

上富良野町観光振興計画

Tourism plan Kamifurano-Town

平成24年12月



あなたと創りたい
かみふらのの物語

はじめに



上富良野町は、昭和55年に日の出公園へラベンダーを植栽し、昭和56年に町花に制定したことからラベンダー観光が注目され、次第に観光入込客数が増加し、最盛期の平成13年には年間100万人を超えるまでになりましたが、その後の経済情勢の悪化等から旅行需要の停滞により、観光入込客数が年々減少し、また、他の観光地等との競合、団体旅行から個人旅行への旅行動態の変化などの要因も含め、現在では70万人を下回り、地域観光関連産業の衰退が懸念されるところであります。

このようなことから、今後において観光入込客数拡大を図り、安定した地域観光関連産業を確立することが急務であり、民間事業者、観光関連団体及び行政がより一体となった計画的な取り組み実践が求められていることから「上富良野町観光振興計画」を策定いたしました。

この計画は、「第5次上富良野町総合計画」の基本理念を原則とし、平成25年度から平成30年度までの6年間を計画期間として定め、町民、観光団体などあらゆる視点から観光を柱とした活力あるまちづくりを目指していくものです。

今後は、本計画が上富良野町の観光を推進する原動力として、町民との協働により事業が展開され、地域の活性化へと繋がっていくことを期待しています。

終わりに、本計画策定にあたり貴重なご意見をいただきました方々や、ご指導ご尽力を賜りました関係者の皆様に深く感謝を申し上げますとともに、今後とも町民の皆様のご支援、ご協力をよろしくお願いいたします。

平成24年12月

上富良野町長 向山 富夫

1章 上富良野町観光振興計画の目的

- 1. 観光振興計画の目的と位置付け 01
- 2. 上富良野町が進める観光地域づくり 03

2章 上富良野町観光を取り巻く現状と課題

- 1. 観光動向 07
- 2. 観光の現状と課題 08
- 3. 観光振興計画における重点テーマ 32

3章 上富良野町観光の将来ビジョン

- 1. 観光振興計画の基本コンセプト 35
- 2. 顧客ターゲットのイメージと目標設定 36
- 3. 観光振興計画の基本戦略 40

4章 目標実現に向けた戦略プラン

- 1. 観光振興計画の実施体制 41
- 2. 観光振興計画における行動計画 43

資料編

- 上富良野町観光振興計画策定経過表 69
- 上富良野町観光振興計画について(諮問・答申) 70
- 上富良野町観光開発審議会 委員名簿 71
- 上富良野町観光開発審議会条例 72

1章 上富良野町観光振興計画の目的

1. 観光振興計画の目的と位置付け

観光振興計画の目的

上富良野町は、大雪山国立公園十勝岳連峰麓に広がる富良野盆地北部に位置し、基幹産業である農業とともに、その農業景観が織りなす田園風景、十勝岳連峰を眺望できる雄大な山岳風景と温泉観光、町花ラベンダーなど多様な観光資源を有する観光のまちでもあります。

ラベンダー観光が注目されてから著しく観光入込客数が増加し、最盛期を迎える平成13年には年間100万人を超えるまでに至り、隣接する市町村とあわせた富良野・美瑛エリアが国内有数の観光地として広く認識されるまでになりました。

しかし経済情勢の悪化と旅行需要の停滞により、観光入込客数が年々減少し、また、観光地の競争化、団体旅行から個人旅行への旅行動態の変動などの要因も含め、現在では70万人を下回り、地域観光関連産業の衰退が懸念されるところであります。

このようなことから、今後において観光入込客数の維持、拡大を図り、安定した地域観光関連産業を確立することが急務であり、民間事業者、観光協会及び行政がより一体となった計画的な取組みが求められるものであります。

上富良野町では、観光事業者だけではなく町民との協働による観光地域づくりを進め、上富良野町の魅力の一層の向上と産業・地域社会の発展を実現するため、「上富良野町観光振興計画」を策定しました。

観光振興計画の位置付け

上富良野町観光振興計画は「第5次上富良野町総合計画（平成21年度～平成30年度までの10カ年）」の基本理念を原則とし、平成25年度から平成30年度までの6年間を計画期間として定めます。

観光振興計画では6年後の最終目標のほか、3年後の中途段階で数値目標を設定します。観光振興計画策定後、計画に従い具体的な観光地域づくりの取組みを進めますが、中途段階で成果の検証を行い、目標達成に向けた取組み課題の整理と課題を踏まえた新たな取組みを行います。また必要に応じて目標数値の見直しも行います。

観光振興計画の位置付け

第5次上富良野町総合計画(平成21年度～平成30年度)

四季彩のまち・かみふらの ～風土に映える暮らしのデザイン～

まちづくりの基本方針

時代を的確に捉える取り組み

情報発信・受信・共有の取り組み

協働によるまちづくり運営

町民満足度重視の取り組み

達成目標

人や地域とつながりのある暮らし

穏やかに安心して過ごせる暮らし

快適で楽しく潤いのある暮らし

地域の宝を守り・育み・活用できる暮らし

誇りと責任・役割を分かちあえる暮らし

上富良野町観光振興計画

観光を通じて総合計画の目標達成につなげる！

2. 上富良野町が進める観光地域づくり

観光振興計画で捉える観光の考え方

昨今にかけての観光の動向

- 消費者の価値観の多様化に伴い、時間とお金の使い方も一層個性的な傾向が強くなっていると言われています。これまでの観光は、団体旅行を中心にした物見遊山の要素が強かったのですが、こうした消費者の意識の変化や情報化の進展などに伴い、近年にかけて、個人・小グループ型による価値追求型の観光への関心が高まっています。
- 北海道においてもリピーター率の高まりとともに、差別化に向け旅行者の価値観にあった個性を備えるべく、改めて地域固有の資源を活用した観光商品の開発に注力する地域が増加しています。

観光は地域資源をお金に変える有力なツール

- 観光を「人々の価値観を充足させるための時間とお金の使い方」のあり方の一つと捉えれば、決してそれは宿泊滞在型に限定されるものではなく、日帰り型であっても観光客に継続的に満足を与えられるのであれば、魅力的な観光地として位置付けることが可能であると考えます。
- 昨今地域固有の資源に着目した観光のあり方が注目されていますが、この資源は「温泉」や「旅館」ばかりではありません。重要なことは、地域資源をお金に変える、あるいは地域資源をより多くの人に知ってもらう発想です。地域の一次産業を有効に活用した加工品やレシピ、体験型・ふれあい型のプランに、多くのお金を払ってくれる仕組みを考えることが観光振興につながります。
- 観光は「地域資源をお金に変える」「地域資源をより知ってもらう」ための有力なツールであり、その意味では観光振興は地域振興にそのままつながる概念です。

観光振興により大きな経済効果が生まれる

- 観光のもたらす効果として、地域への経済効果があげられます。観光は裾野が広く、宿泊業者や農業者、加工業者、飲食店、土産品等小売店、交通事業者など様々な産業が関わりを持っている点で大きな特徴があります。
- 例えば農家が農業体験のような形で観光客を受け入れる、地域の特産品を観光客が買う、美術館に訪れる、地域の飲食店で上富良野ならではの素材を使用した昼食をとる、観光客がタクシーを使って町内の観光施設へ訪問する、景勝地スポットの自動販売機で観光客が飲み物を買うなどは全て観光の一環と捉えることができます。
- さらに、このように観光客が使ったお金は事業者の売上・利益となり、従業員などに分配され、従業員は地元の小売店や飲食店で新しい消費につながります。例えば平成 23 年度の上富良野町の観光客入込数は約 65 万人となっていますが、もしこの 65 万人が町内で消費する金額が平均 100 円向上するだけで、6,500 万円が直接地域におとされることになり、さらに 6,500 万円が地域で循環することにより億円単位の経済効果をもたらすこととなります。このように観光客が地域で使ったお金が地域で循環することで、大きな経済波及効果を生み出します。

