

国際文化観光・スポーツ常任委員会委員会調査報告書

令和5年8月21日(月)から23日(水)まで、一般社団法人 北海道きたひろ観光協会  
外3か所において、「観光に関する事項について」及び「スポーツに関する事項につ  
いて」調査を実施したところ、その概要は別紙のとおりでした。

神奈川県議会議長 加藤元弥様

国際文化観光・スポーツ常任委員会委員長 石川裕憲

## 1 調査の概要

- (1) 調査箇所 一般社団法人 北海道きたひろ観光協会、アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会、羊蹄ニセコ自転車走行協議会及び株式会社ニセコリゾート観光協会
- (2) 出席委員 石川裕憲委員長、石川巧副委員長、難波達哉、田村ゆうすけ、細谷政幸、嶋村ただし、栄居学、吉川さとし、市川よし子、西村くにか、阿部将太郎、浦道健一の各委員
- (3) 随行者 和田主査（議会局議事課）、内田副主幹（国際文化観光局総務室）、本島副主幹（スポーツ局総務室）
- (4) 調査日 令和5年8月21日（月）から23日（水）まで
- (5) 行程【8月21日】  
羽田空港 → 新千歳空港 → 一般社団法人 北海道きたひろ観光協会 → 札幌市内（泊）
- 【8月22日】  
札幌市内 → アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会 → 羊蹄ニセコ自転車走行協議会 → ニセコ町内（泊）
- 【8月23日】  
ニセコ町内 → 株式会社ニセコリゾート観光協会 → 新千歳空港 → 羽田空港

## 2 一般社団法人 北海道きたひろ観光協会

### (1) 調査目的

本県では、アンテナショップの「かながわ屋」を神奈川県観光協会に委託して運営しており、県産品の販売や展示を通じて、神奈川の魅力を広く発信し、認知度の向上に取り組んでいる。

北海道きたひろ観光協会では、HUB HOKKAIDO SELECT SHOPを運営しており、北広島市や近隣自治体だけではなく北海道全域から商品をセレクトし、地域おこし協力隊が厳選した商品を販売する特設コーナーを設けたり、オンラインショップも運営するなど販売面での工夫を行っている。また、地域の魅力の情報発信拠点として、地域と観光客を結ぶ役割も担っている。

そこで、広域的な特産品の販売やアンテナショップを活用した地域の魅力の発信を行っている北海道きたひろ観光協会を訪問することにより、今後の委員会審

査の参考に資するものとする。

(2) 一般社団法人 北海道きたひろ観光協会出席者  
会長、事務局長、北広島市地域おこし協力隊

(3) 一般社団法人 北海道きたひろ観光協会（会長）挨拶

(4) 委員長挨拶

(5) 概要説明

以下の内容等について、説明があった。

ア 北海道ボールパーク F ビレッジ誘致の経緯について

イ HUB HOKKAIDO SELECT SHOPによる観光振興について

ウ HUBと地域おこし協力隊による情報発信について

(6) 質疑応答

質 疑 観光協会、行政、日本ハムを含めて、様々な企業の協力があつたと思うが、その結果、実現したものと実現しなかったものは何か。

応 答 F ビレッジができるとき、商工会議所から地元で何かできないかという話が観光協会にあった。F ビレッジ内には、地元の店舗が出店する予定がなく、せつかく F ビレッジができるのであれば、そういうわけにはいかないという思いや、理事の頑張りもあり、HUB HOKKAIDO SELECT SHOPを出店することができた。

