



観光振興

2010年に国が掲げていた訪日外国人旅行者数の目標値は、10年までに1000万人、20年までに2000万人だった。実際には10年は860万人余りと、目標は未達に終わっている。このとき、2000万人という目標値が4年も前倒して達成されることにな

るとは、誰が想像しただろう。

その後国の目標は、20年までに4000万人と上方修正された。足元の数字を見る限り、この目標が実現することは難しいと思われるが、18年に3000万人を超えた訪日外国人旅行者数は依然として堅調に推移しており、今後とも観光が重要な産業の一つとなっていくことは疑いのないところである。

これまで、北海道の観光は、自然景観や1次産品に依存してきた。それらは日本他の地域にはない特色であり、また、冬季の雪や流水を含む雄大な景観はア



道銀地域
総合研究所

大熊 一精

シア圏の人たちには大きな魅力である。しかし、今後さらに多くの地域から観光客を引きつけ、地域振興につなげていくためには、ブラスアルファの魅力が求められる。

ここでは、そのためのヒントとして、3つの動きに注目したい。

第一に、鉄道、とりわけ観光列車を巡る動きである。北海道を訪れる外国人

昨夏、JR北海道はJR東日本が保有する観光車両を借りて、宗谷本線で「風つこそうや号」を運行した。同じJRグループ内とはいえ、他社の観光車両を自社の列車として使用するのは珍しい。ことしの夏には、東急電鉄がJR北海道の線

路を借りて、東急の子会社である伊豆急行の豪華列車「THE ROYAL EXPRESS」を釧網本線

などで運行することが予定されている。首都圏の大手私鉄である東急がサービス

鍵は鉄道、歴史文化、スポーツ

旅行者の多くは、北海道レールパスというJR線乗り放題の切符を利用する。外国人旅行者にとつて、鉄道は道民が考えている以上に身近な乗り物である。また、スイスの氷河急行など世界中に人気列車があるように、鉄道は存在そのものが観光の対象となり得る。

有する新たな観光用車両として、車内にフリースペー

スなどを設けた「はまなす」編成の準備を進めており、ことし10月ごろにはデビューが予定されている。

第二に、歴史や文化にスポットを当てる動きがある。昨年、「炭鉄港 北の産

業革命の物語」が、文化庁の選定する日本遺産に認定された。炭鉄港は、近代北

結ぶことにより、新たな観光資源としての価値が見いだされた。

ことし4月には、白老町の拠点となる民族共生象徴空間「ウポポイ」が開業する。国は、ウポポイの年間来場者数目標を100万人

としている。

第三に、スポーツも有力な観光コンテンツの一つだ。東京オリンピックのマ

ラソンと競歩が札幌で開催されることになった理由の一つに、過去30年以上にわたって開催されてきた北海道マラソンの実績がある。

北海道マラソンには、毎年国内外から多くの参加者が訪れる。オリンピックが開

かれても存在していた

が、それらをストーリーで

訪れる。オリンピックが開

たつて開催されてきた北海道マラソンの実績がある。

北海道マラソンには、毎年国内外から多くの参加者が訪れる。オリンピックが開かれても存在していたが、それらをストーリーで訪れる。オリンピックが開かれても存在していたが、それらをストーリーで訪れる。

大熊 一精氏（おおくま・いっせい）1967年生まれ、埼玉県出身。早稲田大学政治経済学部卒。富士総合研究所（現・みずほ情報総研）を経て2002年に北海道に移り住み、コンサルタントとして民間企業の戦略策定や起業支援、経済・産業分野を中心とした調査研究に携わる。14年から特別研究員。

開催された後、札幌のマラソンコースは、世界中のランナーが憧れるレガシーになる。

道内では、北海道マラソンのほかにも、多くの大会が開催されている。毎年9月に開催されるオホーツク

網走マラソンは、風光明媚（めいび）なコースや温かいおもてなしなどが好評を博し、昨年、全国のマラソン大会の人気ランキングで4位という高評価を得た。

ランナーが感じた大会や地域の好印象は、SNSを通じて世界中に拡散され、地域のファンを増やし、訪問者を増やすことにつながっていく。

いよいよ道内7空港の一括民営化が始まる。空港は、道外からの旅行者の多くにとつて北海道の入り口となる場所であるとともに、北海道観光の拠点となる場所でもある。空港民営化が、北海道の観光を支える基盤をより強固なものとしていくことに期待したい。