町民との協働で観光地域づくりを進めます

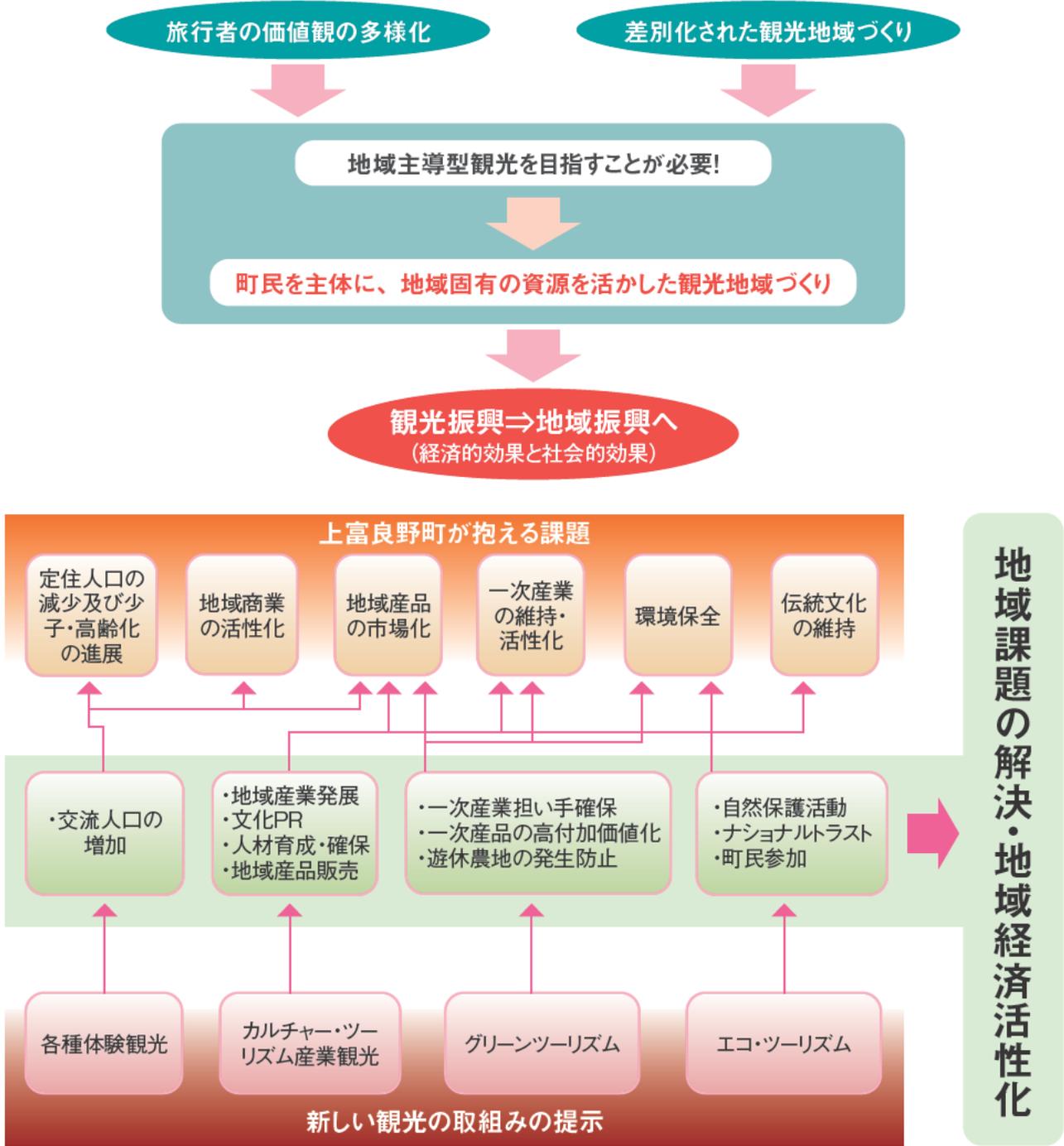
これから目指すべき観光のスタイルは町民を主役とした「地域主導型観光」

- 今後目指すべき観光のあり方として「地域主導型観光」が重要と考えています。地域主導型観光とは、地域のビジョンに基づき、地域関係者が主導的に意思決定しながら推進する観光であり、自然環境や地域文化、町民の誇りの醸成や意欲の喚起など地域づくりなども含まれている概念です。
- 地域主導型観光においては、魅力ある地域資源を観光資源として有機的に活用し、集客につなげていくプロセスを踏みますが、そこでは町民の役割が重要になります。既存の観光関連施設を除くと、地域のイベントや祭り、自然や固有の産業、特産品などの地域資源は、そのままでは観光とは一見関係が薄く捉えられがちですが、これら資源のもつ意味を町民が改めて理解し、外に発信することで観光につながってきます。また、地域主導型観光においては、ツアー企画や旅行商品化、催行、情報発信などにおいても地域主導で旅行会社など専門機関との関係構築を図る発想が重要と考えています。
- こうした観光に活用できる地域資源の発掘と評価、情報発信のプロセスで多様な町民のかかわりが必要となりますが、この過程において地域に対するアイデンティティや郷土愛の醸成といった地域づくりにもつながってきます。(また、一方でこうした地域主導型観光の推進による旅行者との相互作用により、町民による地域資源のもつ価値の再評価から新たな観光商品の開発につながることも考えられます。)

地域振興の観点から観光振興を行うことが必要(町民と共有化できる観光振興計画の構築)

- 地域主導型観光はこのようにプレイヤーとして町民の役割が大きくなります。観光振興の手法は多様であると考えられますが、地域の資源に着目した町民主導による「地域主導型観光」は地域振興の点でも大きな意味を持っていると考えます。
- 観光振興は地域振興の発想から実施することが重要であると認識しており、地域主導型観光を目指すことがその近道であると認識しています。そこでは町民と共有化できる計画の構築と、計画の具体化に向けた地域資源・町民をキーワードにした展開が重要と考えます。
- 地域主導型観光を効果的に推進することで、中長期的には中心市街地活性化や一次産業の維持・活性化、移住者の増加など町が抱える諸課題の解決にも貢献すると考えます。

観光地域づくりの仕組みとプロセス



上記のような観光の取組みを積み上げることで上富良野町の課題の解決、地域の経済循環が高まることで地域経済の活性化につながる！

2章 上富良野町観光を取り巻く現状と課題

1. 観光動向

旅行形態が、個人・グループ化

わが国の経済低迷による企業の財務体制の弱体化と国民の価値観やライフスタイルの変化等により、会社の慰安旅行などの団体旅行が減少し、家族や友人・知人等と出かける個人・小グループ旅行が増加しています。また、インターネット・フェイスブック・ブログ等により観光情報の入手も容易になり、パッケージ商品ではなく、個人の好みや興味・関心にあわせた行動をとることができるようになったため、観光地は多様性だけではなく、個人のニーズに合致した個性的な取組みが求められるようになっていきます。

「安・近・短」及び「安・遠・短」の旅行も増加

バブル経済後、「安く、近場で、短時間・短期間で」といった低価格で居住地から近距離の観光地を訪問する短期滞在の旅行が主流になっていました。しかし、その後、インターネット等による低価格商品の販売や航空運賃の自由化等による低価格の旅行が造成され、従来の「安・近・短」に加えて、道外やアジア近隣諸国からの「安・遠・短」の旅行も増えつつあります。

体験型観光等旅行ニーズが多様化

近年は、大量輸送・大量消費型の観光から、グリーンツーリズムやエコツーリズム、都市散策といった新しい観光が注目されています。最近のこうした新しい観光の特徴は、地域自体が観光資源であるという考え方のもと、伝統文化、歴史的街並み、自然、地場伝統工芸等地域独自の資源を観光資源と捉えるところに特徴があります。また、農山村での体験を通じて地元の方々との交流や農業体験等を通じた体験型メニューへの注目が高まっています。

地域間競争の激化

これまではメジャーな観光地であれば一定の観光客の入込みが見込めましたが、日本人全体の観光ニーズが多様化する中で、価値追求型・目的追求型の観光が主流になるとともに、多くの地域が特色のある観光戦略を展開しており、結果として地域間競争が激化している状況にあります。

2. 観光の現状と課題

(1) 町内観光関連施設の現状・課題整理

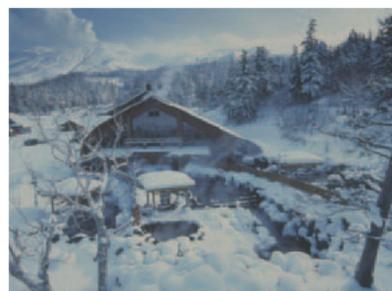
① 十勝岳温泉郷(温泉・宿泊施設等)

十勝岳温泉郷には優れた泉質の温泉が豊富であり、温泉や山岳景観を売りにした旅館もあり、夏場は特に十勝岳連峰への登山を目的とした方々を含めた観光客で賑わいます。

しかしながら10月の紅葉のシーズンの終了後、翌年の花観光の時期まで観光客の利用は少なく、この期間の利用客の獲得が課題となっています。

札幌まで送迎バスを走らせている宿泊施設もありますが、こうした取組みは限定的で、まだ十勝岳温泉郷の宿泊施設全体の取組みには至っていません。

今後は個々の温泉宿泊施設の一層のレベルアップに加えて、温泉と宿泊にプラスした観光メニューの開発と提供や観光客の獲得に向けた施設同士の連携による取組みなどが期待されます。



② 宿泊施設

町内には、十勝岳の温泉宿泊施設のほかにペンションや客室からの展望のよいホテルなど魅力的な宿泊施設が多数存在します。

これら施設は食事やサービスに工夫を凝らし、固定客を多く有していますが、秋から春にかけての時期の集客に課題を抱えているところが多くなっています。

各施設はそれぞれ独自に集客に向けた取組みを行っていますが、十勝岳温泉郷の宿泊施設と同様に、今後は特に秋から春の時期にかけての集客アップに向けた事業者の連携による対応が期待されます。



③ 花・ラベンダー関連

上富良野町を含めて富良野から美瑛にかけてのエリアは、ラベンダーを中心にした「花を巡る観光地」としてのブランドが既に確立しています。

上富良野町は「ラベンダー発祥の地」でもあり、ラベンダーを中心に「花」を売りとした施設やスポットが多数存在しており、とくに7月～8月にかけては数多くの観光客が訪れます。

しかしながら、隣接する地域においてもラベンダーを含めた「花」資源を特色とした観光施設が存在しており、競争が激しい状況です。

例えば「フラワーランドかみふらの」はかつて入園料を徴収していましたが、こうした競争なども背景にあり現在は、トラクターバスへの乗車を除き入園は無料となっています。

上富良野町には隣接する地域には決して負けない質の花・ラベンダー資源がありつつも、美瑛町や中富良野町と比べ観光客の集客に苦戦している状況であり、今後新たな対策が必要と考えられます。



④ 歴史・芸術・文化

町内には、現代日本画壇を代表する画家、後藤純男画伯の作品を展示した「後藤純男美術館」や、地域の農業の特色と歴史が分かる「土の館」、さらに町の歴史を伝える「上富良野町郷土館」、上富良野町を活動拠点とする写真家のギャラリーなど歴史や芸術に関連した施設が充実しています。

後藤純男美術館は団体ツアーの受入れを7月から10月にかけて行っており、個人客の受入れを含めてこの時期は多くの人が訪れます。

一方で「土の館」は北海道遺産にも認定されていますが、観光客の訪問は夏場でもそれほど多くなく、「上富良野町郷土館」にはシーズンを通じて観光客が訪れることはあまりありません。

こうした地域の資源は観光客の認知度も決して高くなく、今後は「観光客を呼び込む」視点からの対応が期待されます。



⑤ 公園・遊園地等

観光客が訪れる公園や遊園地として上富良野町内には「日の出公園」「見晴台公園」「深山峠アートパーク」などがあります。

日の出公園にはオートキャンプ場が併設されているほか、さらに花畑が整備されています。

夏場は地元客のほか観光客も多く訪れます。今後は花の一層の充実を図るためラベンダーの苗を入れ替える予定のほか、丘の上にも駐車場を整備し、車で移動ができるような対応が検討されています。

また、見晴台公園には観光案内所が設置されていますが、観光客にとって場所が分かりづらいことが課題となっています。

深山峠アートパークは「トリックアート美術館」や観覧車、物産館や飲食施設もあり多数の観光客が訪れます。ここはかつては通年で営業していましたが、今は冬場はクローズとなっています。



⑥ アウトドア・体験

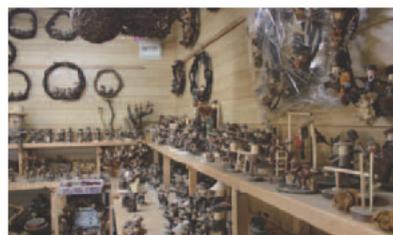
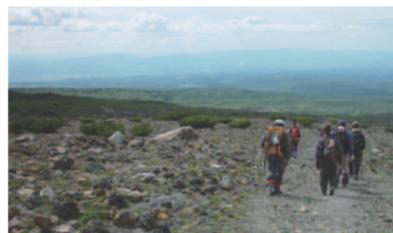
十勝岳連峰は登山客から特に人気があり、山開き後は全国から登山客が十勝岳を訪れます。

また十勝岳連峰は冬は良質のパウダースノーに覆われ、近年ではスキー・スノーボード客も増えつつあり、特にオーストラリアからの観光客が多く訪れるのが特徴の一つとなっています。

さらに町内には、ガラスや陶芸などの工芸品づくり体験ができる施設があるほか、限定的ではありますが農業・加工の体験などグリーンツーリズムを実践する事業者も存在します。