質 疑 現在のお客様の道内・道外の割合はどうなっているか。

応 答 数値はないので、肌感覚ではあるが、今のところ道内の方が多い。セ・パ交流戦や広島東洋カープ戦があると、道外の方が多くなるという印象。

質 疑 冬や野球のシーズンオフになると、野球観戦のお客様が来なくなると思うが、そういった時期の集客についてどのように考えているか。

応 答 F ビレッジで、冬に雪を使ったイベントを考えていると聞いており、F ビレッジの集客はある程度見込まれる。ただ、その集客をど

うやってHUBに引き込んでいくのかということについて、今、検討している。

**質 疑** 神奈川県でも同様の店舗をやっているが、逸品、つまり、エレメント探しが難しいと思っている。エレメント探しで工夫している点があれば伺いたい。

**応 答** 北広島には、もともとエレメントが個々にはあったが、なかなかフィーチャーされる場がなかった。それが逆によかったという部分もあって、事業者に直接出向いて行って、商品への思いなどを伺っている。そのようにして、リピーターにもなっていたいただけるような、本当においしい、胸を張って出せるような商品を選んでいるという状況である。

**質 疑** 取り扱う商品は自薦なのか、他薦なのか。

**応 答** どちらもある。将来的には北広島にある商品をオンラインショップに全て載せて、一部厳選したものを店舗に置くといったようなラインナップでそろえたいと思っている。

**質 疑** 地域おこし協力隊には任期があるが、そのことに伴う課題や工夫について伺いたい。

**応 答** 現在、任期は残り1年半で、任期が終わったとしても地域おこし協力隊厳選コーナーは残したいが、協力隊という名称はフェードアウトしてしまうかもしれない。ただ、コーナーのコンセプト自体は続けられるように、今、協力隊だけではないスタッフにもバイヤーのような役割を担ってもらい、一緒に商品探しをやっている。

## (7) HUB HOKKAIDO SELECT SHOPの視察



## (8) 調査結果

平成30年10月末に、きたひろしま総合運動公園予定地に北海道ボールパーク F ビレッジが建設されることが決まり、年間300万人の来場者が予想されることなどから、一般社団法人北海道きたひろ観光協会では、F ビレッジ内のTHE LODGEにHUB HOKKAIDO SELECT SHOPを出店したとのことであった。

HUBでは、北海道を代表するお土産だけではなく、地域おこし協力隊が厳選した商品を販売している「ハブコレ!」というコーナーがあり、道内他市町村の地域おこし協力隊と連携して選んだ商品や、北広島市のふるさと納税で好評だった返礼品を商品化した物といった、HUBならではの商品を取り揃えていた。

そのため、売上比率については、HUBならではの商品が徐々に高くなってきているとのことであった。また、販売面で工夫した点として、例えば、旅行者が店舗で購入した商品を気に入っても、継続して購入できるように、ECサイトもオープンさせ、HUBでしか買えない商品をどこからでも購入できるようにしていた。

また、店舗には、入り口に大きなデジタルサイネージが設置されており、商品、自治体、観光協会の活動及び出品者についての映像を流すことで、地域の魅力の情報発信に活用していた。

これら一般社団法人北海道きたひろ観光協会におけるHUB HOKKAIDO SELECT SHOPに関する取組は、今後、当常任委員会における地域の魅力発信による観光振興に係る審査をする上で、参考になった。

## 3 アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会

### (1) 調査目的

本県では、第5期神奈川県観光振興計画で、アドベンチャーツーリズムに係る観光コンテンツの発掘・磨き上げを行うこととしており、アドベンチャーツーリズムに関するコンテンツ開発、ツアーの造成等に対して支援を行っている。また、外国人観光客の誘致を促進するため、テーマ別や海外市場別の海外プロモーションを行っている。

アドベンチャートラベル・ワールドサミット（ATWS）は、アドベンチャートラベルに関する国際団体が主催する、世界最大のイベントであり、北海道においては、2021年にATWSをオンライン開催し、本年9月にはオフラインで開催する。

ATWSは世界中から旅行会社、メディア及びアウトドアメーカー等が参加し、

ツアー体験、講演会及び商談会等が行われるため、北海道におけるアドベンチャーツーリズムを広くPRする絶好の機会であり、ATWSで培ったネットワークや商品造成のノウハウを活かして、道内におけるアドベンチャートラベルを活性化させる効果が期待されている。

