

北海道の観光戦略とインターネットの役割

たきうち
瀧内

ひろし
洋

Encouraging tour industry has become one of the most important subjects that all the local governments across the country are expected to achieve. Needless to say, there is no industry that can enjoy development without the aid of information technology represented by internet. Tourism promotion is no exception. In this report, I went over the tourism strategies of Hokkaido's local government to find out how the internet is playing its role in terms of industry promotion. Then, I tried to introduce the current situation of travel agencies in Japan as they are considered to have influential power over the market. As a conclusion, what the local government currently offers in their strategies does not fully cover the level and range of service/information that travel agencies require. Towards the end of the report, I looked into the possibility of better utilization of internet in tourism strategies of Hokkaido.

1 はじめに

1-1 観光振興における都道府県の役割

平成19年1月1日、観光基本法（昭和38年法律第107号）が全面的に改正された。その第4条によると、地方公共団体は、…観光立国の実現に関し、…自主的かつ主体的に、その地方公共団体の区域の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する、とある。

観光事業は、大別して、観光産業が行う経営事業と観光機関ならびに公的機関が行う公的事業の二つに分類される[末武、1984:56]が、そのうち、都道府県は、観光行政として上記に掲げた法の規定に基づき、地域の観光振興策をとりまとめ、推進する責務を負っている。

1-2 観光産業の重要性について

観光を基幹産業として位置づけている国は多い。日本も観光立国を宣言しており、その基本的な考え方は「住んでよし、訪れてよしの国づくり」（国土交通省ホームページ「国土交通省の観光政策」による）にある。

都道府県が観光立国を宣言しているのは、国の施策を受けているからのみならず、観光が、現在、重要な産業となっているから

である。平成18年度版観光白書によれば、平成16年度の日本における旅行消費額は24.5兆円、これによる生産波及効果は55.4兆円、雇用創出効果は475万人となっている。生産波及効果55.4兆円は、同年度の国内生産額949.1兆円の5.8%、また、雇用効果475万人は、同じく平成16年度の就業者数6,512万人の7.3%に相当する。なお、少しデータは古いがJNTO国際観光白書1999年版によると、1997年の全世界の観光産業の規模は、3兆4,610億ドルで、全世界の国内総生産の11.6%に達している。高齢化の急速な進展、人口の一極集中化（日本全体であれば東京へ、北海道に限れば札幌へ）、さらに一次、二次産業の衰退等による、地域の疲弊化に悩む自治体にとっては、観光振興は行政として当然の施策である。

1-3 公的機関が担当する地域観光事業について

上記のとおり、各都道府県には、当該地域の観光施策をとりまとめることが求められている。日本における観光の歴史を遡ると、国に観光を担当する部署ができた当時は、海外からの観光客の受入れが中心であり、その後もいわゆるテンミリオン計画に

見られるとおり、日本人の海外渡航客を増やす方向は大きく伸張したが、一方、国内地域観光については、国民に十分評価されているとは言えない。[北川、2001:11]

その中で、今般の観光基本法改正は、基本的施策の第一に国際競争力の高い魅力ある観光地の形成を掲げている。地域観光事業とは、「地域における観光振興の目標を充足させるため、地域への観光客にその機会や場を提供するものであり、それらは地域へ来訪する観光客を満足させるだけでなく、可能な限り地域社会においても、住民の日常生活を向上させるものであることが求められる。」「[北川、2001:11]

まさに、地域観光事業の発展こそ今般の法改正の目的に合致するものである。従来、地域観光事業の推進組織として活動してきたものは、各都道府県の観光連盟、各市町村の観光協会であり、その主たる事業は、観光宣伝活動、観光客の誘致促進、観光物産振興（全国各地での土産品販売事業の展開）、観光文化の振興、観光地の美化、観光思想の普及と啓蒙活動、観光資源の保護等ならびに観光施設等観光地の環境整備、観光事業に関する情報収集・情報提供、観光振興のためのイベント等の企画・実施、観光事業にかかわる接遇サービスの向上、

