

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

登別市観光産業高付加価値化事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

北海道登別市

### 3 地域再生計画の区域

北海道登別市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

##### ■観光事業者における人手不足の解消

登別市及び観光産業全体において、人手不足が深刻化している。離職率が高く、賃金が産業間においても著しく低い状態となっている。

バス会社においては、運転手の不足が深刻であり運行台数が20台から6台に減少しため、路線バスの間引き運行がされており、タクシー会社においても運転手不足が深刻であり、空港から直接タクシーを使う高所得者層の獲得が難しい状況になっている。このため、利便性や混雑から市の観光への顧客満足度を下げる一つの原因となっている。これらの公共交通機関が積極的に、運転手を採用するためにも、繁閑差を無くし需要を安定的に生み出すことが求められている。また、宿泊施設においても市内での清掃スタッフの確保が難しい状態となっており、直線距離で50キロ以上離れた苫小牧市からも送迎サービスを行いスタッフの確保をしている状態である。

##### ■宿泊単価について

観光業界として人手不足であること及び、人口減少社会の中で入込客数を増やし、観光消費額を延ばしていくことを目指すのは難しいため、宿泊単価を向上させる取り組みが重要である。その一方で、旅行商品は、ミクロ経済学上では、価格弾力性の低い日用必需品ではなく、価格が上昇することで、需要が大きく減少する価格弾力性が大きい商品・サービスと言える。宿泊施設においては、物価上昇局面において、単なる価格転嫁に留まらず、賃金水準を上げるために、顧客の感じる価値と価格の両面を上げる。

##### ■道外からの誘客の必要性（需要創造）

現状、登別市の観光客は道内観光客が約半数で占められている。その一方で、道内的人口減少は著しい状態であり、高齢化も進行している。道人口動態として北海道の人口は514万人と減少傾向にある。また、現状最も多い年齢層は、70~74歳となっており、この年代の今後の観光需要は減少していくものと考えられる。そこで、外国人観光客や道外観光客をターゲットとし、観光需要エリアの平準化に取り組む。

## 4－2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

登別市は北海道の南西部に位置し、コロナ禍以前には年間400万人を超える観光客が訪れ、宿泊者数は130万人を超える日本有数の観光都市である。しかし、人口減少や少子高齢化、働く場や交通への不安など、市の観光産業が直面している地域課題は様々である。そこで、技術等を活用した産業・若者雇用創出を中心とした取り組みや、地域の将来や課題について皆で話し合いを重ねることを通じて、地域の課題解決を総合的に取り組むことが必要である。また、登別市のみならず観光産業全体において、人手不足が深刻化している。同時に離職率が高く、賃金についても産業間においても著しく低い状態となっている。そこで地方創生において登別市が目指すべき将来像は、「SDGs」や「ウェルネス」的な観点を含め、雇用のあり方や働き方、デジタル化・DXによる労働生産性の向上を図るとともに、少ない人員でより高い付加価値を生み出す持続可能な観光地づくりの構築である。

### 【数値目標】

KPI①	登別市における観光消費額							単位	千円
KPI②	宿泊単価の増加率							単位	%
KPI③	観光客入込数							単位	千人
KPI④	国内宿泊客数の道外客の割合							単位	%
	事業開始前 (現時点)	2024年度 増加分 (1年目)	2025年度 増加分 (2年目)	2026年度 増加分 (3年目)	2027年度 増加分 (4年目)	2028年度 増加分 (5年目)	2029年度 増加分 (6年目)	KPI 増加分 の累計	
KPI①	88,809.00	3,730.00	3,730.00	3,730.00	-	-	-	11,190.00	
KPI②	16.00	0.50	0.50	0.50	-	-	-	1.50	
KPI③	2,337.00	1,061.00	1,061.00	1,061.00	-	-	-	3,183.00	
KPI④	43.00	1.40	1.40	1.40	-	-	-	4.20	

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5－1 全体の概要

5－2の③及び5－3のとおり。

### 5－2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

登別市観光産業高付加価値化事業

### ③ 事業の内容

#### （事業の概要）

##### ■顧客を創造するエリアマーケティングとビジョン策定

- ・登別市の観光事業者全体で、データを根拠にターゲット顧客を明確にした上で、外国人観光客や道外客を誘客し、新たな顧客層を創造するとともに、一人あたりの観光消費額の最大化を目指す。
- ・市の観光産業が置かれている現状や課題を、観光事業者全体で認識し、サステイナブルな観光地域づくり戦略に向けた提言（ビジョン）を策定する。

##### ■観光事業者の人手不足を解消するための宿泊施設の稼ぐ力を伴走型サポート事業

- ・市の観光事業者が、顧客視点から改善活動を行い、稼ぐ力を向上させ、賃金向上を目指す。

#### （事業内容）

##### ■顧客を創造するエリアマーケティングとビジョン策定

- ・OTAのビッグデータや、インターネット定量調査のデータ、RESASなどのオープンデータを活用し、市の現状と課題を市内の観光事業者全体で把握する。OTAのビッグデータは、速報性の高いデータにより、刻々と変わる観光客のニーズを捉えることが可能である。リサーチデータ（インターネット定量調査）は、統計的なデータでは取得することができない、登別市の観光や宿泊に対する態度や行動を調査することで、隠れたニーズを把握することが可能である。オープンデータは、社会、経済、政治、市場の動向などの幅広いデータを取得ができる。この3つのデータを組み合わせて、現状把握を行う。
- ・現状を把握した上で、エリアマーケティングを行うために、ターゲットを明確にし、持続可能な観光地域づくり戦略に向けた提言、ビジョンの策定を行う。
- ・設定したターゲットのニーズに対応したキャンペーンページを市の観光サイト内に設置する。
- ・デジタルマーケティングの手法を活用し、ページに訪問した潜在顧客を分析する。潜在顧客と、宿泊客を比較分析し、宿泊まで結び付かない離脱層を浮き彫りにしながら、需要創造の取組の効率をより高める。

