

第1回次期定山溪観光魅力アップ構想検討会議 議事録

■開催概要

日 時：令和6年6月21日(金) 11:00～13:00

場 所：心の里定山 ヒーリングラウンジ(WEB 併用)

参加者：高野委員、古川（雅）委員、古川（善）委員、金川委員、布村委員、濱野委員、
中西委員

（欠席：陰元委員、岩佐委員）

オブザーバー参加者（オンライン参加含む）：環境省 櫻庭所長代理、国土交通省 酒井課長、北海道 遠藤課長、空知総合振興局 松本課長、石狩振興局 木内課長（代理）、定山溪出張所 小野次長（代理）、北海道大学 磯谷氏

事務局：札幌市観光・MICE 推進部 北川、西田、藤田、岩渕
株式会社ドーコン 朝倉、折谷、原田

1. 挨拶（事務局）

- ・本日はお忙しい中お集まりいただき、心より感謝申し上げます。
- ・定山溪のさらなる魅力アップ、そして持続可能な観光まちづくりのために委員の皆様から忌憚のないご意見をいただきながら、活発な議論を進めさせていただきたい。

2. 委員及びオブザーバーの紹介

3. 議事要旨

（1）定山溪観光魅力アップ構想の振り返り

- ・「スポーツ公園にある駐車場を活用した集客交流拠点施設の整備」と「真駒内駅前地区の街づくりに合わせた交通アクセスの魅力向上の検討」という2点の評価がCであった。前回の計画を振り返ることは非常に重要である。
- ・Aの中で、例えば植栽は我々としてはやったつもりだが、定山溪に訪れたお客様に喜びや満足があるわけではない。顧客目線で見るとまだまだAには届いていないものが多数あり、その点も課題と感じている。
- ・先日、「国道は拡幅されたが、温泉街らしさは失われたのではないか」という意見をいただいた。また、「湯けむりやカップ、植栽など、足を止めてもらえるような景観づくりが必要だ」と言われ、確かにそうだと思った。顧客目線で取り組めていないことが多数ある。
- ・やる側の目線と利用者の目線は違う。利用者目線での評価も重視していきたい。
- ・集客交流施設は非常に重要である。国道沿いに大きなセイコーマートができ、その駐車場が交流拠点としての機能を果たしている面もある。
- ・基本方針2-1「パン屋やカフェなどの食の魅力スポットの観光資源としての活用」も「埜のてらす」や「山ノ風マチ」を含めて魅力的なお店が増えていることは事実であり、Aと評価されている。

- ・オータムフェストの観光情報ブースへの出店は、コラボレーションになっているとはあまり思えない。
- ・例えば、オータムフェストの際にイベント会場との直通バスを出し、定山溪でもイベントをするなどの取組も考えられる。もう少し連携策を検討することが必要である。
- ・今後議論が進み、行動指針が定まった後には、毎年フィードバックが行われるような環境を作る必要がある。10年経ってから評価をしても何にもならないという面がある。我々や札幌市のなかで共有をするためにも、フィードバックは非常に重要である。

(事務局)

- ・札幌市の内部でもそのような議論があった。また、毎年振り返りをするということも重要な視点である。

- ・定山溪地区内の清掃や景観の部分は、まだやり切った状態ではなく、Bにも到達していない。また、基本方針2-3「定山溪エリアまでの交通アクセスの魅力向上」に関しては、新千歳空港からのバスがなくなり、札幌からのバスは減便している。その点を踏まえると、当時よりもむしろ悪くなっているという面もあり、Bの評価は甘い。
- ・また、定山溪魅力アップ構想の計画期間が10年というスパンは長すぎる。定山溪の内外の環境は急激に変化しているため、5年程度で見直しの機会があった方が時代に合わせられるのではないか。

(事務局)

- ・観光の世界は環境の変化が激しく、コロナのようなパンデミックが発生すると環境は激変する。10年前の構想を見ても、現在との違いを感じる部分もある。構想としては10年間のものを策定するが、5年で見直しをかけていくことも含めて、その時々に合わせて観光を進めていくことが重要であるため、期間も大切に考えていきたい。
- ・これまでの取組が延べ宿泊者数などの結果にどの程度リンクしているのかが気になる。例えば、観光客は修学旅行やインバウンド、その中でもFIT（海外個人旅行）などに細分化できる。地域も札幌および石狩地区、道内、道外といったように顧客をセグメントごとに分けて、どこに対してどうやって働きかけているのかが見えてこないことが課題である。
- ・計画期間中にコロナがあったため、宿泊者数などはその影響も大きく受けている。
- ・10年間という期間は少しスパンが長すぎるということで、もう少し短い間隔で随時見直しができるような体制をとらなくてはいけない。その意味では、計画をチェック・変更するエリアマネジメント組織のようなものも必要かもしれない。

