

旭川観光基本方針

推進期間：令和5年度～令和9年度

令和5年（2023年）

旭川市

目 次

第1章 策定の趣旨・目的等	1
1 策定の趣旨	
2 目的	
3 本方針の位置付け	
4 推進期間	
5 方針の点検・見直し	
6 方針推進の考え方	
第2章 旭川市の観光の現状	3
1 概略	
2 国の動向	
3 北海道の動向	
4 旭川市の動向	
5 本市のS W O T分析	
第3章 主要な地域資源	16
1 大雪山の恵み	
2 食材の集積	
3 世界最高水準の雪質	
4 観光の拠点機能	
5 産業・デザインの都市	
第4章 観光振興に向けた課題	19
1 通年型・滞在型観光の推進について	
2 広域観光の推進について	
3 受入体制の整備について	
4 消費拡大の仕組みづくりについて	
第5章 施策の方向性	21
1 旭川市の観光の将来像	
2 施策展開の考え方	
3 施策の方向性	
3-1 新たな旅行スタイルへの対応	
3-2 着地型・体験型の観光コンテンツの拡充	
3-3 都市機能を備えた旭川を拠点とした広域観光の強化	
3-4 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備	
3-5 マウンテンシティリゾートの確立	
第6章 成果指標等	32
1 進捗管理	
2 財源の確保	

■ 第1章 策定の趣旨・目的等

1 策定の趣旨

観光は、サービス業のみならず、農林水産業、商工業など関連産業の裾野が広く、経済波及効果が大きい産業です。観光振興による交流人口の拡大が、新たな需要創出と雇用拡大などにつながり、地域全体に大きな経済発展をもたらす原動力になり得るものと期待されます。

さらに、様々な観光振興の取組を通じて、まちに住む人々が自らの地域の魅力を見つめ直し、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを進めることは、郷土意識を高め、持続可能で発展的な地域社会を築き上げていくことにもつながります。

そのため誰もが安心して快適に滞在することができ、国際的にも通用する観光地を目指して、市、市民、観光事業者（観光に関する事業を主たる事業として営む者をいう。以下同じ。）及び観光関係団体等（観光に関する活動を行う団体、企業、教育機関等をいう。以下同じ。）、旭川市に関わる全ての者が連携し、一体となって、観光の振興を推進するために、旭川市観光振興条例（以下「条例」という。）を令和4年3月25日に制定し、同年4月1日から施行されました。条例第7条第1項において、「観光の振興に関する基本的な方針を策定するものとする」と規定されていること、また、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、本市における観光を取り巻く環境が大きく変化していることから、旧方針の推進期間（平成31年4月から令和6年3月まで）の途中ではありますが、令和5年4月1日を始期とする新たな「旭川観光基本方針（以下「本方針」という。）」を策定します。

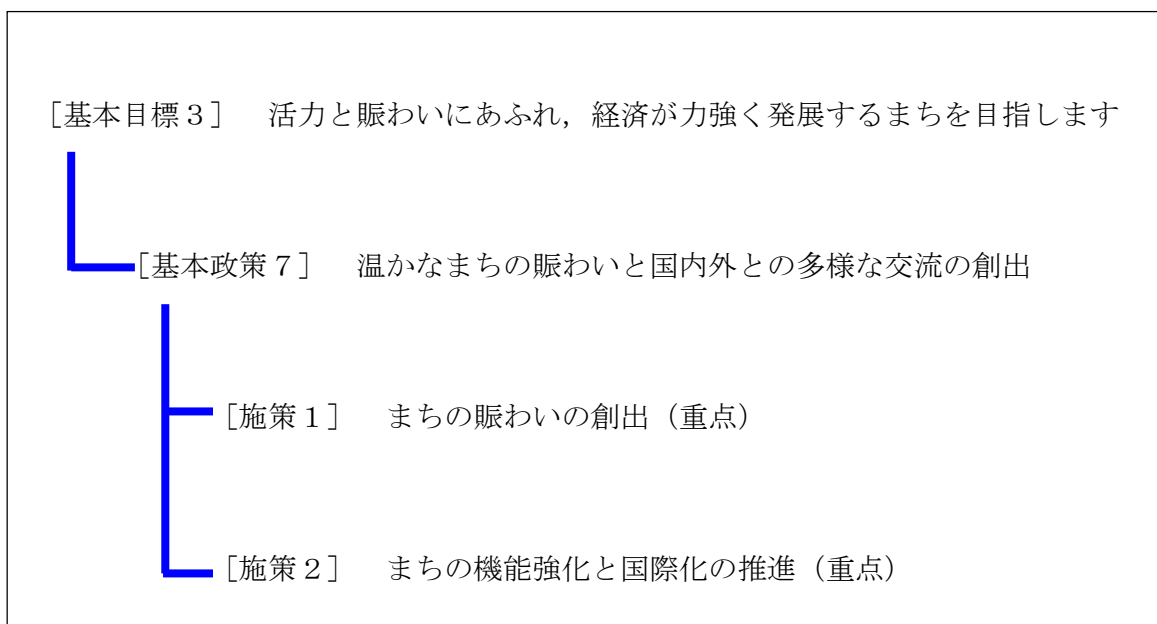
2 目的

新たに策定する「旭川観光基本方針」は、条例に定められた基本理念にのっとり、市の責務、市民、観光事業者、観光関係団体等の役割等を踏まえ、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために策定するものです。

3 本方針の位置付け

本方針は、北海道の「第5期北海道観光のくにづくり行動計画」との連携、整合性を図るとともに、旭川市の基本構想「第8次旭川市総合計画」に定める旭川市の目指す都市像である「世界にきらめく いきいき旭川 ～笑顔と自然あふれる 北の拠点～」の実現を推進するためのプランとして位置付けます。

[第8次旭川市総合計画（2016年～2027年）における位置付け]



4 推進期間

令和5年4月から令和10年3月までの5年間とします。

5 方針の点検・見直し

本方針に基づく観光施策の展開に当たっては、各施策の進捗状況について、当該方針の策定主体である旭川市が毎年度点検しながら、必要に応じて方針の見直しを行うものとします。

6 方針推進の考え方

本方針を推進していくためには、旭川市はもとより、市民、観光事業者、観光関係団体等など、全ての人が条例や本方針に基づくそれぞれの役割を認識し、資源を互いに活用するなど、これら産官学民が連携・協働して観光振興を推進していくことが必要です。

このため、この方針の目標達成に向け、旭川市をはじめとする行政機関のみならず、旭川市の観光振興に関わる全ての方々と連携・協力しながら、交流人口の拡大や観光消費の増加による地域経済の活性化に向け、本方針を推進していきます。

■ 第2章 旭川市の観光の現状

1 概略

旭川市は、北海道のほぼ中央に位置し、大雪山系が育んだ自然環境と、多様な産物が集まる交通の要衝として発展してきた都市機能が調和した、北北海道の拠点都市です。

食品品製造業、家具装備品製造業、機械金属関連製造業など多くの産業が集積するほか、四季の変化が明瞭で、この地域ならではの自然・食・文化など多くの魅力が育まれています。

これまでの旧方針では、こうした旭川の魅力を「大雪山の恵み」「食材の集積」「世界最高品質の雪質」「観光の拠点機能」に分類し、本市の観光振興に向けた4つの課題「通年型・滞在型観光の推進」「広域観光の推進」「受入体制の整備」「消費拡大の仕組づくり」から、次の5つ施策の方向性を定め、施策を推進してきました。

- 1 着地型・体験型の観光コンテンツの拡充
- 2 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備
- 3 航空路線誘致と連動した観光プロモーション推進
- 4 広域連携の体制強化
- 5 都市型スノーリゾートの確立

しかしながら、令和2年度からは、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大やそれに伴う外出自粛の影響を受け、観光客数は大きく減少し、本市の観光産業に深刻な影響が生じています。

一方で、コロナ禍における観光のスタイルとして、ワーケーション、ブレジャー等の「新たな旅のスタイル」や「少人数」「都市から離れた場所への旅行」「自然を楽しむ旅行」という志向の高まりから、アドベンチャートラベル¹が注目されているなど観光を取り巻く状況は大きく変化しており、本市の観光振興は、新たな局面を迎えています。

¹ 「アドベンチャートラベル」とは、国際的機関である「Adventure Travel Trade Association（アドベンチャートラベルトレードアソシエーション）」が提唱する旅行スタイルで、「自然との関連性」「異文化体験」「身体的活動」の3つの要件のうち2つ以上を含むものと定義されています。