##### ■観光事業者の人手不足を解消するための宿泊施設の稼ぐ力を伴走型サポート事業

- ・市内観光事業者の稼ぐ力を向上し、宿泊単価の向上、賃金の向上、生産性の向上を促すためには、顧客満足度の向上を促すことが最も重要である。顧客満足は、Google Mapや各OTAのレビューの形で反映され誘客する力となる。
- ・このため、ターゲットの明確化とともに、満足度の向上のために、宿泊事業者向けの業務改善の取組として、ワークショップや勉強会、セミナーを実施する。
- ・ワークショップでは観光業界全体の状況を理解しながら、具体的な改善アクションについて検討する。またセミナーでは先進地域において、低離職率を実現する地域から講師を招聘し機運の醸成を図る。支援対象施設において実施する個別ワークショップでは、複数回の意見交換をすることで、課題から改善の方向性を模索し、改善アクションの計画策定や目標値の設定を行う。

##### ■国内外への誘客宣伝事業

- ・観光ビジョンで定めたターゲットに対して、トップセールスやファムトリップの実施や旅行博への参加など、集中的な誘客宣伝を行う。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

本プロジェクトにより市内観光産業全体の「稼ぐ力」と「就労者所得」の向上を図り、北海道観光を牽引する地域として、稼げる観光のモデルを構築し、持続可能な観光地域づくりを実現する。

人材育成とともに、ターゲットを絞った誘客促進や受入環境整備を進めることで、地域一体でビジョンを共有し、事業者や住民主体の地方創生に取り組む。

##### 【官民協働】

(仮) 観光ビジョン策定委員会を中心とし、官民連携のもと、行政と民間企業の役割分担を明確化し、持続可能な組織体制を構築し、今後の誘客促進と受入環境整備に取り組む。登別国際観光コンベンション協会と登別市が中心となりながらも、登別国際観光コンベンション協会、極楽通り商店街振興組合、登別温泉旅館組合、登別商工会議所等をコアメンバーとして取組を推進していく。また旅行会社やOTA事業者といった民間事業者も専門性を持ち寄り、協力に事業遂行をサポートしていく。

##### 【地域間連携】

北海道観光全体を牽引する存在であることを自覚し、本市が進める取組が近隣自治体のみならず北海道内各市町村に好影響を与えるように事業を進めていく。特にインバウンドは旅行範囲が広範化し、かつ長期間の旅行を行う場合が多い。そうしたことからも観光に関する施策は、これまで以上に地域間で連携し、「面」として検討する時代となっている。同時に本プロジェクトで解決を目指す地域課題は国内いずれの観光地にも共通している課題であり、より汎用性の高い解決方法を見いだすことで、そうした地域への好循環も生み出したい。

##### 【政策・施策間連携】

本プロジェクトでは、今後の登別観光の指針とも言える観光ビジョンを策定することにより、国内外からの誘客促進と受入環境整備、観光消費額の増大を狙う取組だが、人手不足の解消や所得の向上といった地域課題については、観光産業のみならず、他産業においても抱える共通の課題である。こうした地域課題の解決は、大きな波及効果を生み出すことが期待される。予算や人的資源が決して潤沢とは言えない本市においては、政策や施策間の連携を強化し、より効果的なサービスに繋がることが期待される。現状、地域に存在する課題は単一の政策領域だけで解決することは難しく、複数の政策や施策が連携して取り組むことでより効果的な解決策が見つけられる。

##### 【デジタル社会の形成への寄与】

###### 取組①

観光事業者のICT化とデータ活用による企業変革力や生産性向上を図る事業

###### 理由①

全体でのワークショップや個別ワークショップにおいて、OTA事業者のデータを活用し、今後の誘客ターゲットや経営戦略を検討する。

###### 取組②

デジタル社会の形成を意識した観光ビジョンの策定事業

###### 理由②

観光ビジョンを策定し、人材の確保や外国人人材の活用、ハード整備の財源についての中長期的な方針などについて地域全体で共有する。

### 取組③

ワークショップ、勉強会の開催によるデジタル人材育成事業

### 理由③

データに裏付けされたマーケティングやデジタル広報戦略について学習し、有限な資金と人材を集中的、効率的に投下することができる人材育成を行う。

#### ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（ＫＰＩ））

4-2の【数値目標】に同じ。

#### ⑥ 評価の方法、時期及び体制

##### 【検証時期】

毎年度 3 月

##### 【検証方法】

重要業績評価指標（ＫＰＩ）の達成状況について、毎年度本市の行政評価システムに沿った効果検証を行い、翌年度以降の取組方針を決定する。

##### 【外部組織の参画者】

登別市市民自治推進委員会及び外部有識者

##### 【検証結果の公表の方法】

重要業績評価指標（ＫＰＩ）の達成状況に係る評価結果については、市公式ＷＥＢサイトにて公表する。

#### ⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 21,400 千円

#### ⑧ 事業実施期間

2024年4月1日 から 2027 年 3 月 31 日 まで

#### ⑨ その他必要な事項

特になし。

### 5-3 他の事業

#### 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

#### 5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1)該当なし。

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2 に掲げる目標について、5-2 の⑥の【検証時期】に

7-1 に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。