

## 1 調査事件

環境行政の充実及び地域産業の活性化について

## 2 調査概要

### (1) 北海道観光振興機構

ア 広域連携DMOの取り組みについて

北海道観光振興機構は、広域連携DMOに登録されており、「世界が憧れる観光立国北海道」の実現を目指して、オール北海道の取り組みを行っている。

平成28年現在、北海道の外国人観光客数は約230万人で、平成12年の21万人から10倍以上に達しており、国内を含めた全体の観光客数としては5,466万人である。また、総観光消費額も推定1兆4,298億円で、北海道内のGDPに占める観光産業GDPは、金融・保険業や農業・水産業などを抜き6,230億円となっている。今後は、観光産業を北海道の一大産業としてさらに成長させていくため、地域の稼ぐ力を引き出すなど、観光地経営の視点に立った地域づくりを行う組織体制を整えることが求められている。

このような中、北海道観光振興機構は、平成29年11月28日、地域の観光資源を活用しながら地域と協同して観光地域づくりを行うかじ取り役として、広域連携DMOに登録された。組織は、総務部、地域支援事業部、誘客推進事業部の3部門で構成されており、広域連携DMO登録に伴って、データ収集・分析等の専門人材であるCMO（チーフ・マーケティング・オフィサー）の雇用は行っていない。

現在、北海道内の各観光協会等のマーケティング能力の向上のため、各種研修の開催や職員の派遣を行うとともに、地域交流ネットワーク会議を開催し、事例発表などを通して情報共有を図っている。また、平成30年3月に第3期中期事業計画を策定しており、①満足度の高い観光地づくり、②戦略的な誘客の促進、③組織力の強化の3本を柱として、同機構が持てる機能を十分に発揮できるように目標を明確に定め、北海道地域全体の観光振興の取り組みを実践していくこととしている。

今後の課題としては、観光客数の地域偏在や季節偏在を平準化すること、同機構の7割は出向職員で構成されているため、組織の自立を目指してプロパー職員としての人材をどう確保・育成していくかということ、同機構の運営費の大半は北海道からの補助金で賄われているため、自主財源をいかに確保していくかということなどが挙げられる。

## (2) 釧路観光コンベンション協会

### ア 地域連携DMOの取り組みについて

**釧路観光コンベンション協会**は、地域連携DMOに登録されており、これまでの観光コンベンション協会としての事業と地域連携DMOとしての事業を両立させながら釧路市の観光振興に取り組んでいる。

同協会が所在している釧路市は、根室市などとともに、さまざまな野鳥が生息し雄大な自然を体感できるエリアである。また、北海道の東側、いわゆる道東地域として、釧路・根室エリアのほかにも、大地の恩恵が豊かでさまざまな農作物に恵まれている十勝エリア、また、多様な生態系を支える流氷があるオホーツクエリアがあり、自然と一体となった観光名所が多く点在する。

釧路市域で見れば、市街地はシャッター街で空洞化しており、観光振興面では大変厳しい状況にあるが、年間を通して気温が低い利点を生かし、夏の間は「涼しい釧路」を売り文句に、避暑地として長期滞在型の観光を目指して誘客に取り組んでいる。また、あわせて道東地域の中では釧路市にホテルが集中していることから、道東地域の観光のかなめとして、釧路市を拠点に各観光地をめぐる観光スタイルの実現に向けて取り組みを進めている。

地域連携DMOとしては、これまで観光コンベンション協会として行政や道内の他の地域の観光協会等と連携をとってきていることから、今後も引き続き緊密な連携・協力体制を維持することとしている。また、組織では、北海道観光振興機構と同じくCMOは雇用していないものの、国及び市の予算で民間から2名の部門責任者を雇用しており、これまでとは違った視点で施策に取り組むことができている。今後は、行政区域にとらわれず、道東地域全体で発展していけるような取り組みを進めていくとしている。

今後の課題としては、民間から2名を雇用している国及び市の予算は2年間の時限的なものであることから、引き続き民間の視点を施策に取り入れていくための体制づくりを検討する必要があることなどが挙げられる。