そこで、アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会事務局を訪問し、海外に向けたPRや、アドベンチャーツーリズムのコンテンツについて調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

## (2) アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会出席者

北海道庁経済部観光局観光振興課主幹

### 【補足事項】

北海道庁経済部観光局にアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会の事務局が置かれている。

## (3) 委員長挨拶

## (4) 概要説明

以下の内容等について、説明があった。

ア アドベンチャートラベルについて

イ アドベンチャートラベル・ワールドサミット（ATWS）について

ウ ATWS2023について

エ アドベンチャートラベルの推進に向けた取組について

## (5) 質疑応答

**質 疑** アドベンチャートラベルを推進することで、どのくらいの経済効果を見込んでいるのか。

**応 答** 現状、アドベンチャートラベルに参加する旅行者の統計を取ることが難しいため、具体的な目標金額は立てていない。

**質 疑** アドベンチャートラベルの推進に当たり、基礎自治体との連携はどのように行っているか。

**応 答** 実行委員会の中には札幌、旭川、釧路といった自治体に参加している。それ以外の幾つかの自治体はATWSのラウンジというブースに参加する。

また、ATWS以外では、北海道庁で運営しているアドベンチャ

ートラベルのサイトに掲載したり、市町村を対象としたセミナーやアドベンチャートラベルに関わっている道庁職員でアドバイスなどを行っている。

質 疑 ATWSで実際に行われるアドベンチャートラベルツアーには難易度が設定されているが、これはどのように決めているのか。

応 答 1～5で設定している難易度は、主催者であるAdventure Travel Trade Association (ATTA)の基準によって設けている。

質 疑 難易度が高いツアーについては、安全面の管理も必要になると思うが、それに関する人材育成はどうしているのか。

応 答 ATWSのツアーについては、まず、実行委員会が審査をした上で、ATTAに諮って決めている。そのチェック項目の中に、ガイドや安全性に関する項目がある。

質 疑 アドベンチャートラベルに参加する旅行者を判別することが難しいという話だったが、それではアドベンチャートラベルによって付加価値が上がったかの検証ができないと思う。今後、どのようにアドベンチャートラベルへの参加人数や消費単価の検証を行う予定なのか。

応 答 いろいろな計画の指標に旅行全体の消費額を入れており、アドベンチャートラベル以外にも付加価値を上げる取組を行っている。それらの取組を組み合わせることで、最終的に海外旅行者の観光消費額単価を上げていくことにつながると思っている。

質 疑 アドベンチャートラベルは高付加価値の、質の高い旅行ということだが、1人当たりのツアーの金額はどのくらいか。

応 答 一番多いボリュームゾーンとしては4泊5日で、価格が30万から40万円だと思う。

質 疑 訪日旅行者向けのアドベンチャートラベルは、ツアーづくりが大変だと思うが、実際、どのような方が企画されているのか。

応 答 ATWSで行うツアーに関しては、国内の旅行会社につくっていただいている。旅行会社にこういったツアーの担当の方がたくさんいるわけではないので、高付加価値のツアーをつくれる旅行会社の人材も増やしていかないといけないなと課題を感じている。



## (6) 副委員長挨拶

## (7) 調査結果

北海道庁では、現在、中国や台湾からの旅行者が多いため、北米やヨーロッパのマーケットを開拓することを目的として、北米・ヨーロッパからの参加者が多いATWSを9月11日から14日に北海道で開催するとのことであった。ATWSは、ATTAが主催し、北海道がホスト役となり開催するが、開催に向けて50以上のアドベンチャートラベルのツアーを用意していた。

その中で、「観光体験を単純につなぐだけではなく、地域理解のため、ストーリーに沿ったツアーを展開すること」、「行程管理・安全管理だけではなく、地域とお客様をつなぎ、旅の演出家となるガイドの存在」、「自分の限界の少し上の、未知なるものに挑むチャレンジ要素」の三つをポイントとして、ツアーを造成していた。