[旧方針の進捗状況]

(新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年度を実績値とし、参考として令和3年度実績を掲載する)

成果指標	目標値① (R5 年度)	実績値② (R1 年度)	達成度 (① : ②)	参考 (R3 年度)
観光入込客数 (人)	6,000,000	5,079,300	84.7%	1,601,600
観光客宿泊延数 (泊)	1,000,000	905,800	90.6%	379,400
外国人宿泊延数 (泊)	240,000	241,344	100.6%	1,006
コンベンション参加人数 (人)	260,000	229,739	88.4%	16,976
観光消費額 (千円/人)	54.0	62.9	116.5%	36.8

2 国の動向

人口減少・少子高齢化が進む中、観光は交流人口の拡大により地域経済の維持・発展が期待できることから、国では、成長戦略と地方創生の大きな柱として位置付け観光を基幹産業へと成長させ、「観光先進国」を目指すこととしています。

平成28年3月に明日の日本を支える観光ビジョン構想会議において「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、従来の政府目標を大幅に前倒し、かつ質の高い観光交流を加速させるべく、令和12年（2030年）に訪日外国人観光客数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円等の目標を設定し、新たな目標に向かって進んでいくことが示されました。

令和2年7月からの政府の今後の1年を目途とする行動計画を示した「観光ビジョン実現プログラム2020」においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連産業に深刻な影響が生じていることを踏まえ、国内の観光需要の回復と観光関連産業の体質強化とともにインバウンド再開に備える施策を実施するとされています。また、インバウンドに大きな可能性があるのは今後も同様であり、2030年に訪日外国人観光客数6,000万人の目標は十分達成可能との見通しであるとされています。

さらに、近年、SDGsに向けた取組が重視され、この理念を踏まえた観光についても推進が求められており、このためには「経済」「環境」「社会・文化」の適切なバランスが重要であり、地域に暮らす住民や環境に適切に配慮するとともに、観光客に対して地域ならではの満足度の高い観光体験を継続的に提供することなどが必要とされています。

3 北海道の動向

北海道には、豊かな自然環境、心を癒す温泉や新鮮な食、地域の風土や歴史が育んだ生活・文化などが大きな魅力となって、国内外から多くの観光客が訪れています。

近年、北海道では、旅行形態の変化や観光客ニーズの多様化に加え、本格的な人口減少社会到来による国内旅行市場の縮小の懸念や、海外からの観光需要を積極的に獲得していく必要があるとの考えのもと「観光で稼ぐ」（「第4期 北海道観光のくにつくり行動計画」に規定）をキーワードに、これまで旺盛なインバウンド需要を取り込みながら観光振興に取り組んできました。

その取組により、訪日外国人観光客数は、平成30年度は、中国や韓国などアジア圏の北海道人気や国際線の新規就航・増便なども追い風となり、前年比11.6%の増の過去最多となる312万人を記録しました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、インバウンド需要はほぼ消失し、国内需要も減少しており、観光関連事業者はこれまで経験したことのない極めて危機的な状況に置かれている中で、徹底した感染拡大防止策と社会経済への影響

の最小化を図りながら、広大な自然環境を活かしたクリーンな北海道を目指し、新しい旅行スタイルの推進など、中期的な視点に立って次に進んでいかなければならないとの考えから、令和3年11月に「第5期 北海道観光のくにつくり行動計画」を策定し、「観光地づくり」、「誘客活動」、「受入体制整備」の3つの基本的施策に加え、「ウィズコロナ・ポストコロナ」の施策を展開し、「観光立国北海道」の再構築に向けて取組を進めています。

4 旭川市の動向

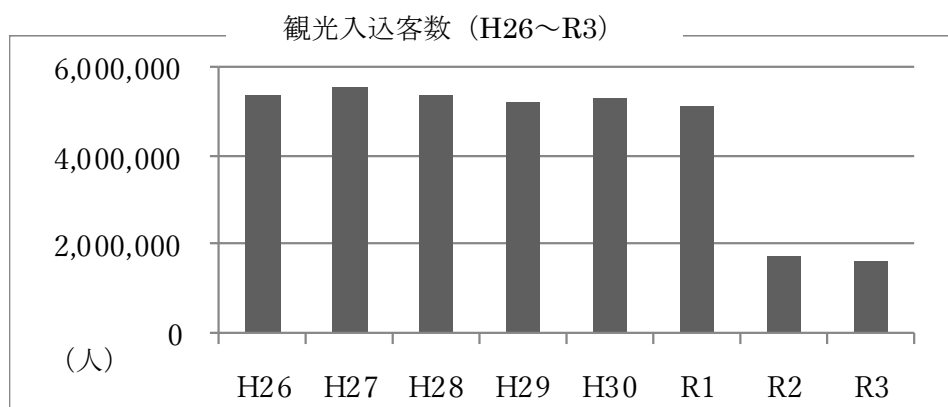
(1) 観光客入込数等について

旭川市においては、令和元年度に旧方針を定め、その進捗度を測る目標値として、「観光入込客数」「観光客宿泊延数」「外国人宿泊延数」「コンベンション参加人数」「観光消費額」の5項目を掲げ、関係施策を推進してきました。

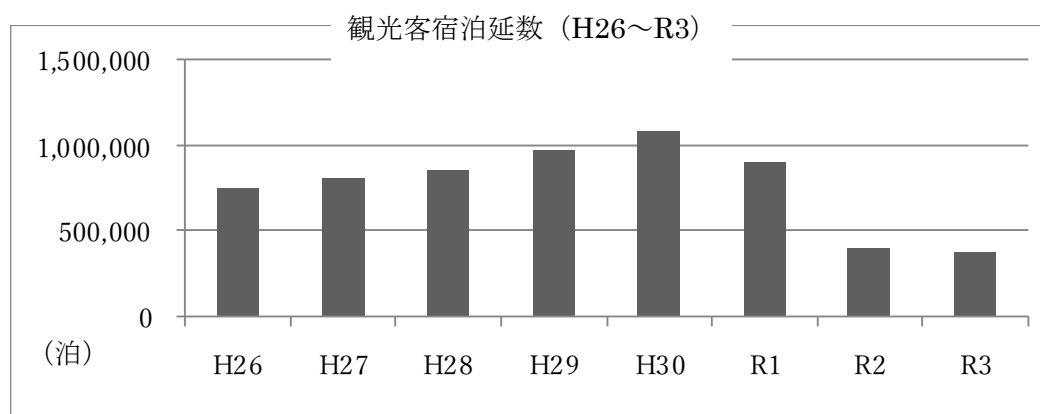
観光入込客数のピークは、平成19年度の約733万人ですが、近年は500万人から550万人程度となっています。

令和元年の旭川市の観光入込客数は約507万人であり、前年度の約527万人から減少していますが、これは、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大で、令和2年3月頃から渡航禁止等の措置が講じられたことによる影響と考えられます。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響によって、令和2年度は170万人、令和3年度は160万人となっています。

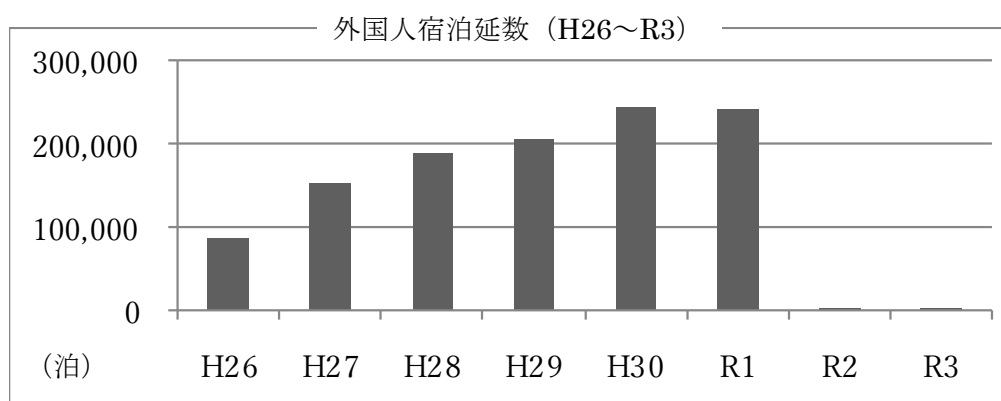


観光客宿泊延数は、平成27年度に初めて80万泊を超え、平成29年度に90万泊、平成30年度には100万泊を超えるなど順調に推移してきましたが、令和元年度は905,800泊と微減となり、令和2年度は403,200泊、令和3年度は379,400泊となりました。



