

第1回定山溪観光魅力アップ構想検討会議

議事要旨

■開催概要

日 時：平成26年1月14日（火）13：00～15：00

場 所：定山溪まちづくりセンター集会室

参加者：金川委員、布村委員、橋場委員、長谷川委員、濱上委員、濱野委員、古川（雅）委員、
松田委員、山田委員

（欠席：佐藤委員、古川（善）委員）

オブザーバー 松井定山溪連合町内会総務部長

事務局 札幌市 高野、高松、須藤、西

（株）KITABA 酒本、内匠

■開会・挨拶

- ・ 今回の定山溪観光魅力アップ構想は、定山溪地域の観光振興、魅力アップのあり方について、事業者、有識者、公募委員にご協力いただきながら、今後のソフト、ハード両面の取組に向けた指針を定めるもの。
- ・ 定山溪は年間100万人以上の宿泊者が利用する札幌市の奥座敷であるが、近年は宿泊者数が減少傾向にあり、ここ1～2年は少し持ち直しているものの、定山溪の潜在的な魅力をさらに充実させれば一層の誘客が十分可能だと考えている。
- ・ 札幌市としては今年度、札幌市の今後10年間の観光の取組の方向性を定めた「観光まちづくりプラン」を策定中であり、定山溪については重要な位置付けであるため、今回の構想の内容についても「観光まちづくりプラン」にフィードバックさせながら、事業として実現性のあるもの、実効性のあるものを展開していきたい。

■委員紹介

■意見交換概要

【定山溪の将来的なイメージ】

- ・ これからの経済、これからの日本がどうなっていくかをイメージしながら考えていく必要がある。
- ・ 少子高齢化で動ける人が減っていくと考えた時に、老人に優しい施設や、環境やインフラの整備などが重要。
- ・ 若い人たちへのフックになるものも考えていく必要がある。
- ・ 日本国内では交流人口が減っていくため海外に向けてどういう働きかけをするかが重要。
- ・ 外国人が分かるようなサインボードの用意なども必要。
- ・ 交流人口を増やすことが観光業界に必要であるため、将来の日本の育成などを考えながら、交流人口が増えることによって恩恵を受ける商売がどのように形成されていくかを考えていきたい。
- ・ 重要度と現状の定山溪の評価という点で「景観・周辺の観光スポットの充実」は、重要度は高い

が評価が低く、他に評価の低いものでは「イベント・祭・催事、自然アクティビティや作品作りなどの体験観光」「工芸品・土産品・ブランド品などの買い物スポット」となっており、これらが今の定山溪に一番足りないものである。

- ・ 「景観・周辺の観光スポットの充実」「温泉街のイメージや情緒・景観・雰囲気など」については重視・期待する具合が最も高い。まず定山溪として取り組まなければいけないのはまさにここである。
- ・ イベントや催事を各シーズンに行っているが、これに加えて景観の整備は個々の力だけでは難しい部分もあるため、皆で協力してやっていかなければならない。
- ・ 数年前にお客様から「定山溪は宿の温泉でゆっくりするのはよいが、まちとして楽しくない」といった意見を聞いてきた。
- ・ まち歩きの間が定山溪のウィークポイントではないか。
- ・ 定山溪として一番売りにするものはあくまでも温泉であり、温泉の力を借りて商売を営んでいるということが大原則としてあるため、そこを強みにできる可能性はないのか。そして既に PR できるであろう国立公園の中であるという部分に関しては、今後の可能性は高いと考えている。
- ・ 現在観光協会イベントを行っているが、認知度や完成度は高まっても毎年作り上げては崩していく繰り返しでは苦しくなってきた。
- ・ 持続可能なものを考えて行くと、お店というのは一つのキーになる。
- ・ 現在シャッターが閉まってきている中でどのようにしていくか、システムを考える必要がある。例えば自然散策のプロフェッショナル等の外部の方の力を借りて、出歩きたくなるようなものを作り上げていきたい。
- ・ 定山溪は宿泊の部分を中心に思われるが、日帰りの視点も必要ではないか。
- ・ 今までお客様は夕方に来て、お風呂に入り、美味しい物を食べ、翌朝すぐに帰るのが基本的なパターンであったが、生活の様式が変わり旅行の仕方も変わり、いろいろな趣味の旅行などになっている。そういうことで、いろいろな温泉以外のものが必要になってきたときに定山溪に何かあるかということで、昨年、一昨年と魅力の掘り起こしを行った。
- ・ 山や近くの様々な施設などといった要素を組み合わせ、温泉以外の魅力を発信していこうとしている。
- ・ 宿泊以外のお客様にも定山溪をどんどん利用していただきたい。
- ・ 昼間のお客様が少ないこともあり、230号線を通るお客様が日帰りを含めて立ち寄ってくれるような魅力がまちにあればと思う。
- ・ 店、ラーメン屋、土産屋、コンビニ等のまちにあった様々なお店がなくなってしまうまちの情勢は、人が暮らすまちとして寂しい。
- ・ どれくらいの方が定山溪で暮らし、定山溪で働いている人がどのくらいいるのかということも含め、そこで暮らしている活気もお客様に伝わるようなまちになってほしい。
- ・ 観光という観点から見る人が多いが、観光やお客様が喜んでくれそうな形を整えるだけでなく、まちの中にいる人も含めてまちが活性化していかなければ魅力は醸し出されない。