本県では、アメリカ、イギリス等への観光レップの設置、モニターツアーや商談会の実施等で本県の観光PRを行っている。一方、北海道では、ATWSを北海道で開催することで、北米・ヨーロッパ等のATTA会員に、実際に現地に行くことによって北海道の魅力をアピールするとともに、道内の観光関係者がATWSに参加することで、ATTA会員とのネットワークを築いてもらうことも目的としていた。

また、道内でアドベンチャートラベルを推進するに当たり、訪道観光客のうち、アドベンチャートラベルの旅行客数を把握することが難しいという課題を聞くこともできた。

これら、アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会における取組は、今後、当常任委員会において外国人観光客に対する観光施策を審査する上で、参考になった。



#### 4 羊蹄ニセコ自転車走行協議会

##### (1) 調査目的

本県では、サイクルツーリズムを推進するため、令和5年度はサイクルルートプランの作成、サイクルラックの設置等及び様々な主体による連携を促すためのプラットフォームの運営を行う予定である。

羊蹄ニセコ自転車走行協議会は、平成30年7月に設立された組織で、羊蹄山麓の7町村と民間が一体となり、サイクルツーリズムの推進のために自転車走行環境・受入環境に関する取組や情報発信等を行っている。

そこで、羊蹄ニセコ自転車走行協議会を訪問し、様々な主体と連携したサイクルツーリズムの推進を調査することで、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

##### (2) 羊蹄ニセコ自転車走行協議会出席者

会長及び副会長

##### (3) 羊蹄ニセコ自転車走行協議会（会長）挨拶

##### (4) 委員長挨拶

##### (5) 概要説明

以下の内容等について、説明があった

ア 羊蹄ニセコ地域について

イ 羊蹄ニセコ自転車走行協議会（Y N C A）について

（ア）Y N C A設立について

（イ）Y N C Aの構成団体等について

ウ Y N C Aの主な活動について

（ア）サイクリングモデルコースの選定について

（イ）サイクルラックの設置について

（ウ）アプリやウェブによる情報発信について

##### (6) 質疑応答

質 疑 サイクルツーリズムにおけるインバウンドの比率はどのくらいか。

応 答 ゼロではないが、まだ黎明期と思っている。外国人の方がレンタ

サイクルであちこち回られているのをだんだん見るようになったが、総数としてはまだまだといったところ。観光という面でいうと、電動アシスト自転車がすごく利用されていると思う。

一方、ニセコクラシックというレースでは、多くの、数で言うと50人くらいの外国人の参加者が来ている。

質 疑 神奈川県がサイクルツーリズムを推進するに当たり、さらにこうした方がいいというアイデアがあれば、教えていただきたい。

応 答 宿で自転車を室内で安全に預かってもらえると、泊まりがけでツアーに行く人たちが劇的に増えると思う。また、旅行先で荷物を置きっぱなしにするためだけに車をレンタルすることもあるので、駅などに荷物を預かってもらえるところがあるといいと思う。

電動アシスト自転車については、バッテリーが互換性を持つように統一したほうがいいと思う。例えば、電動アシスト自転車をレンタルして、行った先の、別の観光協会でバッテリー交換するとき、互換性がないと、自転車を乗り捨てていくんですかみたいなことになるため、バッテリーを交換しただけで走れるようにするのがいいのではないかと思う。

また、鎌倉は歴史探訪といった部分で、ガイドの育成が重要だと思う。

質 疑 しまなみ海道がサイクルツーリズムにおいて成功しているのは、どういう観点からだと思うか。

応 答 橋では、自転車と自動車のルートが分かれており、安全性があるという点、道路上のブルーラインや看板で、マップがなくても迷わないようになっている点、自転車メーカー（ジャイアント）が協力して、サイクルショップを二つ造っている点、宿から次の宿まで荷物を運んでくれるサービスがある点といった、徹底したサイクリスト視点に立っていることだと思う。