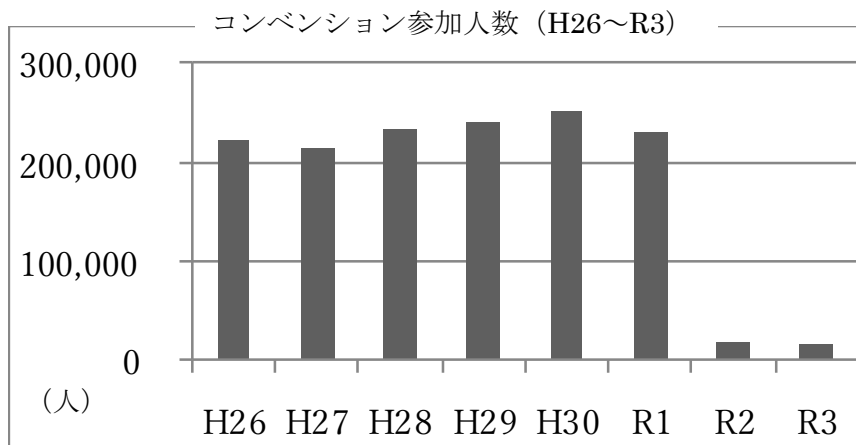
外国人宿泊延数も好調で、平成25年度は48,667泊だったものが、平成26年度には1.8倍の86,202泊、平成27年度には、その1.8倍の152,182泊、平成30年度には過去最高の244,515泊、令和元年度は241,344泊となりました。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響によって、令和2年度は1,353泊、令和3年度は1,006泊とわずかな値となり、大幅に減少しました。

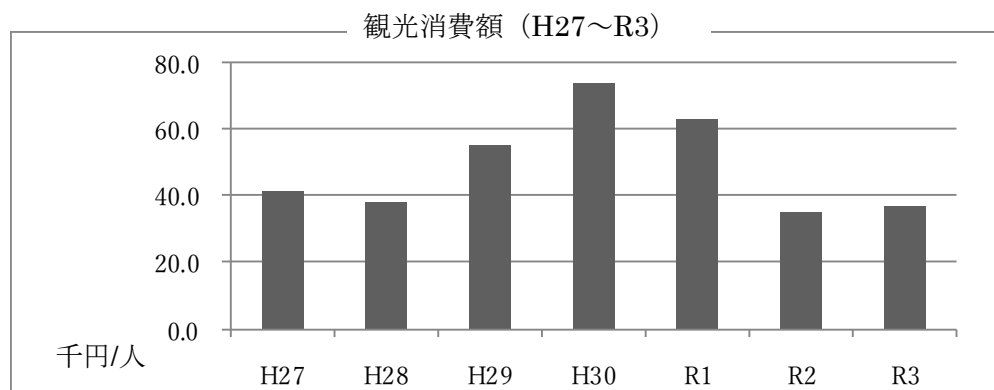


コンベンション参加人数は、年度によって変動はあるものの、概ね増加傾向にあり、令和元年度は229,739人となりました。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響によって、コンベンションやイベントがほとんど中止となったことから、令和2年度は18,838人、令和3年度は16,976人となりました。



また、観光消費額は外国人観光客の増加に合わせ、平成30年度までは堅調に増加してきましたが、新型コロナウイルス感染症の影響によって、令和2年度は35.0千円/人、令和3年度は36.8千円/人と大きく減少しました。



(2) 旭川市観光振興条例の施行

令和4年4月1日に「旭川市観光振興条例」が施行されました。当該条例は、本市の観光振興における基本理念等を定め、市の責務、市民、観光事業者、観光関係団体等の役割を明らかにし、観光の振興に係る施策の基本となる事項を定めています。ここで、本方針を推進するために各主体の責務及び役割を次のとおり設定します。

ア 市の責務

- ① 中長期的な計画を策定し、その計画に基づいて観光施策を実行し、結果を検証し、必要に応じて改善しながら推進していきます。
- ② 市有施設の情報など公的な情報を積極的に提供したり、観光事業者、観光関係団体等が実施する公益的な取組に市が後援したり、各団体の調整に努めるなど、相互協力関係の構築や連携の強化などに取り組みます。
- ③ 国内外での観光プロモーション活動などを、観光事業者、観光関係団体等と一体となって円滑に活動ができるよう、市が相互協力関係を構築しながら推進していくことで、本市を積極的にPRし、観光客の増加を図ります。

イ 市民の役割

- ① おもてなしの精神を持って観光客を温かく迎えることや、観光客と交流を図ることによって、旭川の観光についてより理解を深めて、観光地づくりに携わります。
- ② 本市の自然や歴史と、その中で培われた生活や文化などを大切にしながら、自らが旭川の観光の魅力を他者へ伝えます。
- ③ 市内の観光・文化施設などを訪れて学んだり、様々なイベントに参加すること、また、その他観光に関する会議に参加することなどにより、本市の観光への理解を深めます。

ウ 観光事業者の役割

- ① 観光客の声を聞き、観光客を旭川に誘致し、訪れた観光客に様々な体験を提供し、満足度の向上に努めます。
- ② 交通、飲食業など地域の各産業と連携して、観光客の滞在につながる観光スポットへの案内、本市ならではの飲食、お土産の開発などの事業活動を通じて、観光の振興を図ります。
- ③ 様々な業種と連携し、積極的に情報発信を行うことや、多岐にわたる観光商品を作り上げることで、多様な世代の細かいニーズに対応した観光の形を提案・提供するほか、こうした情報発信や観光資源の開発のほかにも、既存の観光資源の磨き上げや、観光関係団体等との連携を図ります。

エ 観光関係団体等の役割

- ① 観光に関する活動を行う団体については、旭川ならではの観光商品を造成するほか、地域の観光事業者を育成、支援するとともに、旭川の魅力を発信できる人材の育成を推進します。
- ② 旭川観光物産情報センターなど、最前線で観光案内を行っている職員や観光ボランティアは、観光案内技術の研鑽に努めます。
- ③ 観光事業者以外の農業、家具産業、酒造業、文化、スポーツなど、観光振興につながるが見込まれる様々な分野で活動する企業や団体の皆様は、観光事業者や観光関係団体、あるいは市と連携して、機会に応じてそれぞれの活動を通して、観光誘致にもつながる取組に協力します。また、これらの各種連携の他にも、イベントへの参加や協力、各種体験メニューの提供等を担っていただくなど、受入体制の充実に取り組みます。
- ④ 教育機関においては、観光に関する授業の実施や各イベントへの参加などを通じて、おもてなしの向上や情報発信に取り組みます。
- ⑤ 各種データを収集し、データに基づいたマーケティングを行い、本市等の行政機関と協力して戦略的なプロモーションを推進したり、受入体制の整備を行います。

(3) 一般社団法人大雪カムイミンタラDMOの本格的な運営開始

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに「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、各種調整機能を備えるとともに、各種観光データの収集、分析等を行うことを目的に旭川市を含む1市7町（旭川市、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、上川町及び東川町）を管轄地域とする「一般社団法人大雪カムイミンタラDMO（以下「大雪DMO」という。）」が平成29年10月に設立されました。

大雪DMOは、基本戦略として「食×健康・保養×歴史・文化×四季の自然を組み合わせ何回来てでも楽しめる地域づくり」、「多様なニーズに対応した都市型スノーリゾート地域の構築」、「商品、サービスの高付加価値による稼ぐ地域づくり」を設定し、商品造成のみならず、外国人対応、観光事業者間連携、人材育成などの体制づくりを一体的に推進しています。

さらに、夏季は大雪山の自然を活かした各種アクティビティ、冬季は圏域内のスキー場を軸とした集客など、大雪山系の魅力的な自然環境を最大限に活かした、通年での誘客を推進しています。

また、eスポーツ²を核とした中心市街地の賑わいを創出し、地域経済の活性化とICT人材育成を融合したモデル事業を展開するため、ICTパーク³の管理運営を行い、eスポーツ大会やプログラミング教室などのイベントを実施しています。

(4) 北海道内7空港の一括民間委託と空港機能の強化

令和2年から北海道内7空港の一括民間委託が始まり、令和2年10月には旭川空港でも運用が開始されました。この一括民営化を通じて、民間のノウハウを生かして戦略的に路線誘致などに取り組み、各空港の利用促進を強化し、新千歳空港や札幌圏に集中している観光客の広域的な分散を図ることとしています。