- ・ 昨年、群馬県に行った際に大学の先生から「群馬県はイメージとして皆さんに聞いてみると全都道府県中で 45 番目か 46 番目だが、草津温泉や伊香保温泉は皆が知っている。北海道・札幌というのはそれだけで素晴らしい魅力になっており、そこと比べると群馬県は落差が大きすぎるが、どっちがいいのかは考えてみる必要がある」という話を聞いた。
 - ・ 自分も街並みや温泉や歴史といったところに魅力を感じて、群馬県の二つの温泉に行った。
 - ・ 定山溪地区のそれぞれのホテルや旅館の料理やサービスの質には素晴らしいものがあると思う。
 - ・ 旅館・ホテルから一步外に出た時にどんな楽しみがあるのかという点がこれから真剣に議論していかなければならないところだと思う。
 - ・ 本州のように何百年と歴史のある温泉地ではないが、国立公園の中にあり、自然豊かで、アクティビティの可能性を限りなく持っているといったところに目を向けていく必要がある。
 - ・ 思いっきり動いて遊び、温泉に入って疲れを取り、美味しい料理を食べるといった魅力を発信していくことが出来れば、定山溪温泉の 56.6%が知らないという知名度の低さというのは克服していけるのではないかという印象を受けた。
-
- ・ 高齢者の方々が最終的に求めるものは、美味しい食べ物はもちろん、心が休まるもの、自分たちが欲しいものであり、上質なものではなくて、少量でも温かくて美味しいものである。
 - ・ バイキングでは、せっかくの美味しいものも冷たいものになってしまっている。
 - ・ 高齢者の団体ツアーで、日帰り春紅葉を見たり、山歩きをすることができたりするなど、本当にまだまだ発見することがたくさんあるのではないかと思う。
 - ・ 個人的には、ホテル選びの際はほとんどパソコンで利用客の口コミを調べている。
 - ・ 定山溪の街並みは若干寂しい感じがする。
 - ・ 湯治的な感じで来ている体の弱い方などは、細かいケアはなくてもよいので、ゆっくりできる施設であってほしい、というニーズもある。
-
- ・ 定山溪の将来的なイメージとしては、とても身近にある非日常、だと思う。
 - ・ 定山溪の周辺にあるワイナリーは大人向け、乗馬などは子ども達も楽しめ、温泉は全世代が楽しめるといった、リゾート的な所を目指すのも面白いのではないか。
 - ・ 施設を京都のように景観を意識した色に変えるなどしてはどうか。
-
- ・ 数年前に黒川温泉の社長が来た際に、定山溪温泉は周りの景観も素晴らしいので、木を植えるにしても、なるべく人が木を植えたように見せないように、等間隔にしない、植えた後に落葉をかけるなどすることで自然を活かしてはどうかという話もあった。
 - ・ 定山溪は四季もはっきりしており、目の前に見える山は春夏秋冬全て色が変わる素晴らしいところ。
 - ・ 新たに何かを作るのではなく、もう一度定山溪の魅力を見直す必要があるのではないか。
 - ・ その中で非日常的な、普段の生活と少し違うことを考えて発信する。あるものはあると発信することが大事。
 - ・ 新たな開発も大事だが、もう一度現在あるものの魅力を引き出してもらいたい。
 - ・ 最近定山溪も若い人たちが活発に動いてくれているので、ぜひそういう人たちに大いに活躍し

