

◎登別の観光を考える勉強会

【概要】

観光振興ビジョンの策定にあたり、様々なデータを活用し、登別観光の現状と課題を把握し、今後の**登別観光の目指すべき方向性**について、観光関連企業や団体、市民の皆様と議論する。

【実施回数】 【第1回参加者数】

全7回（予定） 37名

◎観光振興ビジョンの策定に向けて

観光経済部長 井上 昭人

観光振興ビジョンの策定については、この勉強会から始まり、十分な時間をかけて検討するため令和8年度までに策定していきたい。多くの観光に携わる皆様と一緒に学び、共通認識を育み、持続可能な観光地づくりを一緒に進めていきたい。



◎登別観光の現状について

観光振興グループ総括主幹 煤孫 泰洋

- ・人口減少
登別市の人口が**4万人を割る**のは**2032年（令和15年）**
3万人を割るのは**2047年（令和30年）**
- ・観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札
国内外からの交流人口の拡大や旅行消費額によって地域の活力を維持し、社会を発展させる。

- ・勉強会を通じて実現したいこと
 - ①登別観光の重要性と課題を**共有**
 - ②登別観光を色々な角度から**分析**
 - ③登別観光の未来を**展望**
 - ④様々な業種や主体で登別観光を**応援**
 - ⑤北海道を牽引する登別観光の**実現**

人口減少を迎える登別では

観光は
・**成長戦略の柱**
・**地域活性化の切り札**

◎観光産業を強くするための顧客創造マーケティング

楽天グループ株式会社

地域創生事業部 角田 榮司 氏

- ・登別市の観光消費額を伸ばすためには
登別市は観光のまちであるが、観光産業が直面する現状は、楽観できる状況ではない。今まで以上に付加価値を生み出し、顧客を創造することが必要である。
- ・観光業界から学ぶ先進事例

①ユニバーサルスタジオのアイデアカ（既存資源の活用）

「お金をかけずに何ができるのか」を徹底追求、アイデア勝負！



園内に100対のゾンビが現れ、来園者を驚かすイベント



プロのパフォーマーをサプライズで行うフラッシュバンドビート

②東京ディズニーランド



顧客の視点で考える！

・ダッフィーポシェット
人気ぬいぐるみとポシェット、別々な商品を組み合わせさせて販売、併せて活用方法も宣伝することで、購入意欲をかき立てる。

③草津温泉

滞在時間を増やすための施策 夜の温泉をプロデュース
夜をプロデュースすることで宿泊に繋がり経済的な潤いも増える！
温泉以外の付加価値をつけて、進化する温泉地を目指す。



◎従業員視点から、改善方法を学ぶ

【概要】

ホテル業界での経験を基にした経営戦略や人材育成の重要性について、多くのホテルの開業に関わり、稼働率の引き上げ、売上を増やすなどの成果を上げられた佐野氏に講演していただいた。

【第2回参加者数】

26名

◎講師紹介

株式会社当間高原リゾートベルナティオ
上席執行役員統括総支配人兼事業統括室室長

佐野 智之 氏



東京ベイ舞浜ファストリゾート、新横浜プリンスホテルの開業とホテル工としての基礎を学ぶ。その後、ホテルエピナル那須のオープニングスタッフとして入社、宿泊部門の責任者を経た後、総支配人として5年半采配を振るう。その後はホテル運営会社のナクアホテル&リゾーツ執行役員運営本部長に着任後アートホテルズ大森、アートホテルズ浜松町2店舗の総支配人、そして現在のあてま高原リゾートベルナティオに総支配人として着任。あてま高原リゾートの運営事業を回す一方で、宿泊施設の経営支援や人材育成セミナーや研修、講演など活動中。

◎あてま高原リゾートベルナティオ

〒949-8556
新潟県十日町市珠川
TEL：025-758-4888
FAX：025-758-4848
<https://www.belnatio.com/>