(2) 定山溪地区の観光の現状と課題

(事務局)

- ・アンケートや各種統計はマーケティングにつながる重要な部分である。札幌市では、人手不足の影響もあり、コロナ前と比較して各宿泊施設の統計データの回答率が下がっている。定山溪に特化したマーケティングや戦略を考えていくという面においては、新たなやり方で精緻なデータを整理していく必要がある。

- ・5年に1度、あるいはもっと短いスパンでチェックする際に、データを皆で共有する必要がある。カウンターを設置したり、入場者数を持ち寄ったりするなど、自分たちの欲しいデータを共有化することも今後のやるべきことである。
- ・各宿泊施設は基幹システムを持っており、宿泊者に関しては国や住所などの情報は分かるようになっていると思うので、ぜひ活用してほしい。
- ・今後、定山溪でデータを取っていくことは重要であるが、まずは取れる宿だけでも良いので直近1年間程度のデータを集めて議論しなければならない。そうでないと、データのミスマッチが発生し、全く違う方向に進んでしまう恐れがある。

(事務局)

- ・令和4年度はコロナがまだ2類の時代である。令和5年度は5類になっているため、より実態に合った数字になっていると思う。
- ・令和5年度になると旅行割などの効果も薄れていると思う。ご提供いただけるデータを集めて整理する必要がある。
- ・入湯税ベースでしか観光客を把握できないため、入浴しない日帰り客の動向をどのようにチェックするのも課題となる。
- ・日帰りといっても、入浴ではないお客様もかなり増えているので、それをどのようにカウントして、動向を把握するのかというところに難しさがある。
- ・日帰りについては、全施設でなくとも、数字が分かる施設を代表地点として傾向を見ていくというやり方もある。
- ・山ノ風マチエリアなどは70%くらいが宿泊に関係のないお客様である。
- ・国際スキー場に来る人をカウントするかなど、どうカウントするのかという問題もある。

(事務局)

- ・携帯電話の情報をもとに、定山溪エリアの国内観光客の回遊状況などを把握することができ、可能性があるため、今後検討していきたい。

- ・世界の人口は増え、日本の人口は減り、北海道の人口はもっと減るとあったが、そのあたりの市場動向については、どのような見方をされているか。
- ・世界的な流れからするとインバウンドを取り込んでいかなければならないのはもちろんだが、札幌も人口減少が進んでいく中で、来訪頻度をいかに高めていくかという視点も重要になる。
- ・コロナ前に旅館組合が観光客を国別にまとめたデータでは、インバウンド比率が20%弱程度だった。その当時と比較して現在の方がインバウンド比率は高まっている。
- ・日本の人口がこれだけ減ってしまえば、宿泊施設が労働力をどのように確保するかという点も重要になる。

(事務局)

- ・日本人、道民、札幌市民を大切にしながら、今後成長していくと思われる国際観光マーケットをどのように取り入れていくかが重要である。全産業でみた場合、札幌市において観

光の重要度は増してくることが予想される。宿泊施設ごとに様々な客層があるという現状は認識しており、多様性のある宿泊施設がエリアに集積していることを活かしてインバウンドも取り込んでいきたい。

- ・特にインバウンドは観光消費額が高いので、地域内に滞在してもらい、まち巡りをするような仕掛けができれば、お金をおとしていただくことができる。エリアの活性化という点では、いかにお金を落としてもらうかという視点が重要であり、そのためにはデータに基づいたマーケティングやプロモーションを実施していくことが重要である。
- ・登別、洞爺に比べると、定山溪は圧倒的にインバウンドが取り込めていないと感じる。
- ・洞爺は、ゼロサムではなく全部やるという考えで取り組んでいる。それぞれの宿泊施設や商店ごとに顧客層や密度はバラバラであるが、全ての層に対して働きかけをして地域全体で集客をしていこうという意識をもっている。2000年の有珠山の噴火以降、地域が傷んでしまったが、その当時は旅行割や事業者への直接補助もなく、洞爺湖温泉だけが全くリニューアルできないという暗黒の時代があった。それにより、お金をかけずに地域全体で全方位的に集客を進めたという経緯がある。
- ・インバウンドツアーの営業も、宿泊施設の大小に関わらず、地域の皆で海外のエージェントを回っている。団体客を長年受け入れてきたので、過去に団体旅行で来たインバウンドがFITとして再度来てくれるようなケースもある。また、金銭的に長期滞在でニセコに泊まらなかったインバウンドが安めの宿に10日程度泊まるというケースもある。
- ・FITはネット上で全ての宿を予約することができるが、インバウンドは海外の大手予約サイト経由で予約する人が多い。
- ・10年前はじゃらの比率がかなり高かったが、現在はシーズンによってはブッキングドットコムが1位になることもあり、OTA（インターネット上だけで取引を行う旅行代理店）の勢力図も変わってきている。
- ・登別は、もともと地力が強く、道外にも訴求力がある。また、洞爺に比べるとバリエーションが豊かで一つ一つの質が高い。
- ・データを見るに、温泉観光地のなかで定山溪は洞爺、登別の半分以下である。札幌市民が日帰りで定山溪に来るときは、定山溪に行こうではなく、例えば「〇〇という店に行こう」となっている。宿泊についても「〇〇の宿に行こう」というようになっている。
- ・もう少し海外へのプロモーションができるような地域づくりをしていくことが重要。かといって札幌市民を無視するわけではなく、それによってむしろ札幌市民が喜ぶという面もあると思う。
- ・コンテンツを全方位で張ると特徴の無い地域になってしまうため、改めて何が刺さるのかを考え、定山溪に行って〇〇をやろうということを創っていくことが重要である。
- ・インバウンドにとっては札幌・すすきのに泊まるのが必須になっている。札幌に泊まってもう1泊来てもらうのか、札幌に泊まらずに定山溪に泊まってもらうのかという視点も重要になる。あとは、札幌やすすきのからのアクセスが重要である。
- ・すすきのと定山溪を観光バスでダイレクトにつなげるという考えも必要である。定山溪からバスですすきのに行き、遊んで帰ってくるということもできる。