ていただきたい。

- 基本的に定山溪の主力産業は温泉である、ということを核に再構築したい。
- 景観だとか街並みについても、人口の減少も含めて再構築していきたい。ただ景観や街並みはあくまでもハードの面で、ソフトの面も見直していくべき。

【ポジショニングとターゲット】

- 宿泊施設の他、街並みやまちの中のカフェ・土産屋・飲食店などが、どのような方針を取っているのか、お洒落な雰囲気を作るためにここで商売をしてくれる人たちがどういうものなのか、ポジショニングとターゲットを考えながら、誘致して魅力あるものにしていかなければならないと感じている。
- 施設から外に出て街並みを楽しんでもらえるような、滞在して楽しく過ごしてもらえるような魅力を押し込んでいきたい。
- 定山溪は、地域として誰に来てもらいたいのか、他の観光地と比較してどういう位置付けなのかが明確ではない。
- 価格帯やインバウンドか否か、年齢、性別といったセグメントではなく、定山溪の強みは何なのかを再度認識し、その強みを求めてくる顧客層がひとつのターゲットになる。
- 男女や年齢の区分ではなく、定山溪の魅力を求めている方々がターゲットであり、同様のものを提供している観光地との比較の中でのポジショニングではないか。
- 各宿が目指しているターゲットは異なるため、神社での縁日のように世代を問わず楽しめるような雰囲気というものがよいのではないか。
- 2～3年前までは定山溪は比較的インバウンドのお客様が少なかったことで喜んでいただいていたが、最近はインバウンドのお客様が増えており、お客様をたくさん入れる面では喜ばしいことだが、来るお客様にとっては嫌がられることもある。致し方のないことではあるが、そういうお客様の気持ちも大事にしていきたい。
- それぞれの旅館におけるターゲットは別々だとしても、総合するとおそらく全員になる。定山溪というイメージが出来上がった時にどういう人たちが来るかで変わってくるため、特に考える必要はないのではないか。

【情報発信・プロモーション】

- 海外や道外の方々など、交流人口が減っていく中で違う所に販路を生み出すことにあたって必要な情報発信は何なのか。
- Facebook など様々なものがあるが、定山溪が既に持ち合わせている観光資源や自然などを発信できるツールが必要。
- 道外・海外を含めた定山溪の魅力を伝えるための原資と人材の育成が必要になってくる。

- ・ 実際に来てくれた客やメディア関係のパブリシティなどにより、いかに話題性を作り、情報を発信したくなるようインフラの整備やランドマークなどを作るといった整備ができるかだと思う。
- ・ 我々からの情報発信よりも、パブリシティやたくさんの定山溪を訪れる人たちが同時に色々な発信をしていってくれるような仕組みを作ることが最も重要だと考える。
- ・ 「こういうものが出来た」というプロモーションも必要だが、最初は攻めていくとしても、途中からは利用したお客様にご満足頂いて口コミが広がっていくのを待つといった姿勢も一つの手と考えている。
- ・ 今までのようにマスで出す部分の他に、お客様がスマホなど様々な形でいいこと悪いこと含めて情報発信をしているという点を上手く使っていく。
- ・ 一方向だけではなく様々な方向に発信することで、様々な方がそこに引っかかり、定山溪に行ってみたいと思うようになってもらえればと思う。
- ・ 一般の利用客の言うことが一番本当だと思う。
- ・ 定山溪は短時間の移動で来ることができるので、とても魅力がある。
- ・ 魅力はたくさんあるため、それらを発信していくことがこれからの一番の課題ではないかと思う。
- ・ 今の時代は、例えば Web や新聞やテレビ・ラジオなど、一つの媒体だけでは全く通用しないため、様々な方法を考えクロスメディアさせる必要があるのではないか（例えば旅行会社との連携など）。
- ・ 札幌ではチカホや、札幌駅のコンコースを利用することもできると思う。
- ・ 昨年、東京で定山溪温泉を PR して来たが、半分以上の方が「じょうざんけい」と読めず、認知度の低さを実感した。情報発信も含めて、何とか認知度を上げていきたい。