◎ベルナティオの取組

【人材の定着率の向上】

- ・ **自己肯定感の高いスタッフ**の育成が顧客との良好な関係を築くことができ、カスタマーハラスメントの減少にも繋がる。



【サービス業とホスピタリティ業の違い】

- ・ ホスピタリティは**顧客との対等な関係を築くこと**が重要である。
サービス業 ⇒ 顧客の要求に応えることが主な目的
ホスピタリティ業 ⇒ **顧客の期待に応え、共感や喜びを共有**



スタッフと顧客の間に対等な関係が築かれ、より良いサービスが提供
《具体的な取組》

- ・ **スタッフの思考やあり方を重視した人材育成**
- ・ **顧客に対する一手間を惜しまないサービス提供**
例) 忘れ物のぬいぐるみを返送する際に、ぬいぐるみがホテル内で楽しんでいる写真を添えるなどの工夫



【利益追求主義からステークホルダーの幸せの実現へ】

- ・ **従業員の成長や働きがいを重視する経営が重要**
従業員が成長を実感できる環境を整えることが、離職率の低下に繋がる。

《具体的な取組》

- ・ 新入社員を総支配人室に配属し、思考やあり方を学ばせることで、**定着率の向上**を図る。
- ・ スタッフ同士が尊重し合い、良いところを見つけ合う文化を醸成
例) スタッフは、同僚の良い行動や特徴を見つけた際に、その内容をベルカードに記入し本人に渡す。



モチベーションが向上し、離職率の低下に繋がっている。

◎ 競合温泉地比較から考える現状と課題

【概要】

他の温泉地を徹底的に比較し、探しだし、定量的・定性的に分析・比較・評価することで、登別観光の現状と課題を把握するとともに、他の温泉地の優位点を学ぶ。

【第3回参加者数】

26名

◎ 競合温泉地（参考：じゃらん人気温泉地ランキング2024）

第1位 草津温泉



日本有数の豊富な湯量と高い泉質を誇る硫黄泉であり、江戸時代から続く温泉街の歴史的な建築物や足湯、飲食店、土産物店が湯畑周辺に集まっているほか、スキー場やハイキングコースなど温泉以外のアクティビティも充実しており、**夜のライトアップ**など観光客を楽しませる工夫がされている。

第2位 箱根温泉

新幹線や特急電車ですぐに訪問できる**アクセスの良さ**が特徴で、各温泉場が点在しており、それぞれ独特の飲食店、土産物店があるほか、多くの美術館や博物館が存在し、アートや文化を楽しむことができる。富士箱根伊豆国立公園に位置し、ハイキングやサイクリングも楽しめる自然環境が整っている。



第3位 道後温泉



日本最古の温泉とされ、重要文化財の道後温泉本館があり、夏目漱石「坊ちゃん」や「坂の上の雲」ミュージアムなど文学と深い関わりがあり、松山市中心部に位置し、商店街や路面電車、松山城にもアクセスできる利便性がある。

◎ ワークショップ

【競合温泉地との比較】

下記の項目について、競合温泉地がなぜ評価されているのかを、ガイドブックや観光パンフレットから推察し、3班に分かれて議論した。

比較項目

街の雰囲気

自然

観光スポット

温泉以外

効能や泉質



【ワークショップにおける意見】

① 泉質と効能

・登別温泉は9種類の泉質を持ち、他の温泉地よりもおおきな強み。

② 交通アクセス

・新千歳空港からアクセスは良いが、公共交通機関の本数が少ない。

③ 街の雰囲気

・温泉街の統一感や魅力が不足。夜の街歩きが楽しめない。

・ロードヒーティングなどのハード整備が必要。

④ 温泉以外

・観光スポットやアクティビティが少なく、連泊する動機が弱い。

⑤ 自然環境

・登別温泉は自然に囲まれており、地獄谷など魅力的な資源がある。

【抽出された課題】

- ・夜のアクティビティ不足や魅力不足
- ・公共交通機関の便が悪い
- ・温泉街全体の統一感やテーマが不足
- ・若者向けの情報発信不足
- ・老朽化施設の活用が進んでいない
- ・地域全体で観光客を迎える体制整備