### イ MICE事業について

**釧路観光コンベンション協会**は、釧路市のMICE施設である「釧路市観光国際交流センター」の指定管理者として、同センターの運営を行っている。

同センターは、昭和62年に策定された釧路フィッシャーメンズワーフ構想をもとに、総事業費31億6,000万円をかけて平成5年に建設された。施設の中で最も大きいホールは1,500名の収容が可能で、最大3分割することができる。ほかにも、63名収容可能な視聴覚室や30名用の研修室が3室、20名用の会議室が1室、6畳の和室が1室あり、比較的小規模なMICE施設である。施設面前には、11,000平方メートルのイベント広場が設けられ、近隣にはホテルや市民会館等があることから、それらをサテライト会場として最大限活用しながら会議等を受け入れている。

施設運営の主な収入は、指定管理料の約5,600万円となっている。主な支出は、施設維持管理費約3,400万円、人件費約2,000万円となっている。なお、施設利用料収入は年間2,000万円程度で推移しており、全額を市に納付している。

会議の誘致については、同協会が集中して引き受けており、ホールの稼働率については、6割前後で推移している。しかしながら、内容は、学会等の大きな会議というよりも、地域の祭りやイベントに使われることが多いのが現状である。

今後の課題としては、同センターが小規模なMICE施設であることから釧路市単体での大きな会議の招致が難しいこと、市内に医学系や工学系の大学がないため、大きな学会の誘致が難しいことなどが挙げられるため、北海道全体で大きな会議や学会を誘致し、釧路市としては、釧路湿原を初めとする大自然などをインセンティブツアーの対象として選んでもらえるよう積極的に売り込んでいくこととしている。

### (3) 釧路市（人口 173,305人）

#### ア 釧路市水産加工振興センターについて

釧路市は、近年の漁獲量の減少や漁業の担い手不足を背景として、釧路市水産加工振興センターが中心となって、高付加価値の加工品づくりや地場産品のブランド化に取り組んでいる。

同市の漁業は、昭和の時代までは130万トンを超える日本一の漁獲量を誇っていたが、近年は10分の1以下の10万トン前後で推移している。これまで同市の漁業を支えてきたサケ、サンマ、イカの3魚種も漁獲量が減っており、漁業者の収入も大幅に減少していることから、後継者不足が深刻で漁業者の高齢化も進んでいる。こういった状況を打開するため、これまでのように安価な地場産品を大量に市場に提供する「大量供給型」から、付加価値を高めて市場に提供する「高付加価値の加工品づくり」

を行うことが従前から求められていた。

この取り組みを進めるために、釧路市水産加工振興センターでは、①商品開発事業、②需要開拓事業、③人材養成事業、④水産加工業者へのサービス提供、⑤釧路水産加工振興協議会の運営を行い、高付加価値の商品づくりなどを行っている。特に、①商品開発事業については、毎年多くの新商品開発に取り組んでおり、これまで、サクラマスを食べやすい燻製チップにした「サクラマスチップ」、しその風味がサバの身までしみている「しそ風味シメサバ」、乳清（ホエー）を使ってまろやかに仕上げることでサバの独特の臭いを消した「ホエーサバ」などが商品化されている。また、地域独自の産品を差別化した取り組みと地域イメージを結びつけながら付加価値を高め、相乗効果を地域全体に波及させることで地域活性化につなげる地域ブランド化推進事業にも取り組んでいる。その中でも、現在特に力を入れているのは「釧路ししゃも」と「トキシラズ（サケの一種）」の地域ブランド化である。ししゃもについては、全国的には樺太ししゃもが流通しているが、釧路ししゃもは、「本ししゃも」とも言われ、日本固有の魚で、樺太ししゃもとは違う旨味を味わうことができる。また、サケといえば全国的には秋鮭が主流であるが、トキシラズは秋鮭と違い、卵を持っていないために栄養が身に残っており、サケの中でも高級品として取り扱われているものの、ほとんど市場に出回っていないため、認知度は低い状況である。これら2つを地域ブランド化し、積極的に情報発信等を行っている。

また、くしろプライド釧魚（せんぎょ）推進事業として、平成28年度、くしろプライド釧魚推進委員会を設立し、プライド釧魚（通称、プラ釧）を月ごとにPRするなどの取り組みを行っており、釧路の水産業発展のために今後も事業を推進していくこととしている。

今後の課題としては、新開発した加工品や地域ブランド品の知名度が低いことからPRにさらに力を入れていく必要があること、若年層の漁業者を育てる仕組みづくりが必要であることなどが挙げられる。