【定山溪の現状について】

- ・ 道外の人から、北海道旅行で定山溪に泊まるがよいところはあるか、と尋ねられても現状では切り返しが出来ない状況。
- ・ 周りには定山溪の歴史や催しすら知らない人もたくさんいると思う。
- ・ 個々のおもてなしやサービスなどは素晴らしいものだと思うが、知らない人が多いと思われるので、魅力を認識してもらう必要がある。
- ・ 例えば、道南地方に行く場合であれば国道 5 号線か国道 230 号線を必ず通って札幌に帰ってくるが、その帰りにもう一泊していこうかといった時に、気軽に立ち寄れる空気があるかということ、今のところないと思う。

【全国から見た定山溪の位置づけ】

- ・ 定山溪は全国的に知名度や情報発信力が高くない。

- ・ 温泉は確実に良く、年間 100 万人以上宿泊する場所でこれほどの湯量と温度を持っている温泉街は限られている。中山峠の国有林や、豊平川の水の位置付けなど、自然環境が守られてきたことで豊富な湯量が得られている。
- ・ この温泉を単なる一泊二日型だけではなく、新しい部分へと誘導していかなければならない。
- ・ 全国と同規模の温泉地でも稀なほどのアクセスの良さを持っているが、ここへ来るための方法の認知度が低い。お洒落なバスを使い、一日の便数を多くするなど、朝夕のみならず定山溪に常に来られるような状況は必要だと思う。
- ・ ほとんど鉄筋の建物なので快適性も非常によい。本州と比べて抜群に温かく、夏はエアコンで涼しい。
- ・ 全国と同規模の温泉地と比べてみてもこれほど自然に恵まれた場所はない。手つかずの原生林を周りに持って、日本で一番四季折々を感じられる温泉地である。
- ・ 全国と同規模の温泉地に比べ、料金は圧倒的に安い。料理も料金の割には抜群によい方である。

【定山溪の弱点】

- ・ 知名度を上げることによって、札幌市民が定山溪温泉に誇りをもてるかどうかという部分にも波及してほしいと考えることで、話し合う価値が出てくる。
- ・ 活気や生活のにおいも感じられず、よそ行きの街並みがあるだけという寂しさがある。このままでも年間 100 万人以上の宿泊者がいるので十分ではあるが、8 割がリピーターで宿泊者のほとんどが札幌市民で、まさに奥座敷。札幌市民の客にしてみれば、無機質な街であっても、美味しい料理を食べて、いい風呂に入って一晩寝て帰れば満足だが、札幌市民やメディアが定山溪を誇りのもてる温泉地と認識していないため、口コミも発信力もない。情報発信力がないというのは、メディアに対する発信力がないということ。SNS などでの発信は一般市民への発信であり、実際に人が動くのはメディアである。

【昼間の客を増やす】

- ・ 全国では日帰り客数が宿泊客数を上回ることが一般的だが、定山溪は宿泊客が 120 万に対して日帰り客は 30 万人と、宿泊客数が圧倒的に多く、昼間はまちに客がいない。ホテルでの日帰り入浴ではなく、気軽に入浴できる公衆浴場を作れば日帰り客も増やせるのではないか。
- ・ 全国では宿泊客に温泉街に出歩いてもらう努力をしている。黒川では宿泊施設内の飲食店の営業時間を夜 9 時までなどと決め、宴会であっても時間外には一切提供しない事で、外の温泉街の店で続きを飲んでもらえるようにし、共栄共存している。
- ・ 川に温泉を流して湯けむりをあげるなどの演出をすることで、恵まれた自然をより強調してはどうか。
- ・ 日帰り客を増やしたり、メディアの方々にも利用してもらったりして定山溪のお湯の良さを知ってもらえれば情報発信に繋がる。

【滞在型への切り替え】

- ・ お湯の成分は好みがあるが、定山溪は湯量と温度はトップクラスであるため、単なる一泊二日ではもったいない。今、日本の温泉地が向かうべきは滞在型（保養型・連泊型）である。定山溪に

はそれが可能になる要素は既にあるが、そう簡単に実現はできない。一泊だけなら館内で遊ぶ遊技場などを作ればよいが、二泊三泊になると飽きて外へ出たくなる。定山溪だけではなく、少し離れたワイナリーなどまで行くのであればいくらかでもパイは出来ていく。