質 疑 S t r a v a や R i d e w i t h G P S といったサイクリストが利用するアプリは、どのように活用されているのか。

応 答 まず、自分でルートを作成することができる。走行するときは、そのデータをサイクルコンピューターという機器に入れて、ナビをさせている。

ルートを作成する際、ヒートマップ（実際に走行された頻度に応じて、道に色がつく機能）を使って、サイクリングに適したルート

かの参考にしている。

また、トレーニングの記録機能とSNS機能もあるため、お互いにトレーニング結果をたたえあうという使い方もしている。

**質 疑** サイクリングをする方が増えると、事故も増えるという心配があるが、実際1年間にどれくらいの事故があって、こういった対応・対策をされているのか。

**応 答** 事故の件数は把握していないが、サイクリストが事故に巻き込まれたときには、人的ネットワークで情報がもらえるようにしている。ただ、そういった情報をほとんど聞かないから、年に数件というレベルだと思う。

対応については、広域のエリアになるため、救助を要請しやすくする体制をつくらないといけないと思っている。例えば、現在、コース上に1キロメートルくらいの間隔で看板を設置しているが、それに数字を連番で打っており、看板を見れば位置が分かるようになっている。今後、そのマップを消防署や警察に寄贈しようとしている。

## (7) ニセコサイクルオアシスの視察



## (8) 調査結果

羊蹄ニセコ自転車走行協議会では、サイクリストにとって魅力的なサイクリングモデルコースを作成しており、作成するに当たり、地元のサイクリストがよく利用していること、走っていて面白いこと、休憩スポットもしっかり結ぶこと、ドライブだと無視されてしまうエリアも商圈にできることを生かすため、他のエリアともつなげたルートにすることなどを意識していた。

また、飲食店や宿に対して、工具を準備しておくといったサイクリスト受入れのためのアドバイスや、自転車店の誘致など、実際にサイクリストが羊蹄ニセコ地域を訪れても、困らないための取組も行っていた。

サイクルラックについては、店舗に設置してあると、サイクリストを歓迎しているといった合図になる一方で、例えば、コンビニで食事を取る際、サイクルラックがあったとしても、地べたに座って食事を取ることになるので、今後はサイクルラックに加えて、椅子も設置してもらえるように取り組んでいくとのことであった。

情報発信については、ホームページやSNSなどの媒体ごとの特性を考慮した上で活用することが大切であるが、それよりも継続して情報発信を続ける仕組みづくりの方が重要であるとのことだった。

また、本県において、サイクルツーリズムを推進するに当たり、アプリについては、その地域専用のアプリを作って成功している事例は少なく、いかにGoogle Mapに情報を落とし込めるかが重要であること、Stravaなどのサイクリストがよく利用するアプリでは、実際にサイクリストが走っている道路が分かるため、モデルルートを作成するときに活用できること、といったアドバイスも頂いた。

また、国土交通省北海道開発局の除雪ステーションを活用したサイクル拠点であるニセコサイクルオアシスを視察することで、サイクリストの受入れ環境整備についてイメージを持つことができた。

これら羊蹄ニセコ自転車走行協議会におけるサイクルツーリズムの取組は、今後、当常任委員会において本県のサイクルツーリズムについて審査する上で、参考になった。

## 5 株式会社ニセコリゾート観光協会

### (1) 調査目的

本県では、第5期神奈川県観光振興計画で、訪日教育旅行の誘致促進、教育旅行の誘致促進及びSDGsの視点を取り入れたコンテンツの発掘・磨き上げやプロモーションを行うこととしている。また、令和5年度からは外国人観光客の誘致を促進するため、新たにサステナブルツーリズムの促進に取り組む予定である。

ニセコ町は国から「SDGs未来都市」、「環境モデル都市」及び「自治体SDGsモデル事業」に選定され、持続可能な都市を実現するための取組を行っており、ニセコリゾート観光協会では、町のサステナブルな取組を資源として、教育旅行向けのプログラムを提供している。