近年では、地域のフットパスの取組みも注目されており、このように様々なアウトドア・体験観光の動きが定着あるいは成長しつつあります。

今後は観光客に向けた情報発信に加え、集客の向上に向けこうしたアウトドア・体験の資源を活かした、新しい観光の取組みが期待されます。



⑦ 食べる

上富良野町は豚サガリ発祥の地といわれており、養豚も盛んです。「かみふらのポーク」の名称で様々な利用がこれまでなされており、カレーは「かみふらの豊味豚カレー」として上富良野町内の温泉宿泊施設などで提供されています。人気の焼肉店も多く地元客のほか観光客の利用も増えています。

また、豊かな農作物を活かしたファームレストランやハンモックに寝そべりながら自然景観を満喫できるカフェ、北海道ミシュランガイドで認定された飲食店など、「食」にかかわる資源は極めて豊富です。

しかしながら、夏場の花観光の時期は多くの観光客が訪れるものの、秋から春にかけては利用も少なくなり、また観光客への地域の食資源に関する情報が浸透しているとはいえ、今後は観光客への認知度を高めるとともに、秋から春の観光オフシーズンの集客の対策が求められます。



⑧ 景勝スポット

町内には魅力的な景勝スポットが数多く存在しています。

平成11年には町民から、お勧めの景勝スポットをお知らせいただき「かみふらの八景」としてお勧めのポイントを整理しました。

町内にはこの「かみふらの八景」以外にも数多くの魅力的な景勝スポットがありますが、観光客の認知度が決して高くないものが多く、今後はインターネットや観光パンフレットの中で価値を伝えていくとともに、観光客が立ち寄りやすい誘導や駐車場の整備などハード面の対応も必要です。



⑨ イベント

現在、「かみふらの雪まつり(2月)」「十勝岳山開き(6月)」「花と炎の四季彩まつり(7月)」「十勝岳紅葉まつり(10月)」「北の大文字(年末)」などのイベントが行われています。

各イベントともに、地元客に加えて観光客も数多く訪れますが、近年各イベントの内容がやや固定しており、新しい企画を期待する声も聞かれます。



⑩ その他

その他、施設の釣り堀で釣ったニジマスやヤマメなどを食べさせてくれる飲食店や、自衛隊、天文台、長大な十勝岳噴火防災施設群などこれまで直接観光とは結びつきがないものの、今後は観光との融合により新たな観光プログラムの展開が期待できる資源が多数あります。

多くは町民との関わりが多いものですが、観光に関わる資源の一つと捉えこれから目指す上富良野町の新しい観光との接点を今後見出すことが必要と考えます。

※写真提供はいずれも「一般社団法人 かみふらの十勝岳観光協会」

(2) 統計資料からみた現状・課題整理

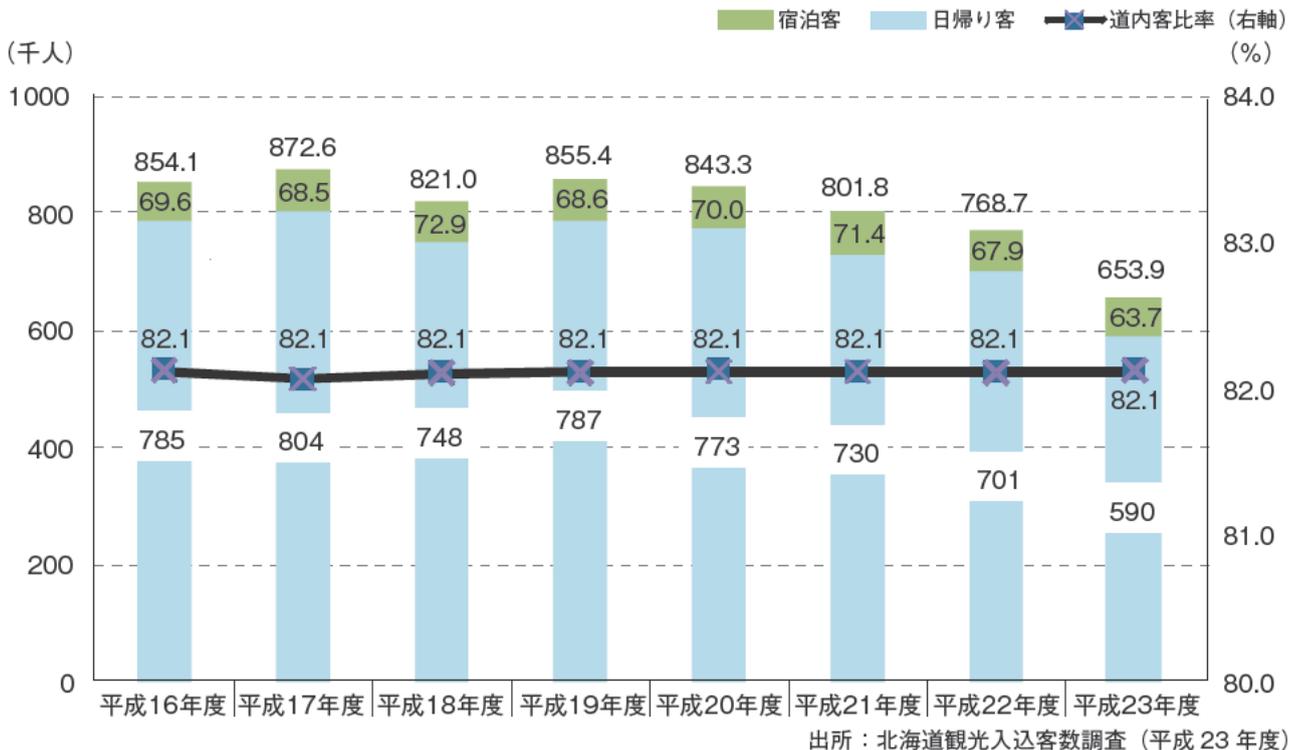
北海道の観光入込客数調査報告書によると、上富良野町の近年にかけての観光客入込は概ね80万人台で推移していますが、近年にかけて減少傾向にあり、平成23年度は70万人を下回りました。

また、観光客の多くは日帰り客であり道内客のウエートが高くなっています。さらに近年にかけては外国人の観光客も増加傾向にありましたが、平成23年度は東日本大震災の影響等もあり減少しました。各月ごとの観光客の入込状況を見ると、夏場(7月、8月)に集中しており、冬場のイベントなどはあるものの11月から4月にかけて観光客入込が少なくなっています。上富良野町で行われているイベントごとの集客数においても、夏に行われる「花と炎の四季彩まつり」が突出しています。

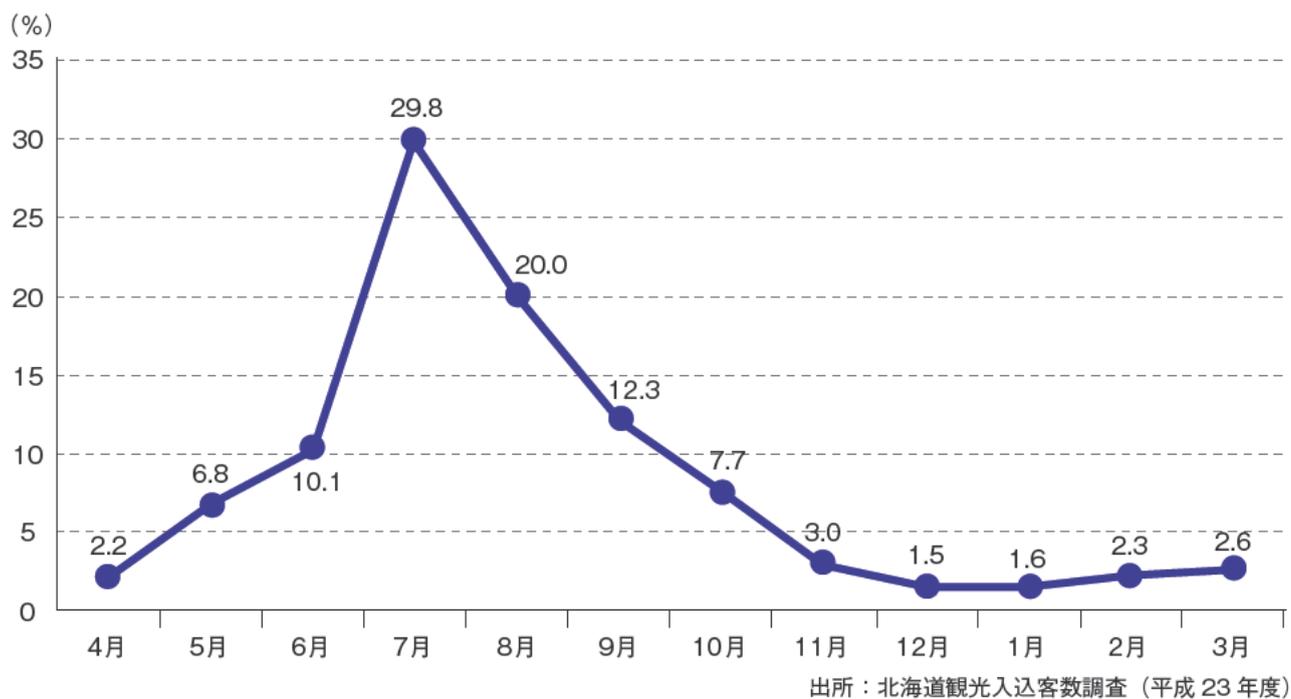
この時期はラベンダーに代表される花観光の最盛期でもあり、来訪者の多くが花観光を目的としていると考えられます。

上富良野町は「花」、「温泉」、「芸術」、「登山」など多くの観光資源を有していますが、観光の現状は道内客を中心に夏場の観光に大きく依存していることが大きな特徴です。