- ・札幌にも高級ホテルが増えてきている。富裕層は良いホテルに1週間程度滞在して色々なところに出かけるという行動パターンが多い。その際に定山溪は良い観光先になると思う。
- ・そういった意味でも、自然の風景や景観、温泉などをより刺さるコンテンツにしていくことが必要である。例えば、山ノ風マチで食事をしたあとに定山溪ダムにエレベーターで上がることができれば、素晴らしい景色が望める。そのように、景観はあるがコンテンツになっていないものを、コンテンツ化していくことが重要である。
- ・食は瞬間的な集客力はあるが、観光客を長時間地域に留めておくことはできない。それができるコンテンツは景観などであるため、それらをお客様目線でブラッシュアップしていくことが重要である。
- ・足という面では、高級ホテルの周りに定額タクシーなどがあると定山溪に来訪しやすくなる。定額であれば安心して利用することができる。
- ・圧倒的に輸送量が足りていない。個人的には今年の冬に起きたことは全くオーバーツーリズムだとは思っていない。裾野を広げるためにも輸送量を増やしていく必要がある。
- ・インバウンドの誘客も重要だが、やらなければならないことが2つある。1つ目は、新規顧客を開拓することである。そして、新規顧客となり得る可能性が最も高いのはインバウンドである。2つ目は、既存のお客様の来訪頻度を高めること、あるいは滞在時間を延長することである。現在の定山溪のデータを見るとリピーター率が高いため、既存客への取組も重要である。
- ・このままインバウンドを取りに行こうという流れでいくと、他の地域と差別化することができる戦略にはなり得ない。札幌からの距離の近さという強みを考えるとこの2軸での戦略を立案しなければ、洞爺・登別に勝てない絵になってしまう。
- ・そういった意味では、交通が肝になる。定山溪の何よりの強みは、札幌から近いということであるが、現在は距離こそ近いが、今一つ便利ではない。それは駐車場やバスの問題であり、これを改善する必要がある。
- ・定山溪に泊まりに来て、どこにも出かけないお客様が4割もいるということの1つの要因として、宿泊施設が出している無料送迎バスが挙げられる。無料送迎バスは、チェックインの時間にめがけてきて、チェックアウトの時間には連れて帰ってしまう。
- ・滞在時間が延びれば、地域の商店やコンビニやランチの店も潤ってくる。そうすれば、プレイヤーも増えてくる。定山溪の大きなまちの描き方として、自然を見に来てもらう、アクティビティをしてもらうということは大事だが、有馬温泉のように都市を抱えている温泉ならではの形があると思う。
- ・各宿泊施設がバスを出すにしても、1便程度しか出せず、チェックイン・アウトをめがけるしかないため、これを協力してやるが必要である。登別・洞爺に行くよりは移動時間が少ないので滞在時間を延ばせる余地があることをフルに活用し、経済効果につなげていき、さらに様々な新しいプレイヤーが入っていく。自然やアクティビティだけでなく、良い意味で中途半端なまちづくりをしていくうえでも交通をどうにかしないといけないと改めて感じた。
- ・洞爺でも営業戦略を考える際には定山溪を比較対象にしているが、定山溪と札幌市の親和性は高く、リピーターの獲得などの面では定山溪には敵わないと思っている。そのため、