そこで、ニセコリゾート観光協会を訪問し、サステナブルな取組を資源とした教育旅行について調査することにより、委員会審査の参考に資するものとする。

(2) 株式会社ニセコリゾート観光協会出席者

事務局長、旅行グループ担当者

(3) 株式会社ニセコリゾート観光協会（事務局長）挨拶

(4) 委員長挨拶

(5) 概要説明

以下の内容等について、説明があった

ア ポストコロナのニセコ町の概況

イ ニセコ町のサステナブルな取組

ウ サステナブルな取組を活かした教育旅行

(ア) SDGs ニセコロゲインについて

(イ) その他のプログラムについて

(6) ニセコロゲイン（※）におけるチェックポイントの視察

視察中に、質疑応答を行った。

※「ニセコロゲイン」とは、ゲームを通してチームビルディングとニセコ町内のSDGs 関連施設を学ぶプログラムのこと

主な質疑応答は、以下のとおりであった。

質 疑 ニセコロゲインは1チーム何人くらいで行うのか。

応 答 1チーム6、7人で、男女混合にすることを推奨している。

質 疑 チェックするスタッフは何人くらいで運営しているのか。

応 答 スタッフは5、6人くらいで運営している。

質 疑 実際のニセコロゲインで歩く時間はどのくらいか。

応 答 チェックポイントは、一番遠いところだと片道25から30分で設定している。

実際にニセコロゲインで歩く時間は、60から90分で設定している。

例えば、夏に90分歩くとばててしまうので、60分にしたり、学校の行程に応じて時間の調整をしている。

- 質疑 ニセコロゲインで1チームが獲得した最高点は、どのくらいか。
- 応答 設定するチェックポイントの合計点数は、トータル500点になるように設定しているが、チェックポイント数は学校によって変えるため、最高点は分からない。
- 質疑 一番遠いチェックポイントに行ったチームが優勝することが多いのか。
- 【補足】
- チェックポイントの点数は、移動距離に応じて設定されており、一番遠いチェックポイントの点数が最も高くなる。
- 応答 最高点である60点のチェックポイントに行ったチームが優勝するわけでもない。戦略が大切で、いかに効率よくチェックポイントを回るかのほうが重要。
- 質疑 走るのはいらないのか。
- 応答 チームは男女混合で、やはり体力差があるため、走らないように案内している。
- 質疑 北海道で他にロゲイニング（オーストラリア発祥のナビゲーションスポーツ）をやっている地域はあるか。
- 応答 北海道では聞いたことがない。
- 質疑 先生や観光協会の方は、生徒が町内を回っているとき、何をしているのか。
- 応答 安全管理やカメラマンとして、自転車で町内を回っている。



## (7) 調査結果

株式会社ニセコリゾート観光協会では、ニセコロゲインというプログラム（チームビルディングとニセコ町内のSDGs関連施設を学ぶ教育旅行向けのプロ

グラム)を提供している。同プログラムは、複数チームに分かれて、戦略を立てながら、ニセコ町内のSDGs関連施設を巡り、チェックポイントごとにつけられた得点の合計を競う競技であり、チェックポイントへ到着したら、チーム全員で写真を撮り、その施設がどうSDGsと関係するかについてチームで考察することで、チームビルディングやSDGsへの理解が深まるようになっていた。

また、チェックポイントは、ニセコ独自の施設もあるが、半分くらいは水飲み場や公衆トイレといった、どこにでもあるような施設にすることで、生徒が地元へ戻っても、SDGsについて自分事として考えられるような工夫がなされていた。

このたびの調査では、概要説明後いくつかのチェックポイントを実際に視察したところであり、教育旅行やSDGsの視点を取り入れたコンテンツについて、具体的なイメージを持つことができた。

これら株式会社ニセコリゾート観光協会における町のSDGsの取組を活かした教育旅行の取組は、今後、当常任委員会においてサステナブルツーリズム及び教育旅行の誘致に関する委員会審査をする上で、参考になった。