



RESAS等を用いた  
東神楽町データ分析  
～町の現状把握と課題抽出～  
③観光振興編

2018年4月16日 東神楽町



# はじめに

- 町が未来に生き抜く政策を立案するためには、まずは、客観的視点に基づいて、我が町が置かれた現状を把握し、課題を抽出することが大切。
- そこで、様々なデータを収集し、東神楽町の現状を分析し、課題抽出を試みた。
- なお、データ分析には、主に、内閣官房が公表しているRESAS(地域経済分析システム)を活用している。

※特段、出典の記述がない図表はRESASを使用している。

# 東神楽町の観光分析①

●旭川空港には年間114万人が乗降する。すなわち、毎年57万人が東神楽の地を踏むことになる。旭川空港に乗った以上、必ず東神楽に来るとするのは強み。

※57万人はすべてが観光客じゃないという考え方もあるが、出張観光もあるし、単なる出張でもお土産は買う。

●東神楽町の観光入込客数は約25-30万人(減少傾向)。このうち、道外客は3万人。すなわち、57万人のうち約5%しか東神楽経済に寄与していない。東神楽町は、空港があるのに、観光客は道内ばかりで、旭川空港立地町の強みを生かしきれていない。

⇒今の東神楽には、道外の観光客を呼ぶイベントやコンテンツが少ない。道外客に魅力を感じてもらうイベントやコンテンツ(商品開発、スポット)をつくり、「脱・通りすがりの町」を目指すことが大切。

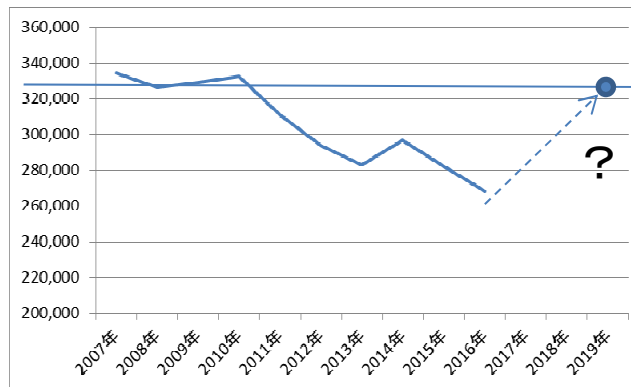
## 空港乗降客数ランキング

順位	空港名	国内線	国際線	合計
1	羽田空港	64,935,063	15,186,617	80,121,680
2	成田国際空港	7,004,576	29,574,269	36,578,845
3	関西国際空港	6,476,193	18,652,594	25,128,787
4	福岡空港	17,004,302	4,990,675	21,994,977
5	新千歳空港	18,732,019	2,579,899	21,311,918
6	那覇空港	16,744,343	2,927,503	19,671,846
7	大阪国際空港(伊丹)	14,923,678	0	14,923,678
8	中部国際空港	5,658,437	5,184,299	10,842,736
9	鹿児島空港	5,179,727	193,234	5,372,961
10	仙台空港	2,922,997	187,366	3,110,363
11	宮崎空港	2,980,213	94,575	3,074,788
12	熊本空港	2,941,421	45,265	2,986,686
13	長崎空港	2,942,489	24,932	2,967,421
14	松山空港	2,858,063	36,723	2,894,786
15	広島空港	2,533,441	318,073	2,851,514
16	神戸空港	2,695,934	233	2,696,167
17	石垣空港	2,383,518	38,011	2,421,529
18	高松空港	1,642,872	201,646	1,844,518
19	大分空港	1,746,223	66,416	1,812,639
20	函館空港	1,543,735	200,945	1,744,680
21	小松飛行場	1,518,103	187,217	1,705,320
22	宮古空港	1,527,768	2,528	1,530,296
23	岡山空港	1,244,479	192,642	1,437,121
24	高知空港(高知龍馬)	1,407,544	782	1,408,326
25	北九州空港	1,301,556	29,221	1,330,777
26	秋田空港	1,225,936	7,891	1,233,827
27	旭川空港	988,740	152,082	1,140,822
28	青森空港	1,029,961	42,593	1,072,554
29	徳島飛行場	1,059,292	136	1,059,428
30	新潟空港	878,249	114,899	993,148