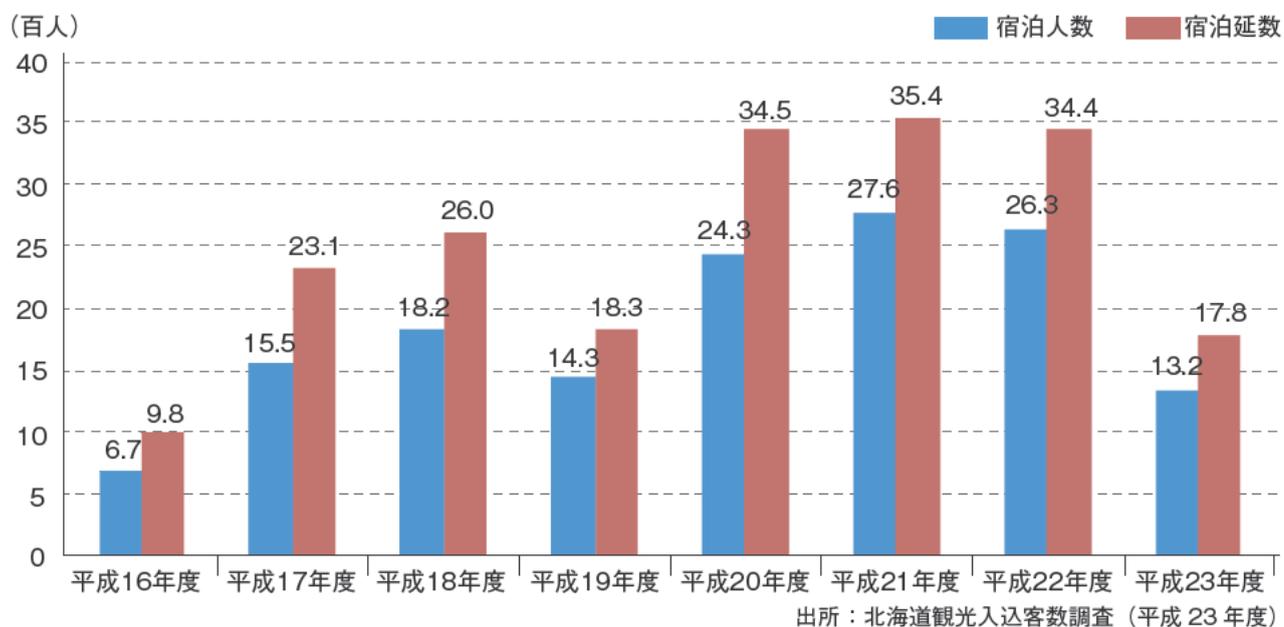
図表1 年次別観光客入込動向(宿泊・日帰り客別)・道内客比率の推移



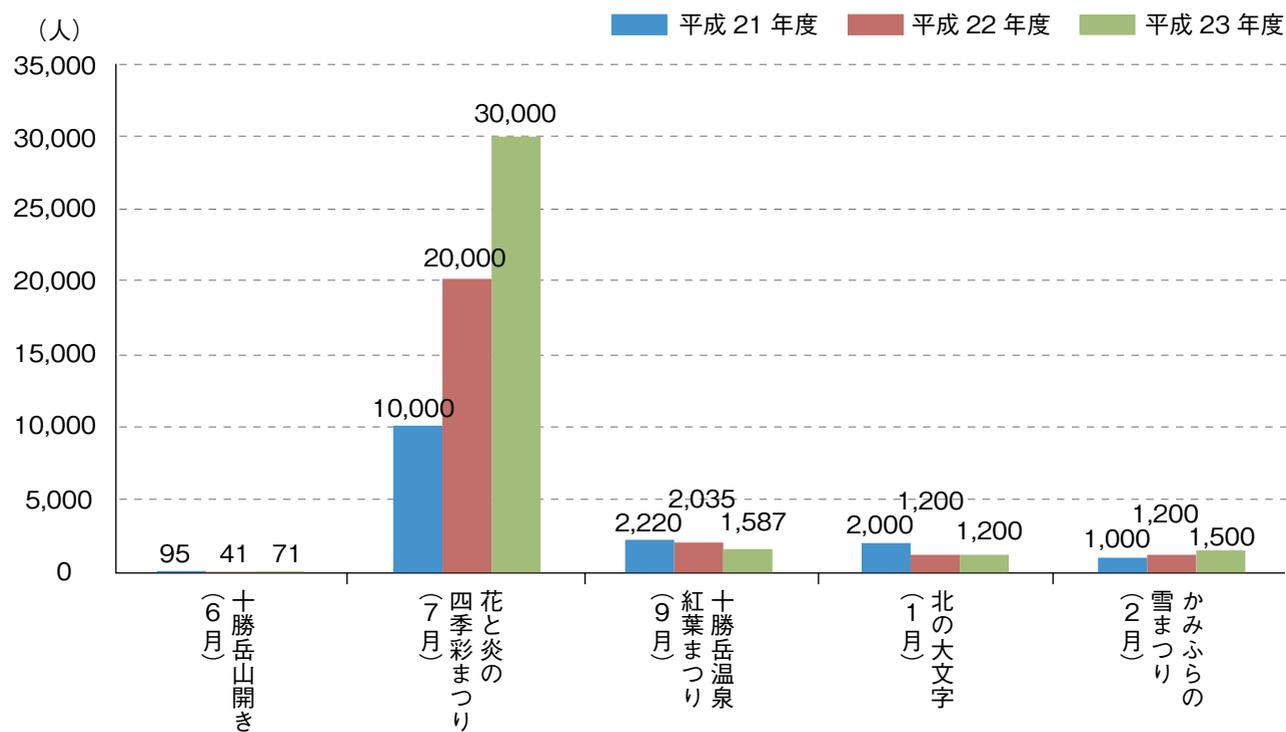
図表2 月別観光客入込比率(平成23年度)



図表3 年次別外国人観光客入込動向



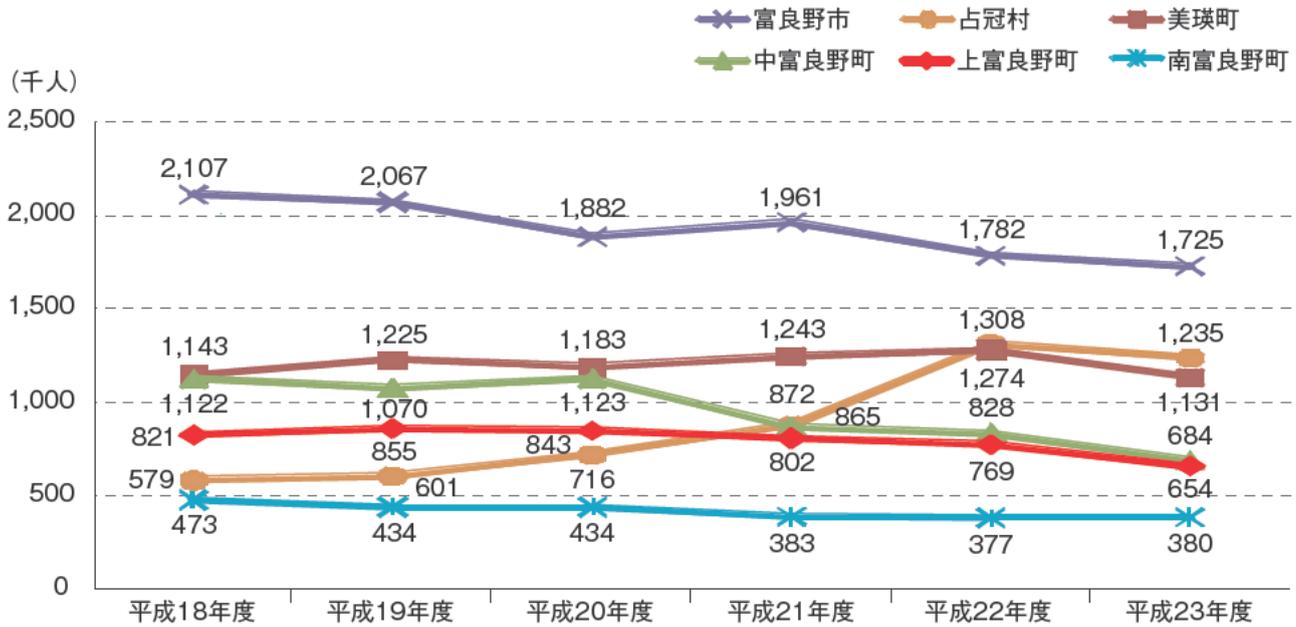
図表4 イベントへの参加人数



出所：上富良野町

富良野圏域(富良野・美瑛エリア)と観光客の入込を比較すると、上富良野町は富良野市や美瑛町と比べ、観光客の入込数が少なく、富良野～美瑛エリアの中では観光客取り込みの余地は十分大きいものと考えられます。

図表5 富良野・美瑛エリアの観光客入込数の推移の比較



出所：北海道観光入込客数調査（平成23年度）

(3) アンケート調査結果からの現状・課題整理

上富良野町観光振興計画の策定にあたり、町民及び観光施設・スポットを訪れた観光客と宿泊客を対象としたアンケート調査を実施しました。

調査の概要及びアンケート結果は以下のとおりです。

① 町民を対象としたアンケート結果

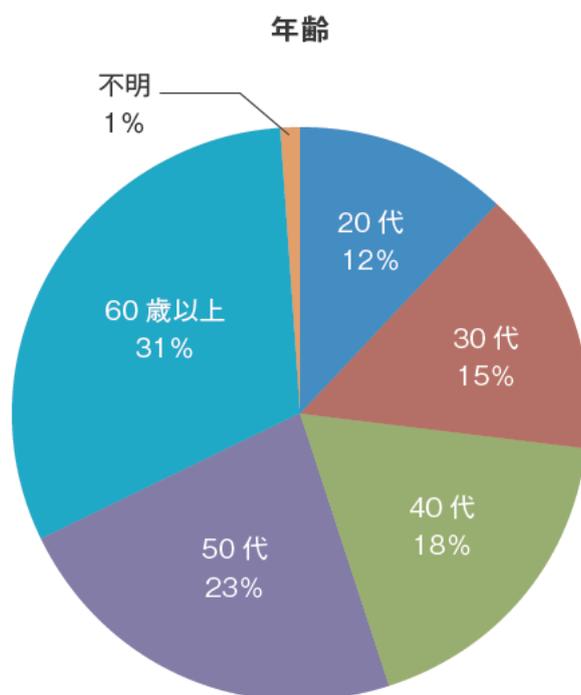
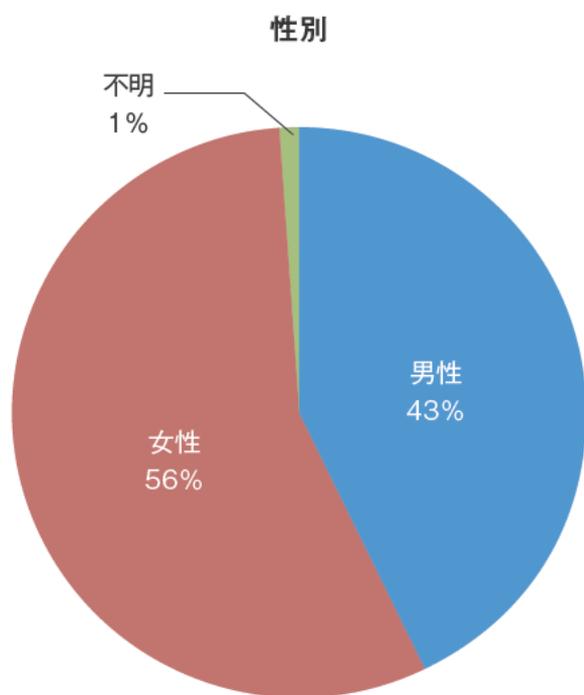
【調査の概要】