また、旭川空港は、外国人観光客の増加に伴い、利便性・快適性向上のため平成30年度に国際線ターミナルを新設し、観光客の受入体制を強化しました。

² 「eスポーツ(esports)」とは「エレクトロニック・スポーツ」の略で、広義には、電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般を指す言葉であり、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉える際の名称です。

³ 「ICTパーク」は、まちなかの賑わい、ICTに関心の高い人材の育成、IT関連企業誘致や最先端技術の導入などを目的として、令和3年2月に開設された施設です。管理・運営は大雪DMOが行っています。

(5) アドベンチャートラベルの推進

令和5年(2023年)に北海道において、世界最大のアドベンチャートラベルのイベントである「アドベンチャートラベル・ワールドサミット 2023 北海道」が開催されます。

本市ではこの「ATWS2023」⁴に参画し、旅行形態が長期滞在となる欧米豪からの誘致を目指すべく、ポストサミットアドベンチャー⁵（道内では4か所（旭川市，帯広市，釧路市及び北宗谷地域（稚内市，礼文町，利尻町，利尻富士町））が参画を計画中）の実施に向け、観光資源の磨き上げから上質なコース造成，地域への経済波及効果が高い販売方法の検討など，北海道や観光事業者等と一体となって取り組むことでアドベンチャートラベルの推進を図っていきます。

(6) ONSEN・ガストロノミーツーリズム⁶への参画

旭川市を中心とした旭川大雪圏域連携中枢都市圏の1市8町（旭川市，鷹栖町，東神楽町，当麻町，比布町，愛別町，上川町，東川町及び美瑛町）の範囲において，特色ある自然・風景・歴史文化や，食材（グルメ），温泉などを巡る仕組みづくりを行うとともに，「一般社団法人 ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構」に，広域エリアで加入することで，国内外から主に個人旅行誘致を推進していきます。

(7) 旭川未来会議2030

市民が主体的にまちづくりに参画し，「2030年の旭川」のあるべき姿について議論された意見を，旭川の未来に向けた取組として本市が推進することを目的に開催され，令和4年度の観光分野における分野別会議で，今後，本市が取り組むべき観光施策が提言されました。

◆ 提言された今後取り組むべき「重点的な施策」

① 道の駅や市場などを活用した朝活プロジェクト

朝の時間を含めて，道の駅や市場を活用したイベント，朝市，観光ツアーなどを開催する。

② 旭川駅南の観光地化

⁴ 「ATWS」とは，アドベンチャートラベル・ワールドサミットの略。アドベンチャートラベルトレードアソシエーション（ATTA）が毎年1回開催する，アドベンチャートラベル関連での世界最大のイベント・商談会であり，2021年9月の北海道での開催はアジア初で，かつ初のバーチャル開催となり，2023年9月には再び北海道での開催が予定されています。

⁵ 「ポストサミットアドベンチャー」とは，AT業界に非常に高い影響力のインフルエンサー（ATTAが選定する多数の顧客を有する有力海外バイヤーや発信力の高い有力メディア等）や有識者等を対象に，その地域（自治体など）と実行委員会が連携して行う，ATWS開催後に行われるエクスカッションです。

⁶ 「ガストロノミーツーリズム」

観光客がその土地ならではの「食」を楽しみながら，自然・歴史・文化などに触れる欧州発祥の旅のスタイルで，フランスのサイクリングによるワイナリー巡りなどが代表例です。

「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」

国内では「（一社）ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構」が，これに「温泉」も組み合わせた観光地づくり・魅力発信等を推進しています。

旭川駅の南側において、鏡池の活用、スラックライン⁷の設置、川下り、雪遊び、雪合戦などを行う。

③ 旭山動物園における体験型アクティビティの充実

ナイトサファリの開催やペンギンと一緒に滑ることができるスケートリンクの設置などを行う。

5 本市のSWOT分析

本市を取り巻く状況を環境と効果の面で整理し、強み（**Strength**）、弱み（**Weakness**）、機会（**Opportunity**）、脅威（**Threat**）として分析を行います。

	好影響	悪影響
内部環境	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大雪山国立公園 ・都市機能が充実し、本市や周辺地域には豊富な観光資源がある ・新鮮かつ豊富な食材の集積 ・世界最高水準のパウダースノー ・北海道の交通結節点、旭川空港によるアクセスの利便性 ・上川アイヌ文化の伝承 ・ユネスコ創造都市ネットワークへの加盟（デザイン分野） ・高い知名度を誇る旭山動物園 	<p>【弱み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光資源の季節的偏在 ・着地型コンテンツの不足 ・観光人材（外国語ガイド等）の不足 ・受入体制ツール（外国語看板等）の不足 ・海外市場における認知度の不足 ・二次交通の未発達 ・団体（大人数）の受入施設の不足
外部環境	<p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の個人旅行化の進展 ・体験型観光の需要増 ・ATWS2023の開催及び本市の参画 ・新たな旅行スタイル等への関心 ・北海道内7空港の一括民間委託 ・近隣自治体の積極的な観光投資 ・日本の食への関心の高まり ・コロナ後の旅行への期待感 ・ビザ発給要件の緩和 ・円安進展 	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少、少子高齢化による国内市場縮小 ・事故、自然災害等による風評被害 ・観光需要獲得の地域間競争激化 ・気候変動に伴う観光資源の変質 ・感染症等の発生 ・円高進展

⁷ 「スラックライン」とは、細いベルト状のラインの上でバランスを楽しむスポーツです。

◆強み

大雪山の恵みによる自然や食，知名度の高い旭山動物園，特色ある上川アイヌ文化，高いブランド力を有する旭川家具など，多くの観光資源が集積しています。なお，厳冬期のパウダースノーは，特に欧米豪市場を中心としたスキー客等に魅力を感じていただける可能性があります。

また，本市は都市機能が充実しており，周辺には豊富な観光資源を有する地域があることから，本市を中心とした滞在型観光を推進することができます。

これらに加えて，空の玄関口として旭川空港が存在するとともに，道内各地へのアクセス利便性が高い環境は，本市の大きな優位性です。

◆弱み

本市及び近郊地域は，自然や四季を体感できる花や雪などが人気の観光資源である一方，これらに頼ることのできない3月，4月及び11月から12月頃における観光資源の選択肢が少なく，時期的な観光客数の減少を招いています（別表参照）。

また，国内はもとより，コロナ前までは順調に増加し，今後さらなる増を見込んでいる外国人観光客に対応できる，案内看板，二次交通（路線バスやタクシーなどの観光地に着いてからの交通手段），人材育成等を含めた受入体制にはまだ対応不足の面が見られます。

◆機会

新型コロナウイルス感染症の影響により，旅行スタイルは変化しました。国内旅行においては，道内，近隣地域内での観光（いわゆるマイクロツーリズム）や「個人旅行」の割合が増加し，団体旅行の割合が減少しています。

外国人観光客についても同様であり，これまで以上に個人旅行化が進むことが想定され，ATWS2023の北海道開催により，アウトドア等を嗜好する欧米豪の旅行関係者の注目が北海道に集まることが期待され，本市も推進を進めるアドベンチャートラベルの魅力を効果的にPRする機会となります。