※ 出典：国土交通省 東京航空局 空港利用状況概況集計表(確定値)  
国土交通省 大阪航空局 空港利用状況概況集計表(速報値)

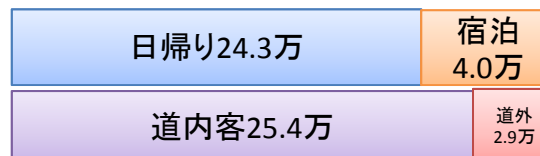
東神楽町は日本有数の交通の要衝地

## 東神楽町入込数の推移



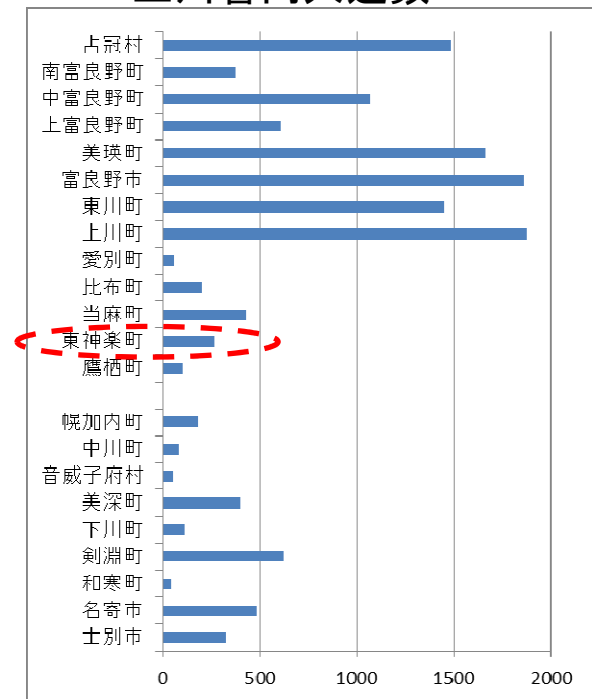
2019年までに32.6万人達成が目標なのに年々減少

## 東神楽町の観光客の内訳



東神楽は北海道外から観光客を呼び込めていない

## 上川管内入込数



隣接する美瑛、東川の約5分の1(おそらくは東神楽を通っているはずなのに)。

## 東神楽町の観光分析②

＜東神楽には観光の魅力はないのか？＞

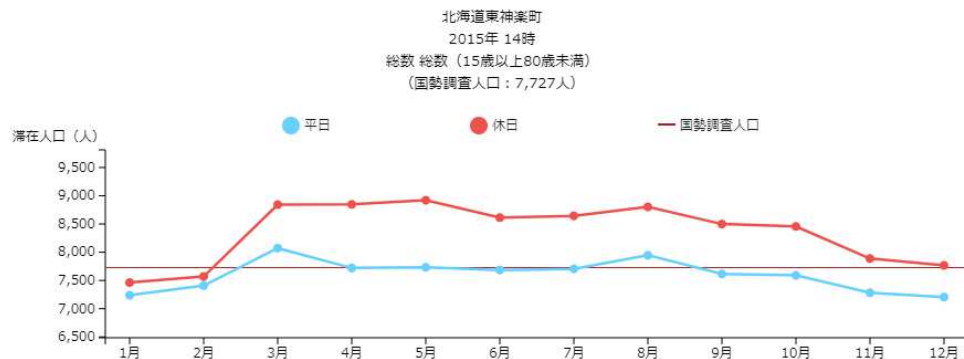
●東神楽町は、一年を通して、休日の方が滞在人口が多い。観光のため人口が流入している町である。

＜東神楽町はベッドタウンか？＞

●東神楽町は、「ベッドタウンだ」という指摘をよく聞くが、平日は昼間の方が滞在人口が多く、平日の昼間に空洞化しているわけではない。東神楽はベッドタウンだという指摘は必ずしも適切ではない。