調査時期：平成24年6月中旬～下旬

調査方法：住民基本台帳から抽出の町民600人を対象に郵送方式でアンケート調査を実施

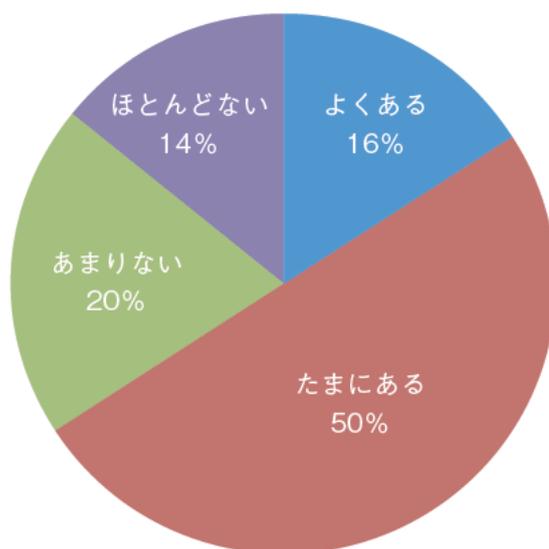
回収数：182件(回収率30.3%)

《回答者属性》

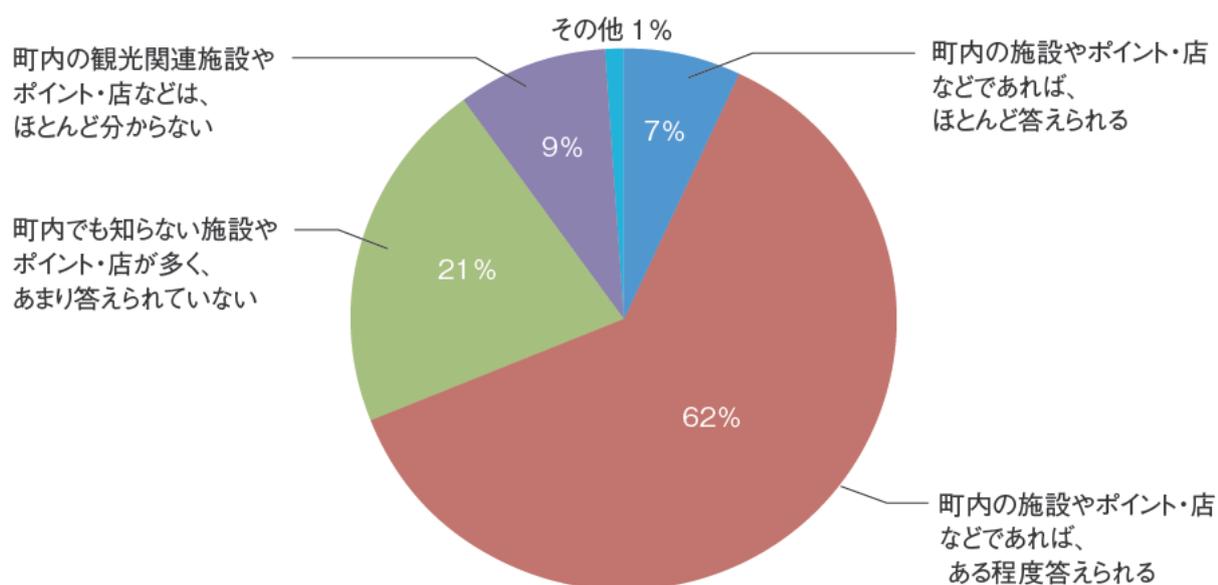


観光客から地域の観光資源について尋ねられることがあるものの、観光関連施設やポイント・店などを十分回答できていない回答が3割近くに達しており、上富良野町を訪れる観光客への丁寧な対応ができていない可能性がある。

観光客から地域の観光資源について尋ねられることがあるか

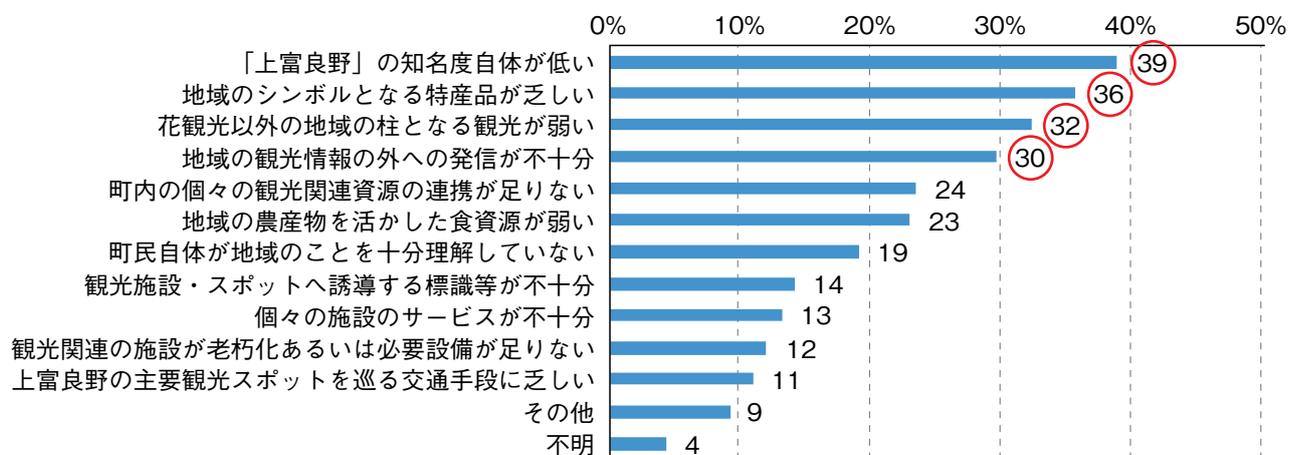


観光客から尋ねられたことにどの程度答えられるか



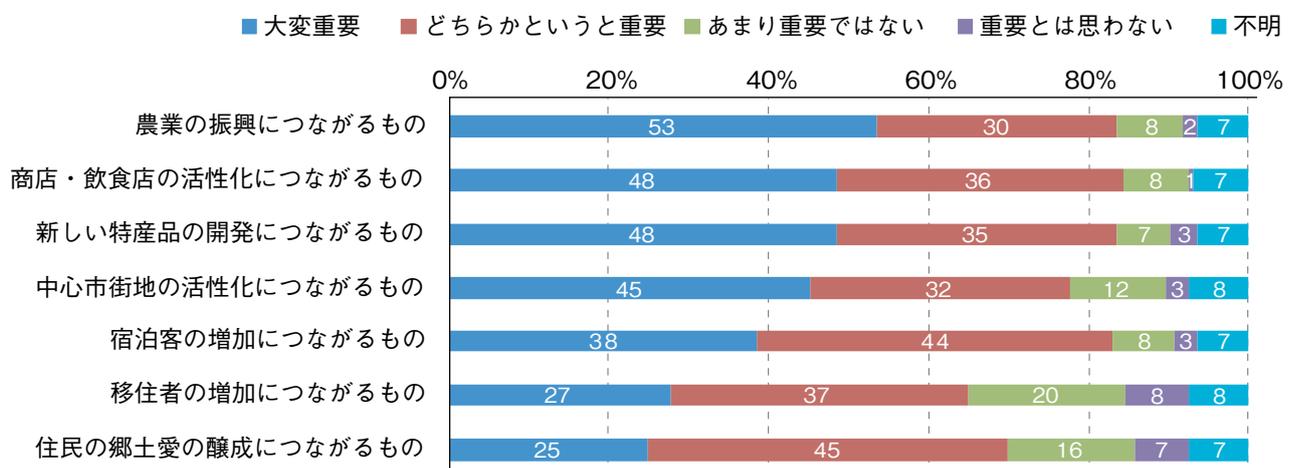
上富良野町観光における課題として「『上富良野』の知名度自体が低い」「地域のシンボルとなる特産品が乏しい」「花観光以外の地域の柱となる観光が弱い」「地域の観光情報の外への発信が不十分」などが多く認識されており、「上富良野」の認知度向上につながる情報発信と情報発信の中身となる素材が必要と考えられる。

上富良野町観光における課題



観光振興計画を進める上で「農業の振興」「活性化」「商店・飲食店の活性化」「新しい特産品の開発」などが大変重要と認識されており、観光振興計画における取組みテーマに盛り込む必要があると考えられる。

観光振興計画を進めるうえで重視したい事柄 (n=182)



②町内の観光スポットを訪れた観光客を対象としたアンケート結果

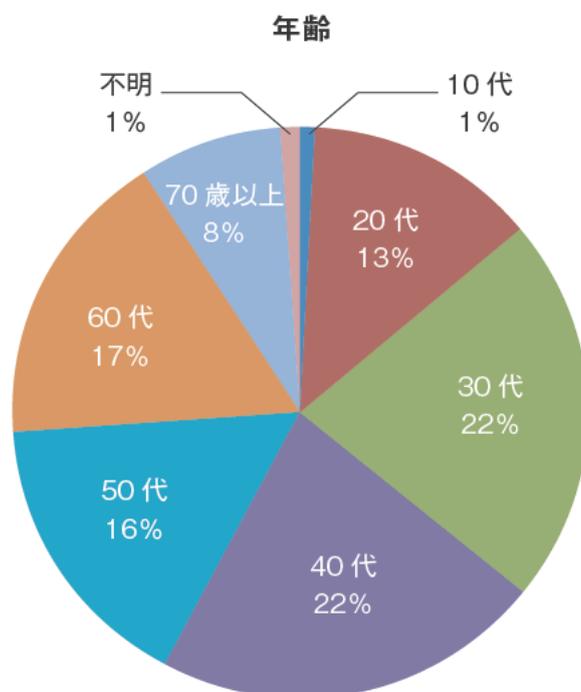
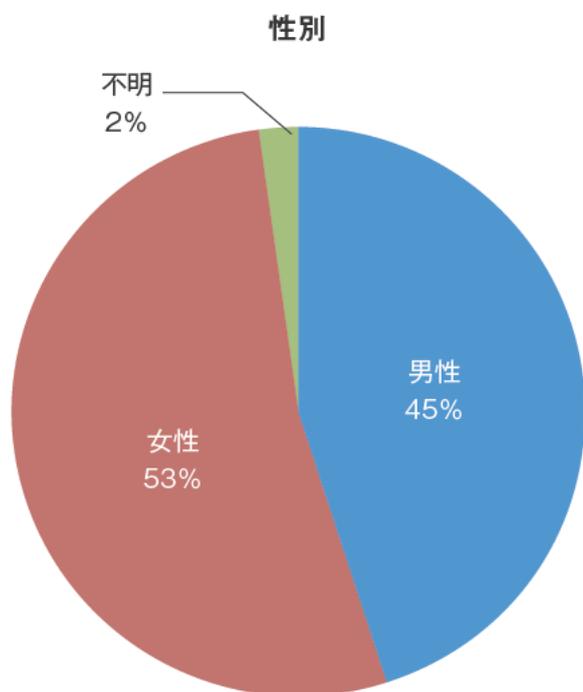
【調査の概要】