洞爺はマラソン大会やアニメフェスなどのニッチなターゲットを狙い、認知度を高めてリピーターを獲得するしかない。

- ・登別がオニスロを活かしきれていないのは狭いためであるが、一方で洞爺は広すぎる。定山溪はちょうどいい広がりである。また、仮にニッチに刺さるようにするのであれば、サウナやカフェ街道、饅頭など訴求の仕方はいくらでもある。
- ・札幌市民を伸ばすためには具体的にどのようなことに取り組む必要があるのか。
- ・滞在時間を延ばしていくことが大切。今後ボリュームは間違いなく減ってくるので、そこは新規でインバウンドも獲得しつつ、一方で滞在時間を延ばすためのまちづくりに取り組む必要がある。そのためには、先ほどあったようにダムの景色をしっかりと見せるなどが重要になる。
- ・チェックインやチェックアウト以外の時間に札幌や新千歳空港からアクセスできるようになれば大きく変わってくる。
- ・かわまちづくりなども進んでおり、コンテンツ自体はこのままの方向性で良いと思う。あとはそこに来るまでの交通の問題。せっかく道路が拡幅したので、輸送を強化する必要がある。また、アクセスが良くなると居住者も増える可能性がある。
- ・真駒内と定山溪をバスでつなぐことで、公共交通の利用も促進され、定山溪のおかげで地下鉄も潤うと思う。

(事務局)

- ・真駒内の駅前地区まちづくり計画ではバスターミナルも新しくなり、商業施設もできるため、真駒内はポイントの1つになる。また、新千歳空港や札幌駅とのアクセスをどうするかという点も重要である。道庁も今後は広域的な移動に力を入れていくと言っており、道庁とも連携して取り組んでいきたい。
- ・かわまちづくりで交通の調査をする。一つはどのようなアクセスができるのかということと、もう一つはそれを集約化した時に、グリスロのような地域内交通を使って効率的に輸送する仕組みができるのかということを調査したい。
- ・バスなどで夜も周遊できる仕組みを作ることで、夜の賑わいを創出するという視点も大事になる。しかし、地域内交通は利用者がいないと赤字になるので、どのくらい利用してもらえるかを検討する必要がある。また、日帰りを誘致するためには駐車場も重要である。
- ・滞在時間が延びた時に、日帰り入浴をたくさん受け入れてしまうと宿泊客向けの駐車場がパンクするという問題もある。そのため、宿泊施設とは別の駐車場が必要になる。
- ・洞爺には、大量の車を止られる駐車場がある。それには、2000年の噴火後に居住者が減った土地を更地にして駐車場にしてきたという経緯がある。宿泊施設で駐車場まで迎えに行くという取組もしている。

- ・入込客数は分かるが、宿泊単価は分からないのか。例えば客数が減って宿泊単価が上がればそれはどうなのか。

(事務局)

- ・以前の定山溪観光魅力アップ構想では、延べ宿泊者数などを目標にしていたが、コロナもあり、日本の経済状況も変わってきている。
- ・そういう意味では、高付加価値なサービスを提供し、従業員の給料も上がり、消費も促進されるという好循環が重要である。そのためにも、宿泊単価、日帰り単価を把握していくというのは重要な視点になる。
- ・入込客数を増やしたいのか、ブランド力を高めて、高くても来たいと思ってもらえるようにするのかということも重要である。入込が減っても多少問題ないというものもあると思う。(事務局)
- ・エリアの活性化を考えるとキャパシティの問題も出てくる。あまり多くの人があるとオーバーツーリズムのような状況になる可能性もある。数ではなく、お金を落としてもらえそうな周遊の仕組みやコンテンツの中身が重要になる。
- ・旅館組合とも相談をしながら、そのあたりのデータに基づいた戦略を考えていくことが重要になる。
- ・各宿泊施設も、経費が上がっていることもあり、単価を上げたい、収益性を上げたいという思いがあるが、そうすると宿泊人数が落ちていくことは間違いない。ただ、まちづくりという面では賑わいがほしいという意見もある。札幌市民がより単価を上げた定山溪の宿泊施設に泊まりにくると、今よりも「おこもり」の宿泊スタイルになってしまう。
- ・単価も大事だが、来訪者がどこで支出しているのかも重要になる。
- ・コロナ前と比較すると宿泊単価も上がってきている。各家庭も厳しい中で、札幌市民が定山溪であれもこれもと消費するのも難しい。
- ・定山溪が抱えている問題という部分と、これからどの方向に向かっていくのかというところで、定山溪は「こうあってほしい」というのと「こうならざるを得ない」ことを考えると大変難しい状況である。しかし、定山溪に長く住んでいるものとしては、定山溪は「こうあってほしい」、定山溪温泉は皆に愛されてほしいという思いはある。
- ・そういう思いを大切にしていかなければ、どこの温泉とも同じような戦略になってしまう。データも大事だが、それでも定山溪は「この道をいく」という部分を大切にしながら今後の定山溪を考えていきたい。

以上