◎顧客の声から見る登別温泉の現状と課題

【概要】

今回の事業で実施したインターネット定量調査の結果を基に登別観光について、顧客の声を理解し、強みや弱みを明確にする。

【第4回参加者数】

21名

◎インターネット定量調査

調査目的

- ・登別市旅行者ターゲットの見える化
- ・登別市観光の意識・消費行動の実態把握

調査地域

- ・日本全国

調査手法

- ・インターネット定量調査

調査対象者

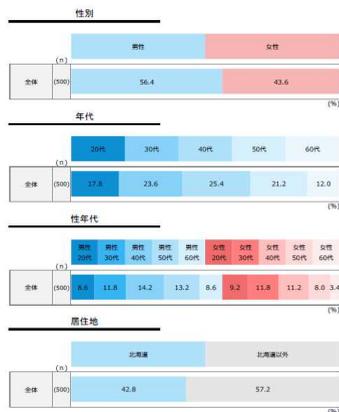
- ・20～69歳の男女
- ・直近約3年間（2022年1右記～2024年9月までの間）に「北海道の登別市」を訪れたことがある人
- ・観光・レジャー、もしくは、出張・ビジネス目的で「登別市」を訪問した人

サンプルサイズ

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	50	50	50	50	50	250
女性	50	50	50	50	50	250
計	100	100	100	100	100	500

分析方法

- ・楽天トラベルの宿泊データで登別市のログデータがある人全員の性年代構成比にあわせて、本調査対象社をウエイトバック集計する。



◎ワークショップ

【調査結果から読み解く登別観光の現状と課題】

調査結果である推奨意向、再訪意向から顧客の声を読み解き、課題を導き出すことを目的に、3班に分かれて議論した。

【調査結果（一部）】

性別	年齢	都道府県	内容
女性	49	北海道	インバウンドのマナーが悪くて不愉快な思いをした。
女性	40	三重県	家族と初めて訪れて素敵な場所だった。
男性	20	大阪府	空港からのアクセスが少し悪い。
男性	23	兵庫県	温泉以外、見るところも行くところもない。
女性	60	東京都	鬼火や地獄谷がとても良かった。

【抽出された課題】

- ・ **アクセスの改善**
登別駅からのアクセスが不憫で、バス待ちの環境改善が必要。
- ・ **リピーター対策**
温泉以外の楽しみが少なく、飽きられてしまう。温泉+aの魅力をもっと伝える必要がある。
- ・ **観光資源の活用**
地獄谷の魅力をもっと引き出す工夫が必要。ライトアップやプロジェクトマッピングなどの新しいアクティビティの導入。
- ・ **地域の魅力発信**
地域の歴史や文化を活かした観光資源の発信を強化し、新たな体験を提供。
- ・ **外国人観光客対策**
マナーに関する問題に対する情報発信など具体的な対策が必要。