増加が進む個人観光客には，自然・文化・食などの体験型旅行商品のニーズが高いことから，本市や近隣自治体の観光資源との親和性は高いと見込まれます。

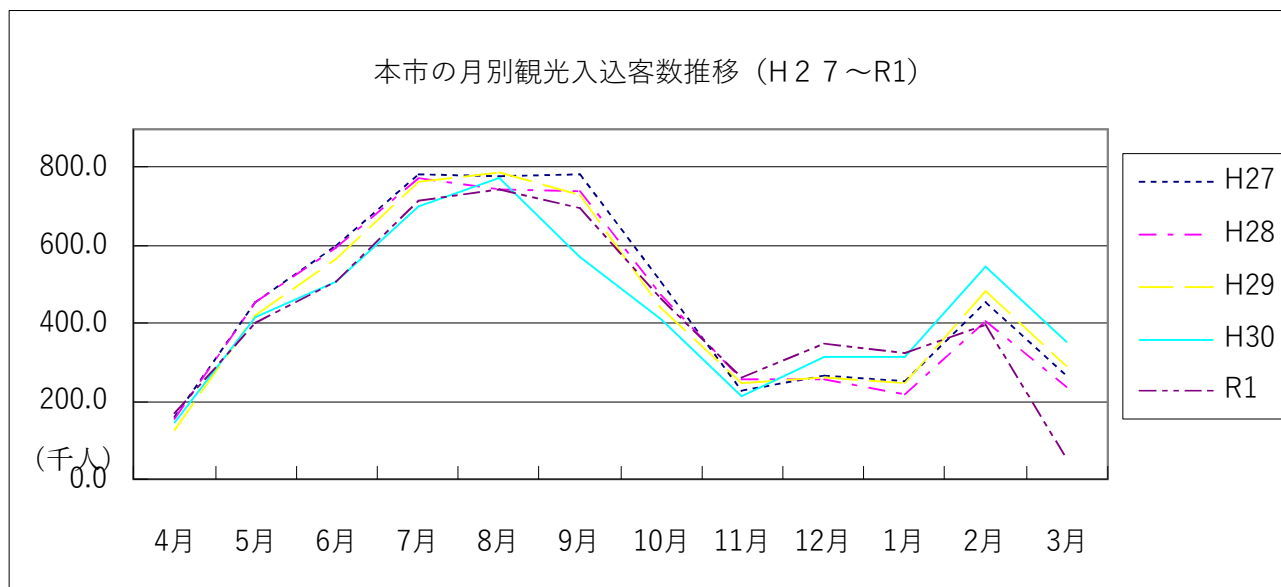
また，北海道内7空港の一括民間委託により，これまで一極集中となっていた新千歳空港だけではなく，旭川空港を含めた道内地方空港の利用促進による地方分散が期待できます。

◆脅威

国内における観光需要は，人口減少に伴い縮小していくと考えられています。一方で，外国人観光客は総じて増加傾向にあります。新型コロナウイルス感染症等の影響により，これからの国内地域間での観光需要獲得に向けた競争がさらに激化していくとともに，自

然災害，為替変動等の外的要因に影響されやすく，不安定な面があります。

・別表



■ 第3章 主要な地域資源

第2章で述べた現状分析等を踏まえ、今後の施策に生かすべき本市の優位性を「主要な地域資源」として位置付けます。

1 大雪山の恵み

「大雪山国立公園」は、北海道最高峰の旭岳を始めとして、標高2,000m級の山々が連なる国内最大の国立公園です。寒冷・高山地帯ならではの環境・生態系は、高山植物大群落や日本一早い時期の紅葉など、特徴的な景観を生み出しています。

大雪山から流れる河川により、形成された上川盆地に位置する旭川市は、豊かな水資源や森林資源により、農林業などの第一次産業、地酒や醤油、家具製造などの第二次産業が集積・発展し、当地域の中心都市として発展してきました。この地で収穫される米や新鮮な野菜、盛んな稲作を生かした酒造り、全国的にも有名な「旭川家具」などは、まさに大雪山の恵みの賜物であり、また、川の街、橋の街などとの呼称は、大雪山から流入する4河川（石狩川、牛朱別川、忠別川、美瑛川）があつてのもので、市街地から遠望できる大雪山との見事なコントラストは、観光にとっても重要な、見応えのある景観を形成しています。

また、活発な火山活動によって多様な泉質の温泉が湧出しているため、層雲峡温泉、旭岳温泉、美瑛白金温泉などの温泉地が点在しています。こうした環境の下、大雪山がもたらす豊富な積雪によるウィンタースポーツをはじめ、トレッキング、サイクリング、山岳スキー、キャンプ、川下りなどのアウトドアスポーツなどの多彩な体験型メニューの提供が可能で、屋外での体験であることから3密を回避することができるため、ポストコロナにおける旅行スタイルにも適合しています。

このほか、カムイミントラを舞台としたアイヌ伝説などは旭川近郊の多くの旅行商品を生み出しており、大雪DMOにおいても、「マウンテンシティリゾート」として、大雪山を核としたこの圏域のブランド化を図ることとしています。

2 食材の集積

旅先でその土地ならではの素材や食文化に触れることは、多くの人々にとって旅行の醍醐味となっています。また、平成25年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されて以降、世界的に日本の食への関心は高まっています。

本市は、都市近郊農業の発展によって多様な農畜産物が生産されていることに加えて、道央・道北・道東をつなぐ物流拠点として鮮度の高い海産物等が流入する北海道の様々な食材が集積する地域です。こうした背景の下、旭川ラーメン、塩ホルモンなど、地元住民に親しまれる郷土料理（ソウルフード）が育まれてきました。市街地中心部には、洗練されたレストランからリーズナブルな居酒屋まで、多くの飲食店が軒を連ねており、多彩な食を観光客に提供することができます。

3 世界最高水準の雪質

北海道の雪質の良さは世界的に認知度が高まっており、特に欧米豪市場のスキーヤー・スノーボーダーに魅力を感じていただける可能性があります。一方で、アジア等の非積雪地域からの観光客にとっては、雪に触れること自体が非日常体験として観光動機となり、冬季の北海道旅行は高い人気があります。

本市が位置する上川盆地は、道内でも特に多雪・寒冷な地域であり、比較的標高が低い場所でもパウダースノーが降り積もることが特徴です。市内には多彩なコースを有する「カムイスキーリンクス」や、市街地から近く街並みや夜景を楽しみながら滑走できる「サンタプレゼントパーク」などの特色あるスキー場が存在するほか、山岳スキーを楽しめる大雪山系のエリアにも日帰りアクセス可能です。

市内中心部では、期間限定でJR旭川駅前のスケートリンク「ゆっきリンク」でのスケート体験、駅南ではスノーシューや雪上ファットバイク体験ができるほか、ファミリー向けには、「旭山雪の村」など、冬ならではの施設もあり、観光客は、趣向やその日のコンディションに応じた滞在を選択することができます。

4 観光の拠点機能

本市は、北北海道の拠点都市で、飲食や買物等の環境が充実し、道北一の歓楽街である「さんろく街」があります。また、市内には医療機関が多く、医療体制が充実しており、旅行中に病気・怪我をした際にも安心できる環境にあります。

地理的にも北海道のほぼ中央に位置していることから、古くから北海道内の交通の要衝であり、道路網が発達しているほか、鉄道4路線（函館本線、宗谷本線、石北本線、富良野線）の起点・終点となっており、豊富な観光資源を有する近郊エリアにも容易にアクセスできます。

旭川空港には、東京、中部及び関西との定期便・季節運航便が運行しており、コロナ禍前は台湾などアジア圏との定期便・チャーター便が運航していました。

当該空港は、就航率99%以上を維持しており、国内外と全道各地とをつなぐ「空の玄関口」の役割を担い、周遊や長期滞在の拠点として高いポテンシャルを有しています。

5 産業・デザインの都市

本市は、我が国の食糧供給に重要な役割を担う稲作などの農業や、食料品、紙パルプなどの製造業、旭川家具をはじめとした木工、機械金属などのものづくり産業が集積しているほか、北北海道の交通・物流の拠点として、卸・小売業、サービス業などが発展しています。中でも旭川家具は、日本5大家具産地の一つで120年余りの歴史があり、近年、優れた機能性やデザインが高い評価を受け、国内はもとより世界に知られるブランドに成長しています。本市においては、その旭川家具のさらなる発展を図るべく、平成2年からは3年に1度、国際家具デザインフェア旭川（IFDA）を継続開催し、デザイナーとの国際交

流や新しい家具デザインの発掘を通して、技術力・デザイン力に磨きをかけるとともに、平成27年からは、市民にデザインを啓発する取組として旭川デザインウィークを毎年開催しています。こうした取組の中で、デザインの視点で旭川の資源や魅力を見つめ直し、豊かで潤いのある暮らしや想像力豊かな人材育成及び地場産業の新たな魅力と活力の創出に繋がる取組を推進するため、令和元年10月31日にユネスコが実施する「ユネスコ・クリエイティブシティーズネットワーク（ユネスコ創造都市ネットワーク）」へのデザイン分野での加盟を認定されました。

また、本市はかつて「北の灘」と呼ばれた酒どころであり、旭川市内の蔵元と地ビールメーカーが個性ある酒づくりを行っています。

こうした旭川市の産業やデザインを核とした観光の取組について、さらなる磨き上げを行うことで新しい旅行商品を造成することが可能です。

■ 第4章 観光振興に向けた課題

条例で定めた取り組むべき課題、旧方針の経過、第2章及び第3章で述べた現状分析等を踏まえ、本方針で重点的に取り組むべき課題を次のとおり設定します。

1 通年型・滞在型観光の推進について

本市では、相対的に夏季よりも冬季の観光客数が少ない傾向にあるほか、特に3月、4月及び11月、12月に観光客数は著しく減少します。こうした観光客数の季節的な減少は、物販、飲食等の消費縮小や宿泊施設の稼働率低下を招き、従業員の通年雇用を難しくするなどマイナスの影響につながる懸念があります。このため、様々な地域資源の磨き上げなどによって、観光資源の季節的偏在の解消を図る必要があります。