●むしろ、休日に昼間は東神楽町に滞在しているのに、夜間は他の町で泊まっていることを意味する。夜間の滞在人口を増やす余力があることを示している。

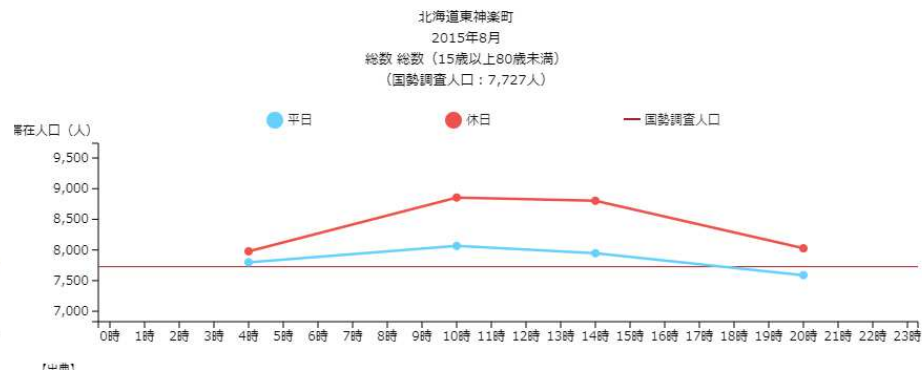
滞在人口の月別推移



●3-10月は人は来るが、冬季になると極端に人が来なくなる。

まちづくりマップ> 滞在人口率

滞在人口の時間別推移



●夜間よりも昼間の方が滞在人口が多い(理由は何であれ)。

まちづくりマップ> 滞在人口率

# 東神楽町の観光分析③

- 滞在人口（8月、休日、夜間）の95.8%は北海道民。東川や美瑛に比べてこの数字は低く、東神楽は北海道内にしか興味を持たれていないことを裏付けるデータ。
- 東川、美瑛、上川と比較すると、夜間の滞在人口の割合は低い（東川は町民が町外に出ていく人が多いだけで人が来ていないわけではない）。

滞在人口の地域別構成割合  
都道府県 → 市区町村

北海道東神楽町  
2016年8月 休日 20時  
総数 総数 (15歳以上80歳未満)

滞在人口合計：8,276人（滞在人口率：1.07倍）  
(国勢調査人口：7,727人)

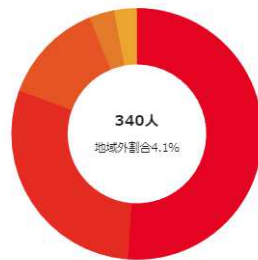
滞在人口 / 都道府県内



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

- 1位 北海道 7,936人 (100.0%)

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 東京都 174人 (51.1%)
- 2位 神奈川県 100人 (29.4%)
- 3位 千葉県 45人 (13.2%)
- 4位 埼玉県 11人 (3.2%)
- 5位 富城県 10人 (2.9%)

	滞在人口率(8月、休日、夜間)	北海道民の占める割合
東神楽町	1.07倍	95.8%
東川町	1.01倍(道外から来る人も多いが、外に出てしまう町民も多いことを意味している)	91.9%(道外からの呼び込みに成功)
美瑛町	1.11倍(来てもらえる町)	90.4%(道外からの呼び込みに成功)
鷹栖町	1.01倍	99.4%
当麻町	0.99倍	98.9%
比布町	1.10倍	98.5%
愛別町	1.07倍	100%
上川町	1.60倍(さすが観光先進自治体)	76.0%

まちづくりマップ>From-to分析(滞在人口)

# 東神楽町の観光分析④

- 検索件数によると、東神楽町の観光地は「花神楽」と「森林公園」と「大雪CC」の3本柱。
- しかし、隣の東川と比べると、いずれも観光地としての魅力は低いのが現状。