調査時期:平成24年7月下旬～8月上旬

調査方法:町内の主要観光施設・スポットにて、観光客を対象に対面アンケート調査を実施

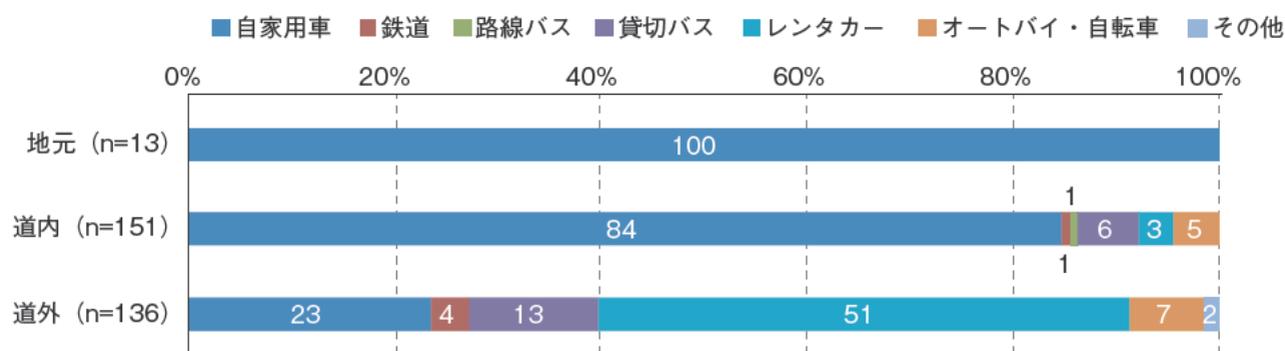
回収数:300件

《回答者属性》

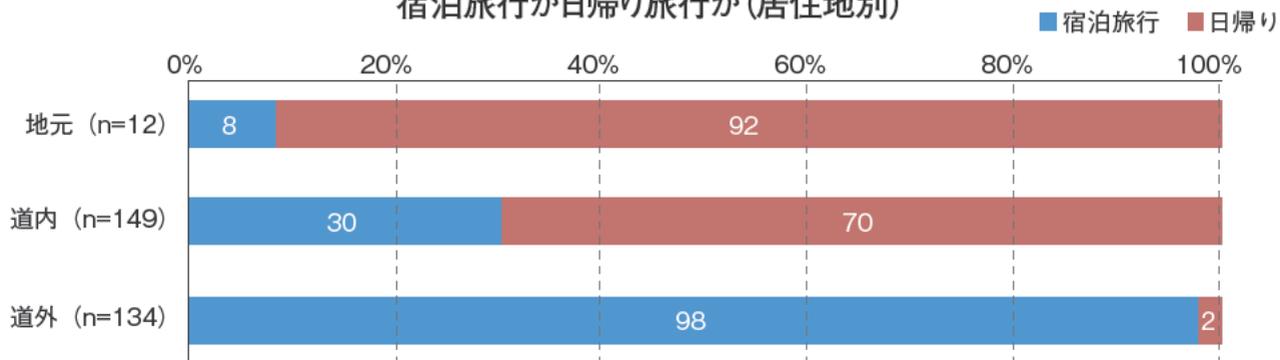


上富良野町観光の主な交通手段として、レンタカーを含めて多数が「車」となっている。また、道外客は宿泊がほとんどであるが、道内客は日帰りが多くなっている。さらに回答者の3割は、上富良野町に観光を目的に年に数回訪れる人も多く、上富良野町そのものをメインの観光目的地にしている人も目立つ。

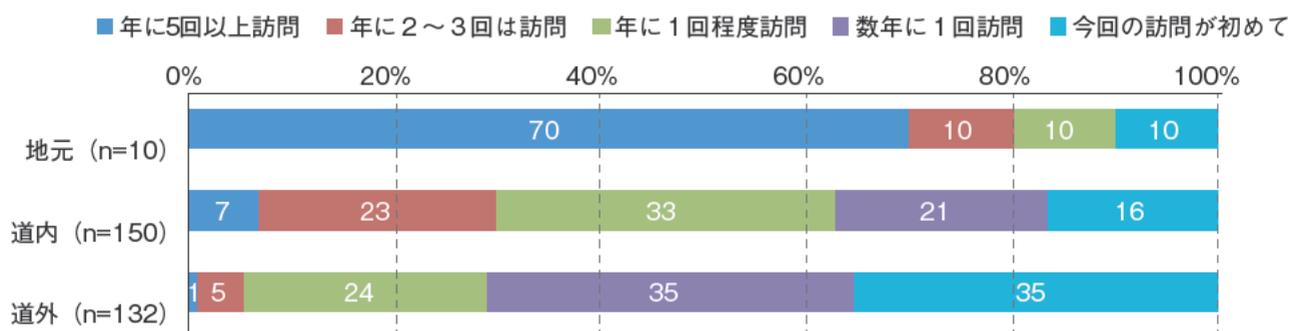
主な交通手段(居住地別)



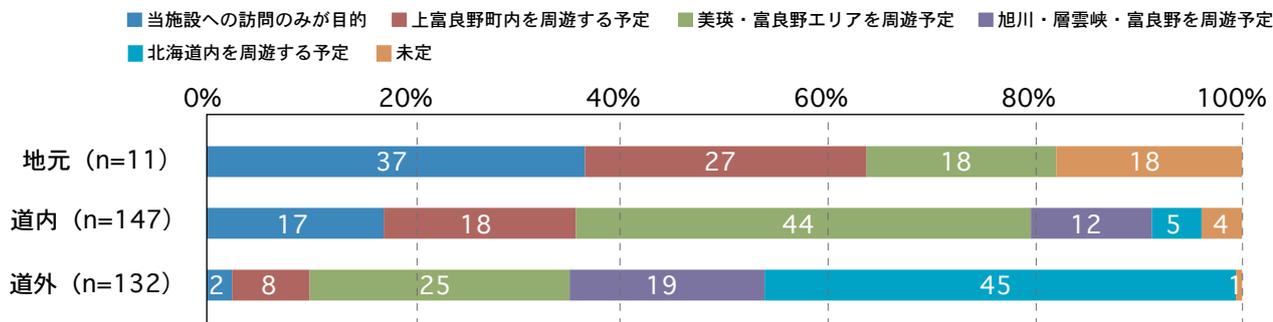
宿泊旅行か日帰り旅行か(居住地別)



観光を目的とした上富良野町への訪問回数(居住地別)

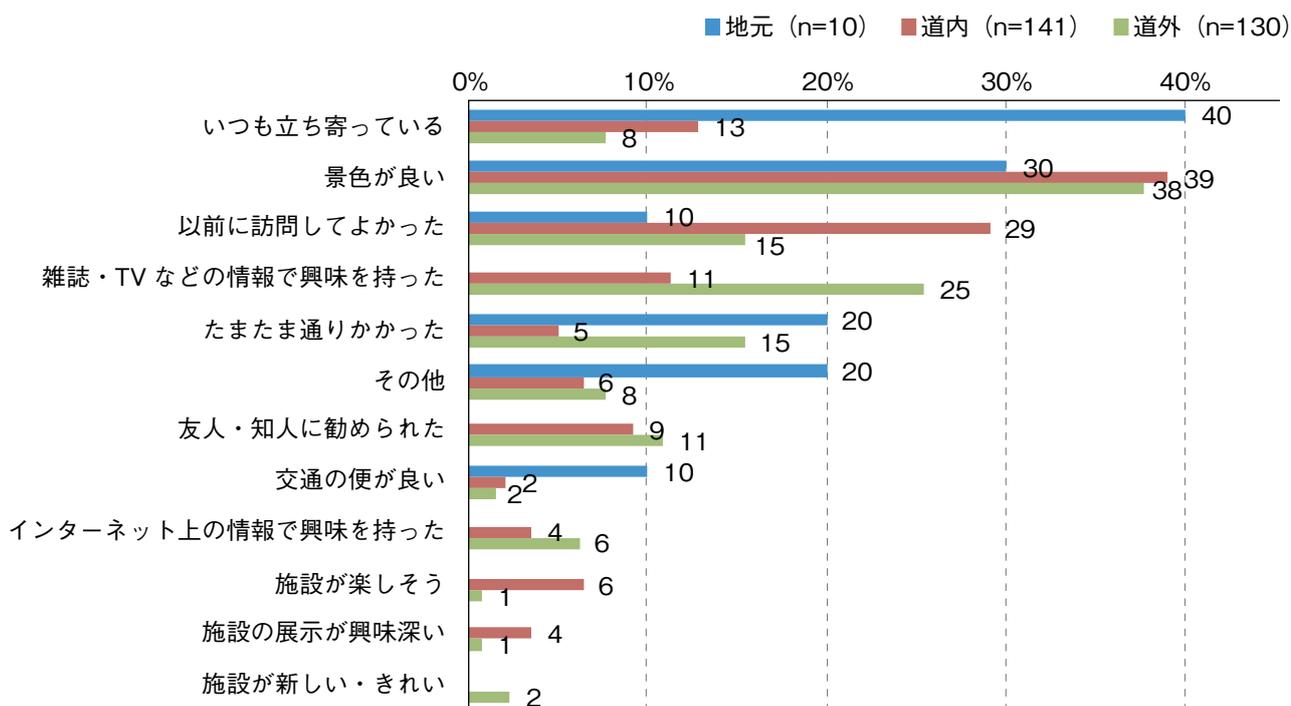


今回の旅行行程について(居住地別)