本市には、全国的に先駆けた行動展示で有名となった旭山動物園もありますが、新型コロナウイルス感染症の影響により観光ニーズの多様化が加速していることを踏まえ、旭山動物園に加えて、他のスポットや観光資源の魅力を高めることやアドベンチャートラベルのような「自然体験と文化体験」といった各観光資源の組合せによる新たな魅力によって集客の核を増やし、一年を通じて観光客を増やす取組が求められています。また、滞在時間や観光宿泊者数を増やす観点から、朝や夜の時間における取組が求められています。

2 広域観光の推進について

北海道には、様々な魅力を持つ観光資源が広域にわたり点在するため、多くの道外観光客は、交通手段やルートを選択し、宿泊地を変えながら道内各地を巡る周遊型観光を行っていることから、観光客誘致に当たっては、この地域に期待される役割や、移動にかかる費用・時間に見合った価値のある旅行商品の提供について考慮する必要があります。

旭川近郊には、多くの観光客が北海道に期待する景観・食・温泉などの観光資源が日帰り可能な範囲で多数存在しますが、北海道外、特に海外市場においてこうした環境の認知度は低く、観光需要は道央圏に集中していることから、旭川市が参画している旭川大雪圏域連携中枢都市圏やあさひかわ観光誘致宣伝協議会の範囲において、魅力ある観光コンテンツを生み出し、誘客を進める必要があります。

また、旭川空港の利用によって国内外から直接アクセス可能であり、都市機能が充実している「旅の起点・拠点」である本市には、広域観光団体における連携事業のより一層の推進を図ることや率先して新規の広域観光事業に参画するなど、広域観光をけん引し、取組を強化していく役割が期待されています。

3 受入体制の整備について

国内外から多くの観光客を迎え入れるとともに再訪を促すためには、外国語表記や二次交通の利便性といった基本的なサービス向上に加えて、「安心して楽しんでもらいたい」というホスピタリティ（おもてなし）を関係者それぞれの立場で表現することで、満足度を高める必要があります。新型コロナウイルス感染症の拡大前は外国人観光客が増加傾向に

ある中で、ポストコロナにおける外国人観光客の本格的な受入開始を考えると、様々な国や地域の文化・慣習に配慮した対応は、本市の国際化推進の観点からも重要となります。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光地での安心・安全で快適な滞在がより一層に求められていることから、旅行前・旅行中において、観光情報や感染症対策について手軽に情報を入手できる仕組みや自然災害・事故等に備えた危機管理体制の整備が必要です。こうした受入体制を持続的に発展させるためには、受入側の意識醸成に加えて、観光業の担い手の確保・育成を図る必要があります。

4 消費拡大の仕組みづくりについて

外国人観光客の観光需要には、消費と投資の両面で高い経済効果が期待されており、観光事業者においては、観光施設・宿泊・飲食・交通などの多業種間が連携・協力することによって、需要の効果的な取込が見込まれます。

農業やものづくり産業など、これまで観光に直接携わる機会の少なかった事業者についても、作業体験の旅行商品化、飲食・物販と連携した特産品開発などに取り組むことによって、観光分野への参画が可能です。

また、市民も観光資源や特産品について、興味・関心を高め、伝えるなどし、観光地づくりに参加することが求められます。

このように観光で稼ぐ地域づくりを目指すに当たっては、市・市民・観光事業者・観光関係団体等の連携・協力の下、幅広い産業の事業者が、積極的に観光に携わることで気運を高めていくことが必要となります。

観光客数の増加が必ずしもそのまま消費拡大につながるものではないことに留意し、滞在中の消費額が高い海外市場へのプロモーション、サービスの高付加価値化やブランディングによる消費単価向上など、観光地経営の視点に立った広報宣伝及びマーケティングなどの取組も重要となります。

■ 第5章 施策の方向性

1 旭川市の観光の将来像

第3章の主要な地域資源、第4章の課題を踏まえて、旭川市の観光の将来像を次のように定めます。

【旭川市の観光の将来像】

旭川市が世界中から訪れたいくなる観光地へ

◆ 「旭川市が世界中から訪れたいくなる観光地へ」とは

国内はもとより世界中に「旭川の魅力」を感じることができる観光コンテンツが広く認知されており、旭川市に魅力を感じた国内観光客やアジア圏のみならず欧米豪を含めたインバウンドが多く来訪し、市内の周遊を楽しんでおり、宿泊者も年間を通して増えている。

また、単純に観光スポットを訪れるだけではなく、ほかでは得られない「旭川ならではの体験」をすることで、旭川市での観光に満足し、再び来訪するリピーターが増えている。

そして、旭川市やその周辺エリアでの目的が複数あることで、宿泊客やリピーターなどの長期滞在者が増え、旭川市内での消費も増加している状態。

2 施策展開の考え方

令和2年度及び3年度の実績から、旭川市の観光は新型コロナウイルス感染症により、長期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がわかります。そこで、「旭川市が世界中から訪れたいくなる観光地へ」を目指すべく、まずは観光需要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た取組を進めていきます。また、旭川未来会議2030での提言を踏まえた取組については、庁内、観光事業者及び観光関係団体等と連携しながら、事業化について検討を進めてまいります。

3 施策の方向性

本方針の推進期間においては、次の5つの施策展開の方向性に特に注力していきます。

1 新たな旅行スタイルへの対応
2 着地型・体験型の観光コンテンツの拡充
3 都市機能を備えた旭川を拠点とした広域観光の強化
4 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備
5 マウンテンシティリゾートの確立

3-1 新たな旅行スタイルへの対応

全国的に個人旅行の割合の増加や旅行目的が多様化していることに加えて、新型コロナウイルス感染症の影響により、近隣エリアでの観光の魅力を再確認する「マイクロツーリズム」が普及しています。「ワーケーション」⁸や「ブレジャー」⁹といった、仕事と休暇を組み合わせた新たな旅行スタイルも注目されつつあり、また、SDGsを考慮した観光ニーズへの取組として、「サステナブルツーリズム」¹⁰や「レスポンシブルツーリズム」¹¹への注目も高まっています。

さらに、観光客は旅行をする上で、安心・安全であることが重要な条件になっており、観光地には感染症対策や災害時の対応がしっかりされていることが求められています。そのため、安心・安全な旅行ができるよう対策を講じることで、観光客の心理的不安を解消していく取組を促進します。

(1) 時代のニーズや価値観に素早く対応できる観光地づくりの推進

ウィズコロナ及びポストコロナにおいては、多様な旅行のあり方だけでなく、働き方や生き方の変容への対応や、環境面に配慮した旅行のあり方が求められることから、市、市民、観光事業者、観光関係団体等と意見交換を行いながら、その時代のニーズや価値観に素早く対応できるような観光地づくりの基盤を醸成します。

また、感染症といった世界的な観光に影響を与える要因に対応できるように、特定の市場に頼らないような取組を推進します。

(2) 安心・安全な観光地づくりの推進

継続的に感染症対策への支援等を行い、新しい生活様式に対応した誰もが気軽に楽しく観光ができる観光地づくりを進めます。

特に、多様な旅行ニーズへの対応や質の高い人材育成など、受入環境を充実させるほか、市外からのアクセスの利便性を市内でも保てるよう、二次交通の情報や市内の効率的な周遊情報などの提供を行います。

また、市内の関係機関と連携しながら、高齢者や障がいのある方々へのバリアフリー観光の推進や、親子での体験など多様な世代の誰もが安心・安全に楽しめる旅行である

⁸ 「ワーケーション」とは、Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語です。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うことです。

⁹ 「ブレジャー」とは、仕事（Business）と余暇（Leisure）を組み合わせた造語です。観光庁で、ブレジャーは「出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと」と定義しています。

¹⁰ 「サステナブルツーリズム」とは、「持続可能な観光」のことであり、現在だけではなく未来を含めた地域の経済、社会、環境への影響を十分に考慮し、ツーリストや企業、環境、受け入れ側の地域のニーズに対応した観光のことです。

¹¹ 「レスポンシブルツーリズム」とは、「責任ある観光」のことであり、観光客もツーリズムを構成する要素であると捉え、観光客も主体性や責任意識を持って旅行をする観光のことです。

