(ラピダス)」の進出

「千歳アウトレットモール・レラ」  
営業終了による観光入込客数の減

市内宿泊施設の増加による  
宿泊客数の増加

## 第4章 千歳市の観光課題

### 1. 課題の整理

#### 時代の流れを汲んだ柔軟な観光施策の展開

- 個人旅行の増加や様々な旅行形態に対応するため、  
ニーズ把握と地域資源の整理が必要。
- 滞在時間延長と消費拡大を図るため、既存コンテンツの  
高付加価値化と新たな滞在コンテンツ創出が必要。

#### 地区別の課題

- 市街地:道の駅や水族館など観光客が集中する観光拠  
点からの送客などが不十分。
- 支笏湖:自然、温泉、旅館など魅力は高い一方、繁閑差  
があることや繁忙期の交通渋滞なども課題。
- 農村:食や文化・歴史の資源はあるが、交通手段が限ら  
れているとともに道外客が少ない。
- 共通:二次交通の充実や人材の確保・育成、災害対応体  
制の整備が必要。

#### ビジネス客の取込

- 市内全体の宿泊客は120万人泊を超えているが、その  
うち39万人泊しか観光に取り込めていない。
- 観光に取り込めていない客(いわゆるビジネス客)に特  
化した取組として、短時間観光ルートの作成、着地型の  
情報発信、ナイトタイム観光などが必要。

#### 外国人観光客の誘客

- 多言語化など観光情報発信の強化が必要。
- 公衆Wi-Fiの拡充、二次交通の整備や海外の食文化対  
応など受入環境の充実が必要。

#### 居住地別の戦略

- 道内:自家用車の利用が多く目的地型であるため、滞在  
時間の延長による消費の拡大が必要。
- 道外:レンタカーの利用が多いため、観光拠点への誘導  
策や冬季の交通環境の整備が必要。
- 海外:公共交通機関の利用が多いため、多言語での案  
内などの利便性の向上が必要。

#### 効果的なプロモーション

- 観光地としての知名度が低く通過客が多いため、SNS  
などを活用した認知度向上の取組が必要。
- 国や居住地、年齢などターゲット別にニーズやトレンドを  
分析し、テーマを持った情報発信が必要。

### 2. 課題から見える今後の施策分類

#### 地域資源

- 観光資源の体系的整理
- 付加価値の高い観光創出
- 市内外への周遊促進
- 持続可能な観光推進
- 市民生活との調和
- 閑散期観光需要の安定化
- 食文化・産業観光活用
- 文化遺産・歴史資源活用

#### 受入環境

- 二次交通の充実
- 関連事業者連携強化
- 公衆Wi-Fi・DX推進
- 災害対応体制整備
- 多言語対応の強化
- 観光案内・サポート機能強化
- 手荷物・送迎サービス充実
- 外国人向け食文化対応

#### 宣伝誘致

- 観光ニーズの把握と分析
- SNSなどを活用した情報発信
- ビジネス客の取込
- 適切な観光情報の発信
- 外国人観光客の誘客
- マーケティング調査の実施
- 効果的なプロモーション