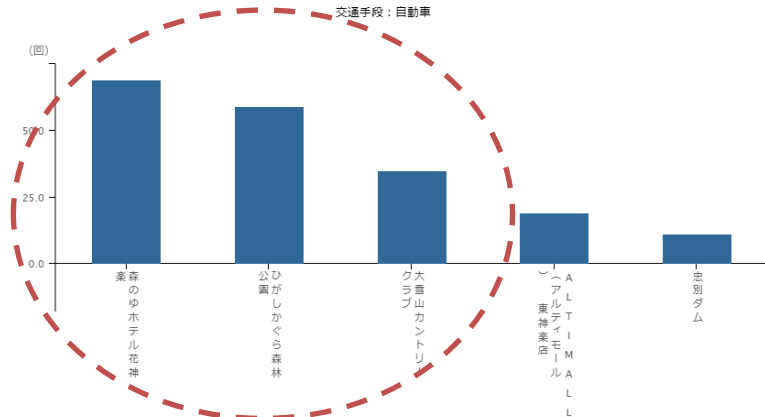
## 東神楽町の観光地検索件数

### 指定地域の目的地一覧

表示年月：2015年すべての期間（休日）

指定地域：北海道東神楽町

交通手段：自動車

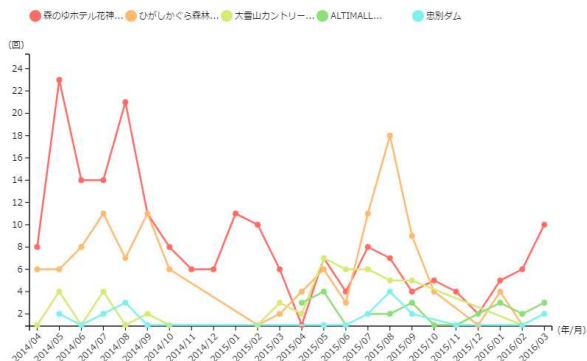


### 目的地検索ランキングの推移

表示年月：2014年4月～2016年3月（休日）

指定地域：北海道東神楽町、北海道東川町

交通手段：自動車



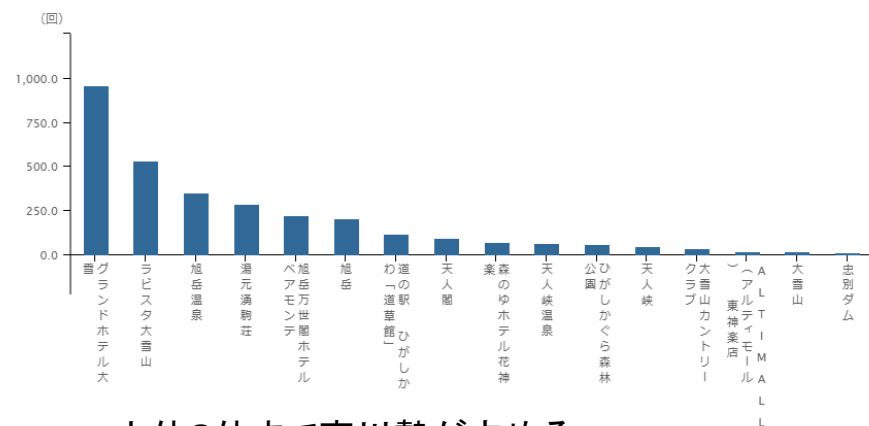
## 東神楽町、東神楽町の観光地検索件数

### 指定地域の目的地一覧

表示年月：2015年すべての期間（休日）

指定地域：北海道東神楽町、北海道東川町

交通手段：自動車



上位8位まで東川勢が占める。

観光マップ>国内>目的地分析

# 東神楽町の観光分析⑤

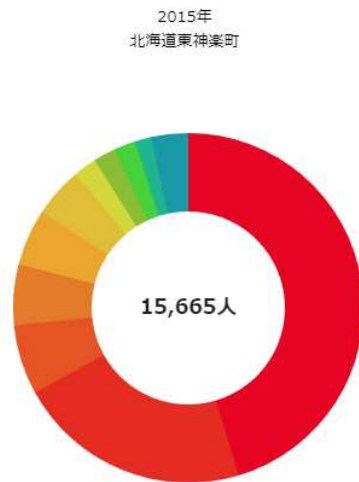
●花神楽の宿泊者は、道内が最も多い(45.3%)。関東圏(東京、千葉、埼玉、神奈川)が約38%。一方で、関西、中部、福岡を合わせても10%程度しかない。

⇒花神楽をPRするなら道内と関東圏が効果的(掘り起こしという意味では非関東圏に営業してすそ野を増やすという戦略もまたある。)