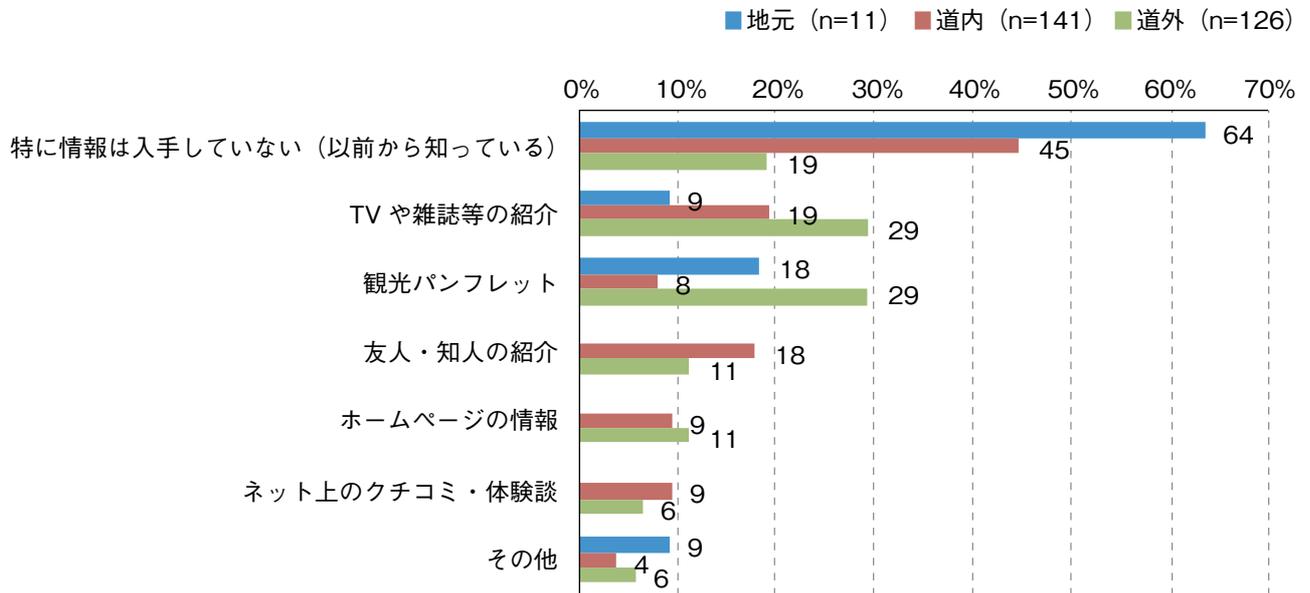


上富良野町を訪れた理由として「景色が良い」「以前に訪問してよかった」「いつも立ち寄っている」が多くなっており。景色の良さを魅力に決まったポイントに訪れる人が多いことが伺える。また訪れた観光地に関する情報入手方法として「特に情報は入手していない」という回答が多いものの、「TVや雑誌」、「観光パンフレット」等をあげる回答が多く主要な情報源となっている。さらに上富良野町訪問の満足度は総じて高く、観光客にとって魅力ある観光地であることが伺える。

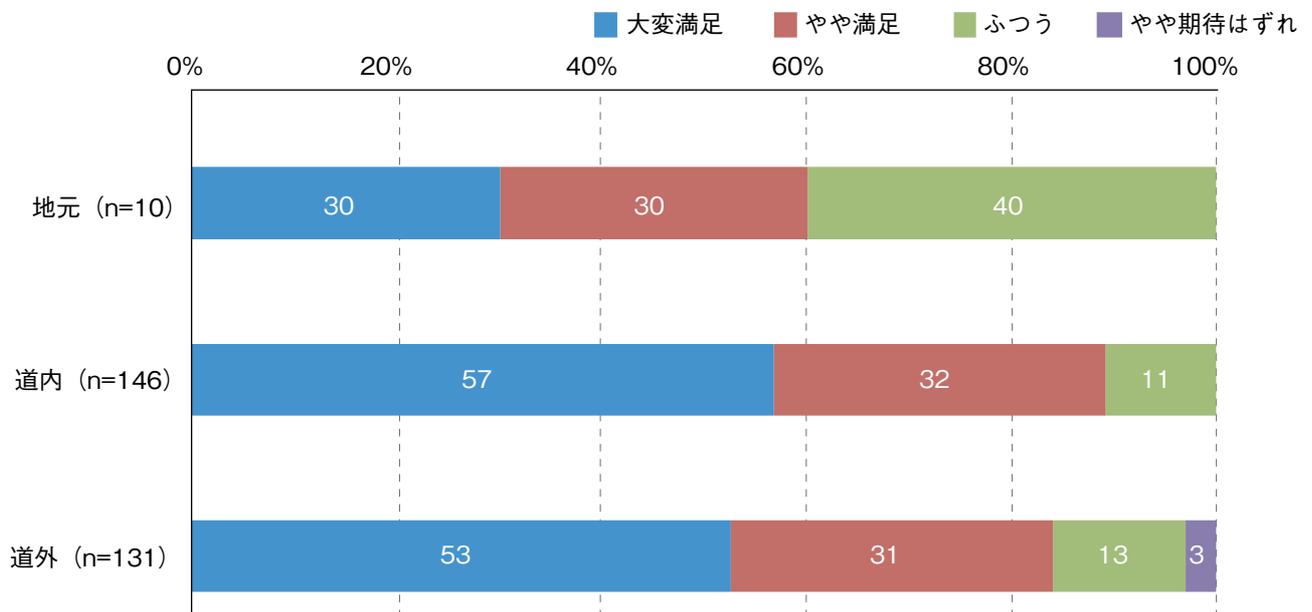
ここを訪れた理由(居住地別)



この観光地に関する情報の入手方法(居住地別)

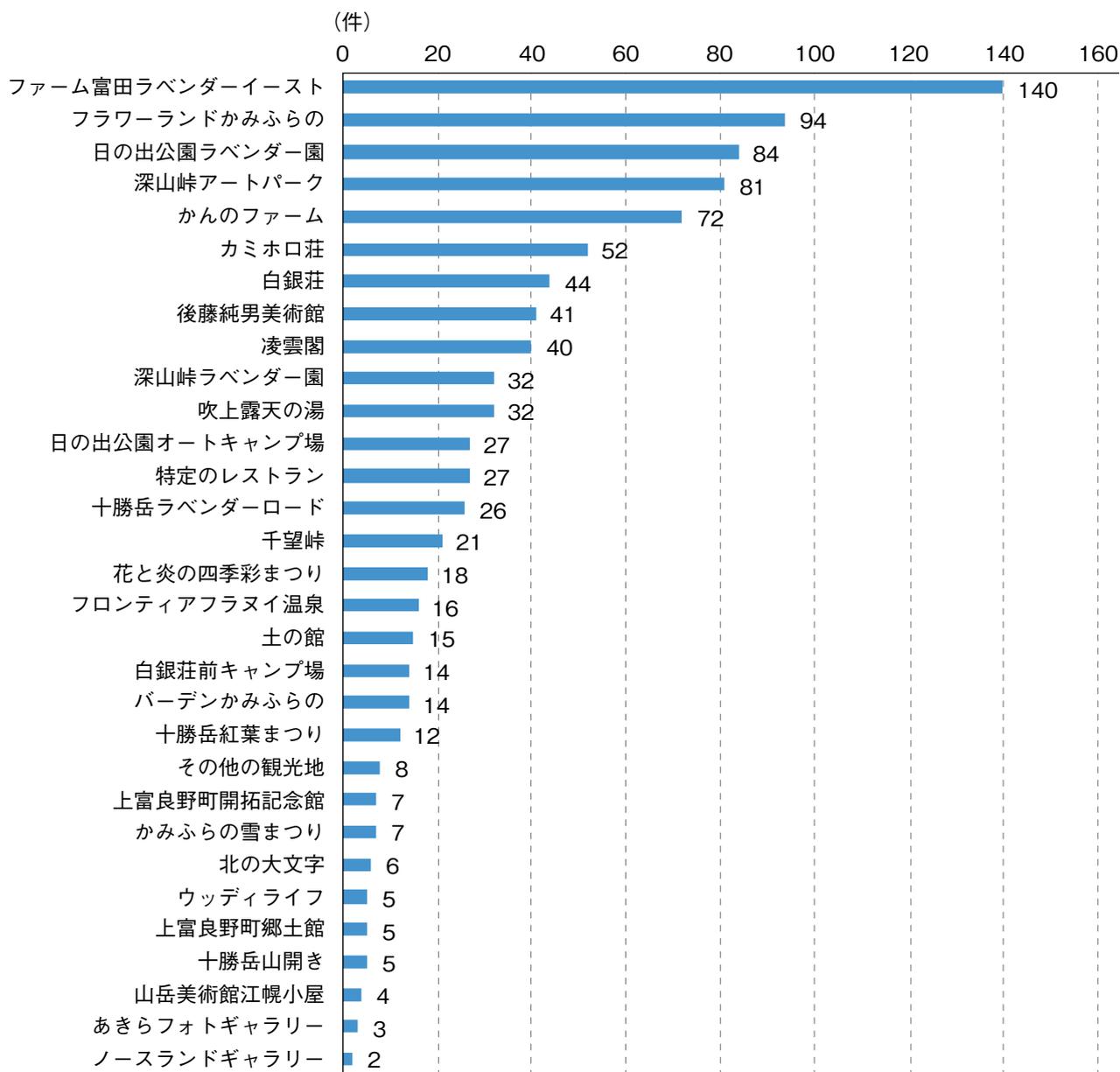


この観光地を訪れた感想(居住地別)



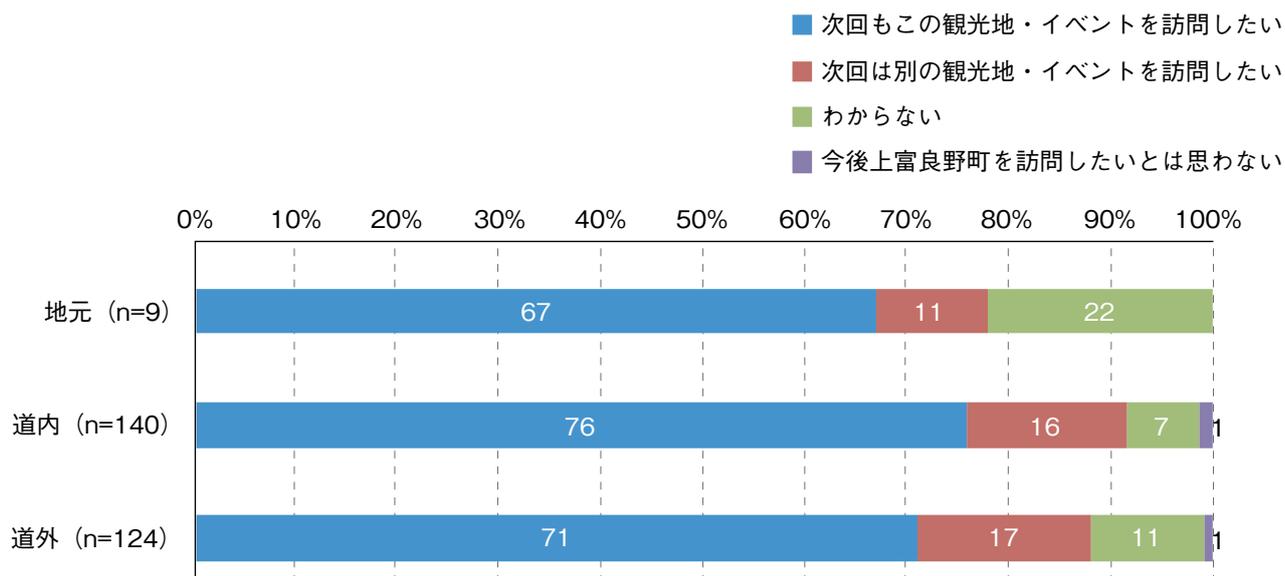
上富良野町の観光施設等でこれまで訪問・参加経験のあるものについて、「ファーム富田ラベンダーイースト」「フラワーランドかみふらの」「日の出ラベンダー園」などが多く、「花(ラベンダー)」に関係する施設が多数となっている。