◎外国人観光客及びオーバーツーリズムの現状及び課題を考える

【概要】

外国人観光客及びオーバーツーリズムの現状や課題について、データ等により把握するとともに、他市の事例を参考に対策を学ぶ。

【第5回参加者数】

20名

◎外国人観光客のデータ

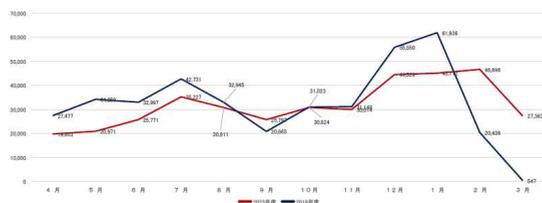
都道府県別 延べ宿泊数 推移表

- 東京都では、コロナ前（2,700万人）を大幅に超える3,400万人が宿泊。
- 北海道はコロナ前（790万人）を下回る610万人となっている。



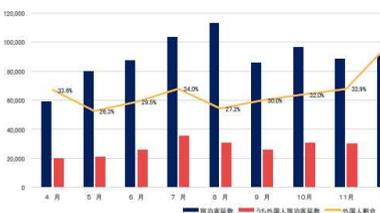
登別市 月別 延べ外国人宿泊数

- コロナ前（2019年）と比較すると9月以外は延べ外国人宿泊者数は下回っている状態。



登別市 延べ宿泊数に係る外国人割合

- 外国人宿泊客の割合が最も多い月は12月で29.9%
- 宿泊客延数で最も多い月は、8月であるが、外国人宿泊割合は12.8%。



◎ワークショップ

【外国人観光客の増加に伴う課題や観光地の混雑状況】

外国人観光客に関する課題について、各地のオーバーツーリズムの現状と対策を参考としながら、3班に分かれて議論した。

【各地のオーバーツーリズム対策（一部）】

場所	類型	内容
美瑛町	希少資源型	宿泊税及び駐車場利用税を導入予定。青い池とクリスマスツリーの木の2ヶ所に計4台設置。多言語での警告音声システムを導入。
银山温泉	リゾート型	マイカー規制（パークアンドライド）の実証実験。旅行者の増加により混雑や交通支障が課題となっている。
京都市	人気観光拠点型	地域独自のルールや文化を理解させるため、イラスト交えた啓発物を公共交通機関やSNSで周知。

【抽出された課題や対策】

- ・地獄谷を入场規制し、観光客の集中を緩和することで混雑を防ぐ。
- ・バスの増便や予約制を導入し、市民と観光客で分ける。
- ・観光地周辺の道路や駐車場を整備し、交通渋滞の緩和を図る。
- ・マナー啓発のため、温泉入浴やガイドマップなど多言語対応が必要。
- ・ライドシェア導入やタクシーの増便など二次交通の不足を解消し、観光客の移動を円滑にすべき。
- ・温泉街や駅前の飲食店の出店促進を図り、観光客の満足度を向上させる。