ユニバーサルツーリズムの推進，環境整備に取り組みます。

さらに，VR¹²等を利用した観光体験など，全ての方々が旭川市の観光を体験できる取組を検討します。

3-2 着地型・体験型の観光コンテンツの拡充

大雪DMO等と連携して，本市が従来から持っている魅力や新たな魅力を活かした着地型¹³・体験型観光の開発・運営に取り組む事業者の育成や，新分野開拓に向けた事業等を実施することで，特定の地域資源に偏らないコンテンツを充実させ，通年での滞在を促進します。

(1) 自然環境や独自の歴史・文化を活かした体験型観光の促進

手付かずの自然が残る山岳林，一定の施設整備・安全対策がなされた公園，農村地域，ジオパーク構想の見どころといった様々なフィールドの特色を生かし，それぞれのエリアに応じた利用ルール等を普及・啓発しながら，本市の代表的な体験型観光であるスキー，スノーシュー，歩くスキーなどの冬季のアクティビティのほか，自然を体感する登山，トレッキング，サイクリング，キャンプ，川下りになどのアウトドアやスポーツを活用した体験型観光を促進します。

文化・歴史を活かした観光については，屯田兵による開拓の歴史や，日本遺産認定ストーリーの構成要素となっている「上川アイヌ」の人々の生活や文化に関するスポット・文化資源等を活用して，この地域の歴史文化に触れる体験を促進します。

また，これらの自然の中でのアクティビティや歴史・文化体験を組み合わせたアドベンチャー旅行に関係する旅行商品の造成を促進します。

(2) 夜間・朝の時間を活かした旅行商品づくりの推進

本市における滞在時間や観光客宿泊数を伸ばす観点から，夜間や朝の時間に体験できる旅行商品づくりを推進します。

夜間の取組については，旭山動物園で実施している「夜の動物園」・「雪あかりの動物園」や市内中心部のイベントである「街あかりイルミネーション」などの夜の時間を活用した既存の事業との連携も強化していきます。また，本市には多くの飲食店があり，中でも「さんろく街」は，飲食店を中心とした個性豊かな店が連なり，本市の夜間にお

¹² VRとは，「Virtual Reality」の略で，「仮想現実」や「人工現実感」と訳されています。

¹³ 「着地型観光」とは，観光の受入側が地元の特徴を活かしたプログラムを企画し，現地集合・解散する形態の観光です。観光客が旅行先で選択するオプションツアーなどもこれに当たり，特に個人観光客が多い欧米市場やアジア圏の成熟市場から高いニーズがあります。

ける楽しみの中心的な役割を担っているため、夜の賑わい創出に向けたイベントの支援を行います。

朝の取組としては、関係機関と連携し、既存の物産店を活用したり、買物公園や旭川駅前広場を活用した取組を検討していきます。

また、本市は北北海道の流通の拠点であり、青果・畜産・鮮魚・生花の卸売市場があることから、それらの卸売市場を活用し、本市の産業や食の魅力を活かした旅行商品の創出も併せて検討していきます。

(3) 産業やデザインによる観光推進

大雪山の恵みを受けた豊富な森林資源を背景に、本市では家具作りが盛んになり、その家具は「旭川家具」としてブランド化され、令和元年10月には「ユネスコ創造都市ネットワーク」のデザイン分野での加盟が認定されました。今後は、旭川家具やデザインの魅力を活かした旅行商品の造成について、旭川家具の情報発信の拠点である旭川デザインセンターや関係機関と連携して取り組みます。

また、こうした優れたデザインでブランド力のある旭川家具や観光客に根強い人気がある地酒をはじめとする産業や農業体験を盛り込んだ商品開発等を行い、観光客はもちろん、市民も本市の歴史や文化を感じられる商品造成を推進します。

(4) スポーツ・合宿と観光の連動

「旭川ハーフマラソン」「バーサーロペット・ジャパン」等のスポーツイベントへの参加を含めた各種スポーツ体験のメニュー充実を図るとともに、スポーツ観戦や選手合宿と観光を結び付ける商品造成等の取組を促進します。また、大雪DMOが管理運営しているICTパークを活用し、施設が有するデジタル関係設備の充実面やeスポーツと観光を結び付けた商品造成についても併せて検討していきます。

(5) MICE・教育旅行等の誘致の推進

(一社)旭川観光コンベンション協会(以下「観光コンベンション協会」という。)が主体となったMICE(マイス:Meeting:会議 Incentive:報奨旅行 Convention:大会 Exhibition/Event:展示会/イベント)の誘致活動を支援することで、人の集積と交流により派生する経済効果の創出を図ることができることから、ユニークベニュー¹⁴

¹⁴ 「ユニークベニュー」とは、歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のことです。

の創出など誘致につながる取組を推進します。

また、修学旅行や宿泊研修などの教育旅行は、景気変動の影響を受けにくく、少子化の中にあっても一定規模での実施が確保されるとともに、将来の観光需要につながるため、団体対応を可能とする事業者等との連携の下で誘致に繋がる取組を推進します。

(6) 各種イベントの活用

「北海道音楽大行進」、「旭川夏まつり」、「北の恵み 食べマルシェ」、「旭川冬まつり」など、長い歴史を持っていたり、着実に認知が広まっている地域に根差したイベントにおいて観光客が参加・体験できる内容を充実させるなどの見直しを行い、地元ならではの観光資源としての魅力向上を図るとともに、新たなイベントの創出について検討を行います。

(7) フィルムコミッションとの連携

観光コンベンション協会が中心となったフィルムコミッション活動（撮影の誘致や支援）と連携し、ドラマ、映画等の撮影場所（ロケ地）や原作の舞台を巡るツアーなどの旅行商品化を促進します。

3-3 都市機能を備えた旭川を拠点とした広域観光の強化

本市が北北海道かつ上川中部圏域の拠点都市であり、道央・道北・道東をつなぐハブ（交通結節点）の役割を担う都市であることを踏まえて、大雪DMO、あさひかわ観光誘致宣伝協議会等の広域観光団体の活動を通じて、本市を拠点とした様々な広域観光の提案を行います。

(1) 大雪山を中心とした関係地域間の連携促進

広域にまたがる大雪山の魅力を余すことなく提供するため、大雪DMOによるかじ取りの下、旅行商品の開発、サービスの一体化、人材育成等を目指した関係地域間の連携を促進します。

(2) あさひかわ観光誘致宣伝協議会を中心とした広域観光の強化

本市が事務局を担う、北北海道の12市町（旭川市、深川市、留萌市、芦別市、富良野市、名寄市、士別市、紋別市、稚内市、美瑛町、上川町、東川町）の自治体や観光協会等で構成するあさひかわ観光誘致宣伝協議会では、エリア内の空港を核とした周遊型観光の振興を図っており、北北海道の各自治体と連携するとともに国、北海道、北海道観光振興機構、各地域の観光事業者や観光関係団体等と連携しながら、広域周遊観光の取組を強力に推進していきます。

(3) 自然体験・食の魅力を生かした広域観光事業への参画

旭川大雪連携中枢都市圏において、自然体験、食、温泉などその地域ならではの観光の魅力を生かし、組み合わせることで新たな商品価値を生み出し、ATWS2023やONSEN・ガストロノミーツーリズムに参画することで、旭川市を中心とした広域での誘客を推進します。

(4) 航空路線誘致と連動した観光プロモーション推進

自然環境と都市機能が調和し、道内各地へのアクセス利便性が高い本市の優位性をベースとして、旭川空港や道内の各空港との連携の下、観光需要喚起と航空路線維持・誘致等を連動させた効果的なプロモーションを次のように展開します。

ア 国内（道外）観光客の誘致

航空会社等の協力を得ながら、旭川空港直行便が運航する三大都市圏のエリアを中心に観光プロモーションを展開し、国内路線の維持、増便、運航期間延長等を図ります。また、道内空港一括民営化を契機とし、各空港と連携しながら、オープンジョー（OPEN JAW）¹⁵の取組を推進し、空港を核とした観光客の広域周遊を促進します。

イ 海外市場へのプロモーションの展開

J N T O（日本政府観光局）によるマーケティングデータやこれまでのアプローチ経過等を基に対象市場（国・地域）を選定し、訪日旅行成熟度、主要な旅行形態、ニーズ等の様々な要素を踏まえた戦略的なプロモーションを展開し、社会情勢の変化に左右されない安定した誘客を念頭に置きながら、これまでターゲットとしていた市場や新規市場の開拓を行っていきます。