●宿泊者は、女性が多く、また、参加形態別にみても、家族、カップル、女性グループが多い。

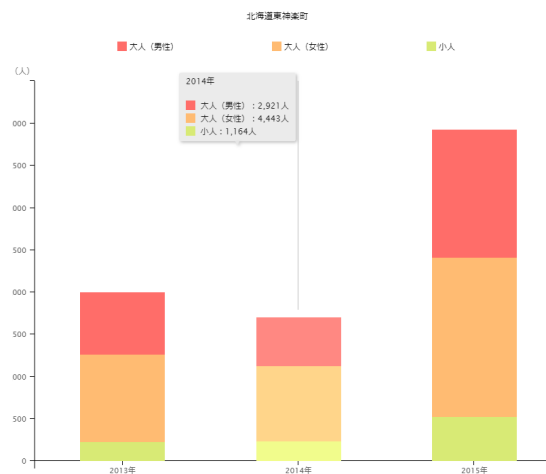
⇒花神楽は女性に愛されている傾向。女性をターゲットにコンテンツをつくるべき。

居住都道府県別の延べ宿泊者数(日本人)の構成割合

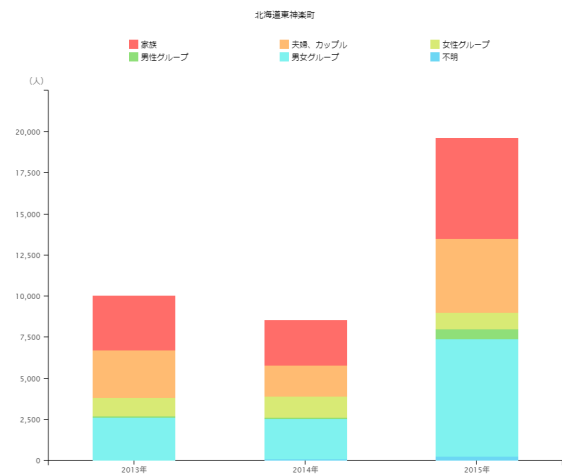


- 1位 北海道 7,102人 (45.33%)
- 2位 東京都 3,384人 (21.60%)
- 3位 千葉県 1,014人 (6.47%)
- 4位 愛知県 879人 (5.61%)
- 5位 埼玉県 819人 (5.22%)
- 6位 神奈川県 724人 (4.62%)
- 7位 福岡県 334人 (2.13%)
- 8位 静岡県 327人 (2.08%)
- 9位 兵庫県 308人 (1.96%)
- 10位 大阪府 238人 (1.51%)
- その他 536人 (3.42%)

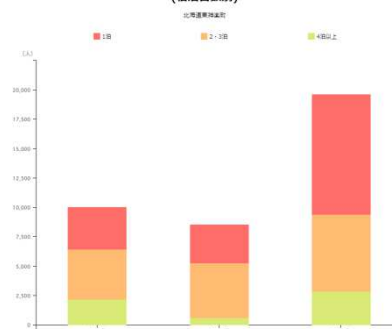
延べ宿泊者数(総数)の推移(性別)



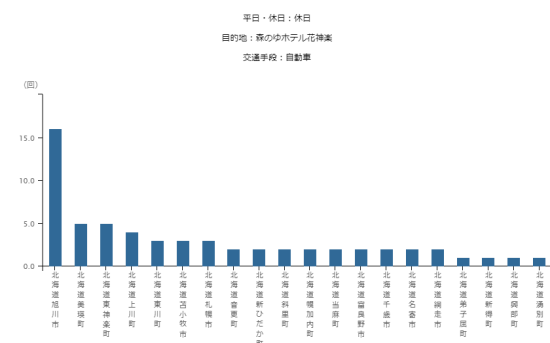
延べ宿泊者数(総数)の推移(参加形態別)



延べ宿泊者数(総数)の推移(宿泊日数別)