◎ 温泉以外の観光資源とその魅力を考える

【概要】

登別市の温泉以外の観光資源について、現状を把握し、魅力や課題を整理した上で、具体的な施策や方向性を考える。

【第6回参加者数】

21名

◎ 既存観光資源を活かした新たな観光資源

草津温泉 + aの取組

コンセプトは、若者世代を意識したまちづくり。湯畑から歩いて5分のエリアに若者にも楽しんでもらえる顔湯や漫画堂を整備、カフェなども立ち並んでいる。



足湯・手洗乃湯・顔湯
2021年



漫画堂（裏草津）
2021年



「温泉門」と足湯
2023年

新発田市（月岡温泉）空き店舗を活用し、歩きたくなる温泉街

コンセプトは、歩きたくなる温泉街。足湯施設の設置後、新潟県内の特色ある日本酒やワイン、チョコレートなどを集め町歩きを楽しむ。



新潟地酒 premium
SAKE 蔵KURA
2014年



新潟ワイン premium
TASTE 香KAORI
2017年



新潟ショコラ premium
SWEET 甘AMAMI
2020年

◎ ワークショップ

【温泉以外の観光資源の課題と施策の方向性】

「既存資源を活かした新たな観光資源を生み出す」をテーマとし、登別観光の課題、方向性について、3班に分かれて議論した。

【他のエリアの取組（一部）】

草津温泉 + aの取組

・地域一丸となった観光まちづくりの推進

女将の会「湯の華会」を中心に地域全体の観光地の魅力を高める取組を行っている。

・温泉 + aの価値創出

「湯畑」は、まちづくりの出発点であり、再整備によって町の形成と人流の創出が図られた。

・ブランディングとマーケティングの強化

「泉質主義」を打ち出し、温泉の価値を明確に伝えるブランディングを行っている。特に若者世代をターゲットとしている。

新発田市（月岡温泉）空き店舗を活用し、歩きたくなる温泉街

・空き店舗の再生による温泉街の魅力向上と回遊性の創出

・地元経営者主体の取組と地域全体の協力体制

・観光客層の変化に対応した柔軟な店舗展開

【抽出された課題や対策】

空き店舗の活用

温泉街の空き店舗を活用し、飲食店やカフェを誘致し、活性化を図る。

トレッキングコースやランニングコースの整備

自然を活かしたコースを整備し、観光客の滞在時間を延長させる。

夜間観光の充実

ライトアップなどを導入し、夜の観光地としての魅力を高める。

駅前の整備

玄関口である駅前の景観や施設を整備し、魅力的な空間をつくる。

飲食店の多様化

インバウンド需要に対応するため、キッチンカーや多国籍料理店などを増やし、観光客のニーズに応える。

◎ 登別観光の課題とこれから

【概要】

今まで議論してきた登別観光の現状と課題をとりまとめ、登別観光のあるべき姿、目指すべき方向性について考える。

【第7回参加者数】

23名

◎ 個人ワーク

【登別観光のあるべき姿】

今までの議論などを振り返り、参加者が思う登別観光のあるべき姿について確認した。

◆ 温泉街の魅力向上

- 温泉街の景観整備（老朽化した建物の修復、空き店舗の活用）
- 歩きやすいの向上（ロードヒーティング、ライトアップ）
- 温泉街全体での楽しさの演出（浴衣での街歩き、極楽通りの整備）

◆ 観光資源の多様化と発信

- 温泉以外の観光コンテンツの開発（自然、食、体験型観光）
- 地域全体での観光促進（市内各所の観光地連携）
- SNSやメディアを活用した情報発信

◆ 地域住民との共生と協力

- 地域住民のシビックプライド向上
- 地域住民と観光客の交流促進（おもてなしの心、挨拶など）
- 地域全体での観光振興の意識共有

◆ インバウンド対応とマナー啓発

- 外国人観光客へのマナー啓発（多言語対応、文化理解の促進）
- 国内外の観光客が快適に過ごせる環境整備

◆ 持続可能な観光地づくり

- 観光保全やSDGsの取組（カーボンニュートラル、景観保全）
- 地域経済の家政科（地元食材の活用、雇用創出）



◎ 登別観光が目指すべき方向性

全7回を振り返り、データ等を活用しながら、参加者と現状と課題について議論して結果、楽天グループ株式会社の見解も踏まえ、下記のとおりまとめた。

項目	課題	方向性
観光産業の発展	<ul style="list-style-type: none"> 温泉以外の観光資源が乏しい 滞在期間が短く、消費単価が向上しない 	<ul style="list-style-type: none"> 温泉以外の観光資源の発掘 インバウンド重要や長期滞在の促進 地元企業（飲食店等）との連携強化 他地域の差別化を図るブランディング 若年層の雇用促進や人材育成
域内の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> 温泉街の空き店ハード面など観光地としての利便性や魅力が足りない 	<ul style="list-style-type: none"> 空き店舗の活用し、温泉街の活性化 ロードヒーティング等の導入 自然を活かしたアクティビティの導入 夜間観光資源の充実 旅マ工情報発信の強化
インバウンド	<ul style="list-style-type: none"> オーバーツーリズム対策 	<ul style="list-style-type: none"> 温泉入浴や観光地でのマナー啓発 定期的な満足度調査の実施 観光地利用に課金制度を導入
アクセス	<ul style="list-style-type: none"> 駅から温泉街へのアクセス バスやタクシー運行時間外での移動手段の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通機関の増便や予約制の導入 道路や駐車場整備による混雑緩和 ライドシェアの導入 多言語対応の案内標識や情報発信 リアルタイムで情報を把握する仕組み