（５）テーマ性を持った観光資源の結び付け

本市や周辺地域のスキー、食、アイヌ文化、アウトドアなど特定のテーマ性を持った広域的な観光資源の結び付けを図り、新たな周遊ルート開拓や海外市場への訴求力強化につなげます。

（６）利便性向上に向けた拠点機能の強化

広域にわたる観光・交通情報の集約と、こうした情報を一元的に取得できる情報発信拠点等の整備を図ることで、観光客がストレスなく周遊を楽しめる環境作りに努めます。

（７）道内中核都市連携協議会への参画

当該協議会は、道内中核都市間（旭川市、札幌市、函館市、釧路市、帯広市、北見市）での情報の共有を図りながら、観光イベントや観光資源を活用した連携事業として、プロモーションや集客・周遊促進に関する事業を展開しており、近隣に空港を持つこれらの自治体と連携することで、本市の観光魅力のさらなる発信や周遊観光の促進を図ります。

（８）姉妹友好都市の協力による事業展開

本市の姉妹友好都市（南さつま市、ブルーミントン・ノーマル両市（アメリカ）、水原市（韓国）、ユジノサハリンスク市（ロシア）、哈爾濱市（中国））を始めとした国内外との都市交流・親善スポーツイベント等を推進することで、観光誘致の裾野拡大を図ります。

¹⁵ 「オープンジョー」とは、行きの到着空港と帰りの出発空港が異なる旅程のことをいう。和訳すると「開いた顎」となり、旅程や航路がそのような形になることから名付けられています。

3-4 「稼ぐ力」の醸成に向けた受入体制整備

観光客の満足度を向上させるため、案内機能整備、的確な情報発信、ホスピタリティを持ったサービス提供など、受入体制の整備・充実を促進し、その取組を積み重ねることによって本市の観光地としての付加価値を高め、リピーター獲得や消費拡大等の「稼ぐ力」の醸成を図ります。

(1) 観光振興に係る理念等の普及啓発

条例に定める観光振興の理念等について普及・啓発を行い、広く市民等から理解・協力を得ることで、これまで注目されてこなかった地域資源の磨き上げや、観光関連ビジネスを拡大する機会の創出につなげ、観光地としての基盤強化を図ります。

(2) ブランディングの推進

観光関係団体等と連携し、データ分析やマーケティング調査を実施し、地域の食・体験の付加価値化に繋がる情報を広く共有し、旭川市や圏域のブランディングの強化を図るとともに、販路の拡大やイベント出展への支援も推進します。

(3) 連携・協力の仕組みづくり

宿泊・交通事業者による、観光施設や街なかのスポットへの誘導など、観光に携わる他業種間の連携・協力の仕組みづくりをコーディネートし、地域が一体となった観光需要の取込を促進します。

(4) 案内機能等の充実

JR 旭川駅にある「旭川観光物産情報センター」を拠点として、観光案内の最前線で従事する職員や観光ボランティアの案内能力の向上を支援するとともに、外国人観光客が安心・快適に本市滞在を満喫できるよう、外国語表記、通信環境整備、電子決済・電子チケット機能の充実等を図るなど、ICTの活用やDXといった時代に合わせたサービスの提供や情報発信を促進します。

また、観光関係施設における、案内・説明看板等の充実や多言語化についても各施設や関係機関と連携しながら推進を行います。

(5) 二次交通の利便性向上

観光客と地元利用客の両方のニーズを考慮しながら、情報端末を活用した地域交通情報の集約・発信によって駅等の交通拠点における円滑な乗継ぎを可能とすることや民間と連携して交通拠点への送迎サービスの導入等を実施し、二次交通の利便性向上に向けた取組を促進します。

(6) リスクマネジメント体制の整備

観光関係者の防災・減災に向けたマニュアル整備等の取組を促進するとともに、自然災害、事故等が発生した場合の迅速かつ正確な情報発信に努めるなど、リスクマネジメント体制の整備を図ります。また、関係機関・団体の協力を得て、外国人観光客が病気・怪我をした場合の相談や通訳などに係る対応策を講じます。

(7) 観光を支える人材の育成・確保

観光を取り巻く環境変化に対応しながら本市観光を持続的に発展させていくため、観光業への従事を希望する人材（観光ガイド等）の発掘・育成を図るとともに、雇用労働力の確保に向けた魅力発信等を促進します。

3-5 マウンテンシティリゾートの確立

前述した3-1～3-4の方向性の下、大雪DMOによる事業を核として、これまでインバウンドのメインターゲットとしていた冬の体験そのものに価値を感じるアジア圏をはじめ、欧米豪を中心としたスキー・スノーボード需要が高い市場に対して、スキーヤー・スノーボーダー等の積極的な誘致・滞在長期化に向けた、観光客の減少する冬季に特化した施策を展開するとともに、本市の都市機能と自然を最大限に活用し、1年を通じた観光誘致に取り組み、圏域のブランド化を進め、いつ来ても、何度来ても楽しめる地域「マウンテンシティリゾート」としての確立を推進します。

(1) スキー環境の充実

旭川圏域を世界的に高レベルなスノーリゾートへと発展させるため、大雪DMOによるスキーヤー・スノーボーダーを対象とした各種トライアル（試行）事業を支援するとともに、近郊のスキー場との連携を促進します。

(2) スキーヤー・スノーボーダーの利便性向上

近郊スキー場の天候やコンディション、交通アクセス、レンタル、アフタースキー情報等を一元的に提供する情報発信拠点を整備します。

また、外国人スキーヤー・スノーボーダーの増加を見据えて、外国語対応可能なインストラクターやガイド人材の育成を図ります。

(3) 海外市場への冬季観光プロモーションの展開

アジア圏等の雪になじみがない市場に対して、旭山動物園の冬季開園、旭川冬まつり、スノーアクティビティ（雪遊び）等と併せてスキー・スノーボードの魅力を紹介し、新たな需要喚起を図ります。

また、欧米豪を中心としたスキー・スノーボード需要が高い市場に対して、質の高いパウダースノーやシーズンの長さといった旭川圏域のスキー環境としての優位性と、宿泊施設、アクセス利便性、都市機能等を併せてPRすることで、この地域の「都市型スノーリゾート」としての特色を打ち出したプロモーションを展開します。

(4) アフタースキーコンテンツの拡充

旭川圏域における滞在時間の延長の観点から、アフタースキーコンテンツ（スキー終了後の時間（スキー前の時間も含む）における観光資源）の充実も必要です。

旭川市には旭山動物園をはじめとする観光施設やさんろく街、また、周辺自治体には、温泉などの観光資源もあり、地域と連携しながらアフタースキーや通年で楽しめる大雪DMO独自の観光商品の開発に取り組み、アフタースキーコンテンツの拡充を図ります。

(5) 通年型観光を推進するための着地型商品の開発

都市機能と自然を最大限に活用し、JR 旭川駅といった市内中心部を拠点とした「川のまち旭川」の魅力を活かしたラフティング体験、旭川の中心部を巡るまちぶらツアー、本市の産業や歴史を体験できるツアーなど「いつ来ても、何度来ても楽しめる地域」として、着地型旅行商品の開発・販売を行い、冬季のみならず通年での幅広い誘客に取り組みます。

■ 第6章 成果指標等

1 進捗管理

指標・目標

北海道「第5期北海道観光のくにつくり行動計画」や旧方針における進捗結果、新型コロナウイルスの影響等を踏まえ、次のとおり4つの成果指標を定め、それぞれ目標値を設定します。なお、当該指標・目標についても、毎年度点検を行い、実績との乖離があった場合は、適宜、見直しを行います。

成果指標	目標値（令和9年度）	基準値（令和元年度）
①観光入込客数（人）	6,000,000	5,357,000
②観光客宿泊延数（泊）	1,220,000	935,600
③外国人宿泊延数（泊）	268,000	205,764
④観光消費額（千円／人）	72.8	62.9

2 財源の確保

条例第12条に基づき、事業の推進に必要な財源を確保するため、ふるさと納税、寄附金及びクラウドファンディングなど様々な手法を検討します。

なお、宿泊税の導入等の新たな財源の確保の方法については、今後、新型コロナウイルス感染症の影響が収まり、本市への観光客及び観光宿泊客が一定程度の回復を迎える段階において、改めて検討していきます。

また、国や北海道の補助制度等を最大限活用するとともに、観光に携わる関係者から広く協力を得ながら事業費の確保に努めます。