目的地への出発地一覧



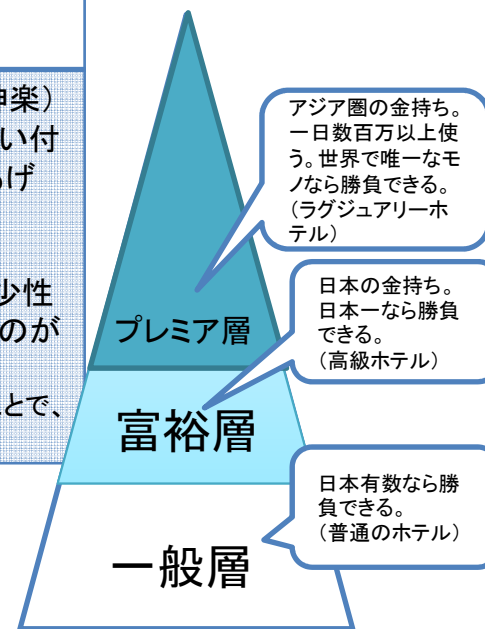
# 東神楽の戦い方

- 観光を考える上で大切なのは、①ターゲットをどこに定めるか、②いかに差別化を図るか。
- まず差別化を図るためには、東神楽の強み・特長と弱みを理解することが大切。
- 東神楽の強み(観光面)は、①農業が基幹産業、②空港所在地の2点。

## 農業の強みを生かす作戦とは・・・

- 東神楽の農産品の特長は、少量多品種でかつ、高品質。
- 少量多品種を売っていくためには、「バリエーションの豊かさ」を前面に出すことが大切。
- 望ましい戦略としては、「多品種の組み合わせ」で売ることと、「高品質×希少性で売ること」。
- したがって、アスパラ一本で行くのではなく、「組合せ」で打って出るべき。

「●量●品種」別戦略	多量	少量
多品種	<b>【バラマキ作戦】</b> ・物量に任せて多方面にPR ・てか何でもできる。 ・あらゆる層をターゲットにできるが、一般層をターゲットにできるのが強み。	<b>【集中投下作戦・プレミアム作戦】(東神楽)</b> ・一般層をターゲットにすると供給が追い付かない。供給が少ない場合は価格をあげて、需要を減らすのが得策。 ・ターゲットを絞って、重点的にPR ・多品種の組合せが有効。そこから希少性を醸成し、プレミアム、富裕層に売り込むのが得策 ※高く買う人にだけ、(少量でも)高く売ること、十分経済として成り立つ。
少品種	<b>【一本槍突撃作戦】</b> ・武器は一つなので、迷いようがない。とにかく特定の品種を全面的に売り出す。 ・ターゲットは幅広くできる。一般層から広げることが相対的に得策。	<b>【少量少品種】</b> ・苦しい。 ・とにかくストーリーを作って、唯一感、特別感を出すしかない。 ・もちろんターゲットを絞る





## ターゲットをどこに据えるか？

BUT!

○このように供給面から考えると、本来は「アジア圏のプレミアム層狙い」の戦略が望ましい。

○しかし、残念なことに、プレミアム層は旭川・美瑛・上川に来ない。

○なぜなら、彼らが泊まれるホテルが少ないから。プレミアム層を泊めるには、ハイクラスホテルやリゾートホテルではだめ。「ラグジュアリーホテル」でないといけない。

○いくらプレミアム層向けのコンテンツを作っても、ラグジュアリーホテルのある富良野、札幌、ニセコ等が拠点になるため、東神楽での長時間の滞在は期待薄。

○したがって、ターゲットはアジア圏のプレミアム層から少し下げて、「日本の富裕層」とするべき。そのうえで、日本の富裕層向けコンテンツで揃えることが大切。

## 大切なのは、地域連携と役割分担

○東神楽、美瑛、東川、上川、当麻・・・にすべて高級リゾート宿泊施設を作っても意味はない(バランスが悪い。宿泊施設があっても楽しめるところが少なくなってしまう。)

○すべての町に、高級イタリアン・フレンチのお店を作っても意味はない。

そのためにも

○各地域で、どこの客層をターゲットに呼び込むか、上川周辺地域で、共通見解をつくるべき。

○その上で、どの町、どの地区で何を整備するか、役割分担(泊まる場所、遊ぶ場所、見る場所、買う場所等)をと整理した方が限りある予算を効率的に投資できる。

(キャラかぶりを防げる。キャラかぶっていたら、パイの奪い合いになって共倒れ。)

※そもそも本州からの観光客から見たら今、自分がどこの自治体にいるかなんて気にしていない(北海道に行ってきたとしか思わない)のだから、周辺地域一帯で、盛り上げないといけない。どこの町もひとつの町でコンテンツをすべて揃える金はない。

# 脱・通りすがりの町に向けて

●ここまでの結論。東神楽町は、他の上川地域と連携し、日本の富裕層をターゲットにした観光戦略(商品開発、コンテンツ作り、イベント開催、広報)を立てるべき。

観光の稼ぎ方		今の東神楽のコンテンツ	向かうべき方針	優先度
食う	飲食店	ショッピングモール、そば屋、ラーメン店、アイス屋さん等。	飲食店を増やしPR。ただし、色をそろえるべき	○
寝る	宿泊	花神楽	増やしてPR。ただし、農泊、民泊では富裕層は呼べない。	△
遊ぶ	アクティビティ	大雪CC、森林公園	アクティビティコンテンツの増強が必要。	△
買う	お土産	あるけど売ってない	東神楽の少量多品種の農畜産物を組合せたお土産を開発すべき。またお土産を売る場所も必要。	○
見る	入場料	ない	美瑛その他の近隣地域が軒並み無料でやっているの、ここで金を取るのは至難の業。	×
動く	交通費	ある	既にできている。	×

●北海道に来る観光客はリピーターが多い。その意味では、もっと新しいものはないかという目で見ている。

⇒東神楽にとってはチャンス。

●北海道に来る観光客は飛行機が9割。東神楽に来る北海道外の観光客は、旭川空港か、新千歳空港から電車かレンタカーでというパターンがほとんどだろう。

⇒東神楽町にとってはチャンス

●「新たなコンテンツ」「組み合わせによる希少性」「買うところと食べるところを充実」指針として、観光に力を入れていくことが肝要。

## (参考)優先度の考え方

●観光の本来の目的は、③お金を使ってもらうこと。しかし、一般的には、そのために、まず、①関心を引き、②来てもらうというステップを経ないといけないと考え、客寄せパンダ的な観光スポットを作っている。

●もちろん、すべて対応するのが望ましいが、東神楽町の場合は、旭川空港が立地しているため、②は達成されている。このため、「①関心を引き」「②来てもらう」よりも、③カネを落とす仕組みに重点化・注力する方が即効性が高く効率的。

○観光とは何か？

①関心を引き



②来てもらう



③カネを落とす



客寄せパンダはいらない！

●入場料の取れない観光地を作っても、シンボル効果を除いて、効果はあまりない。むしろ、消費してもらう場所を用意することの方が大切。

※客寄せパンダ的な観光地を作って、成功しても、旭川空港の利用者が114万から120万ぐらいになるだけで、通りすがりの町はという本質構造は変わらない。

⇒まずは、費用対効果の高い「食う」、「買う」に注力すべき。その上で、「泊まる」「遊ぶ」にも取り組むべき。

## まとめ

●今の東神楽には、道外の観光客を呼ぶイベントやコンテンツが少ない。道外客に魅力を感じてもらいたいイベントやコンテンツ(商品開発、スポット)をつくり、「脱・通りすがりの町」を目指すことが大切。

●東神楽町は、一年を通して、休日の方が滞在人口が多い。観光のため人口が流入している町である。むしろ、昼間の方が滞在人口が多く、夜間の滞在人口を増やす余力がある。

●花神楽の宿泊者は、道内が最も多い(45.3%)が、関東圏(東京、千葉、埼玉、神奈川)が約38%。花神楽をPRするなら道内と関東圏が効果的。

●花神楽の宿泊者は、女性が多く、また、参加形態別にみても、家族、カップル、女性グループが多い。女性に愛されているため、女性をターゲットにコンテンツをつくるべき。

●東神楽町は、他の上川地域と連携し、日本の富裕層をターゲットにした観光戦略(商品開発、コンテンツ作り、イベント開催、広報)を立てるべき。

●「新たなコンテンツ」「組み合わせによる希少性」「買うところと食べるところを充実」指針として、観光に力を入れていくことが肝要。