上富良野町の観光施設等でこれまで訪問・参加経験のあるもの(n=271)



「また上富良野に観光に行きたいか」という問いに「次回もこの観光地・イベント」を訪問したいという回答が多数ではあるが、「次回は別の観光地・イベントを訪問したい」という回答も目立っており、町内の様々な観光スポットへ行きたいという潜在的なニーズがあるものと考えられる。

また上富良野に観光に行きたいか(居住地別)



③町内の宿泊施設利用者を対象としたアンケート結果

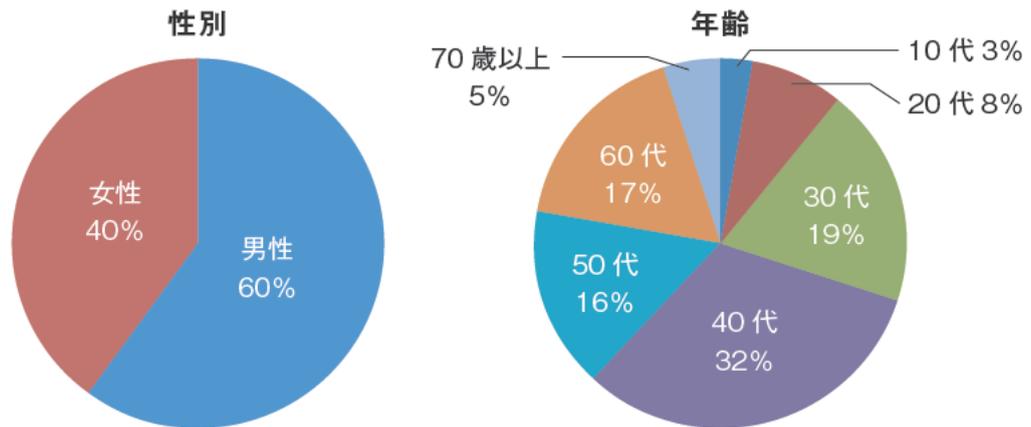
【調査の概要】

調査時期:平成24年7月下旬～8月中旬

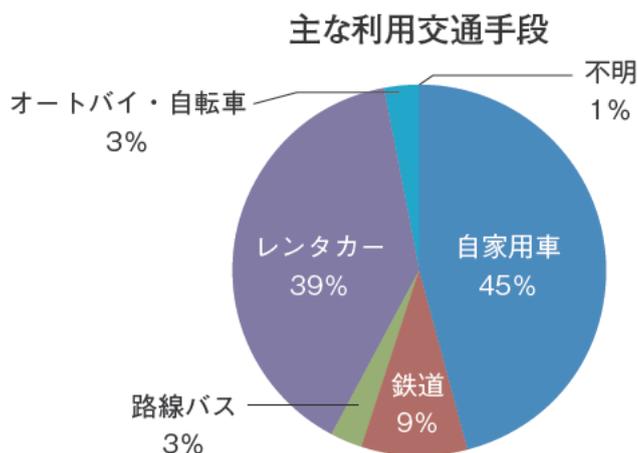
調査方法:町内の宿泊施設の協力を得て、宿泊者を対象に留め置きアンケートを実施

回収数:247件 (温泉旅館等:177件 ペンション:70件)

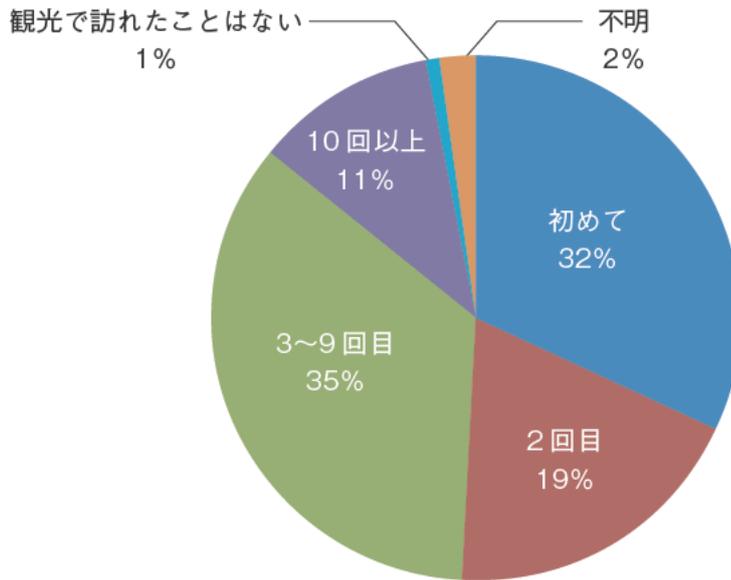
《回答者属性》



観光の主な交通手段として、レンタカーを含めて多数が「車」となっている。また、今回の訪問が「初めて」という回答が3割程度あったものの7割近くは複数回訪れており、リピーター客が多い。今回の旅行では、北海道内の観光客は「美瑛・富良野エリアを周遊予定」の人が多くなっているが、道外客は広く「北海道を周遊する予定」という回答が多く、行動範囲が広がっている。一方で上富良野町そのものを観光の目的地の中心に置いている回答も道内客で3割程度存在している。



観光目的とした上富良野町へのこれまでの訪問回数



今回の旅行予定について(居住地別)

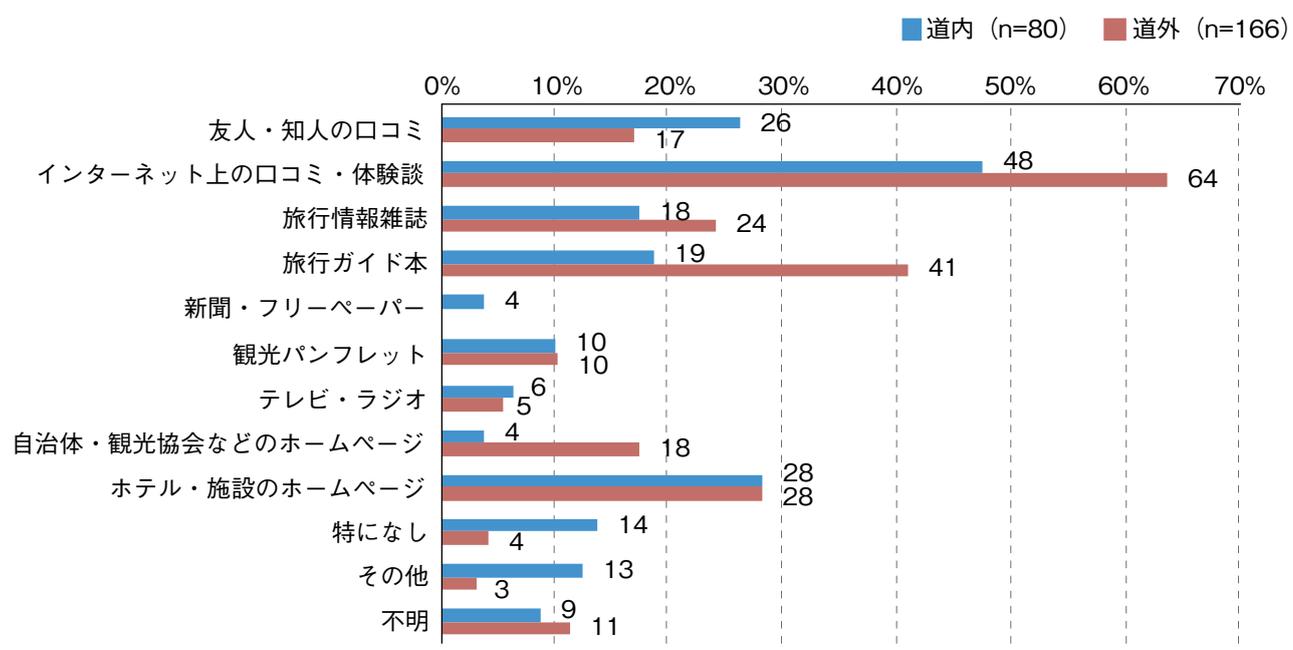
- 当該施設への宿泊が目的であり、その他特に決まった予定はない
- 上富良野町内を周遊する予定
- 上富良野町を含めた美瑛・富良野エリアを周遊する予定
- 旭川・層雲峡～美瑛・富良野までを周遊する予定
- 広く北海道を周遊する予定
- 不明



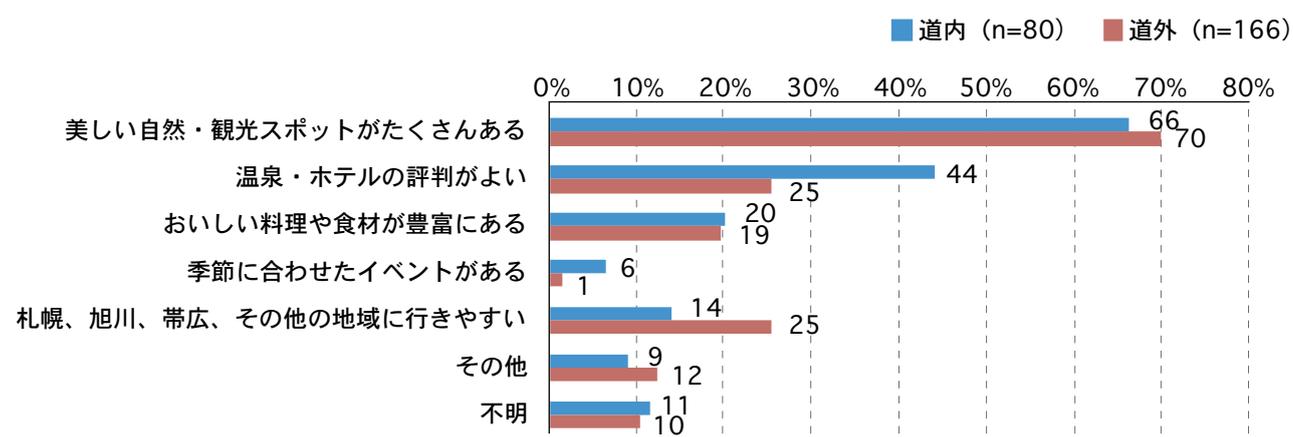
旅行の事前に参考にした情報として「インターネット上の口コミ・体験談」が最も多く、「友人・知人の口コミ」「ホテル・施設のホームページ」などが次いで多くなっており、インターネットによる情報収集が中心であることが伺える。

さらに、上富良野への訪問の決め手となった町の魅力として、「美しい自然・観光スポットがたくさんある」ことをあげる人が最も多く、こうした町の魅力をインターネット等を活用し効果的に観光客に向け発信していくことが必要と考えられる。

旅行の事前に参考にした情報(居住地別)

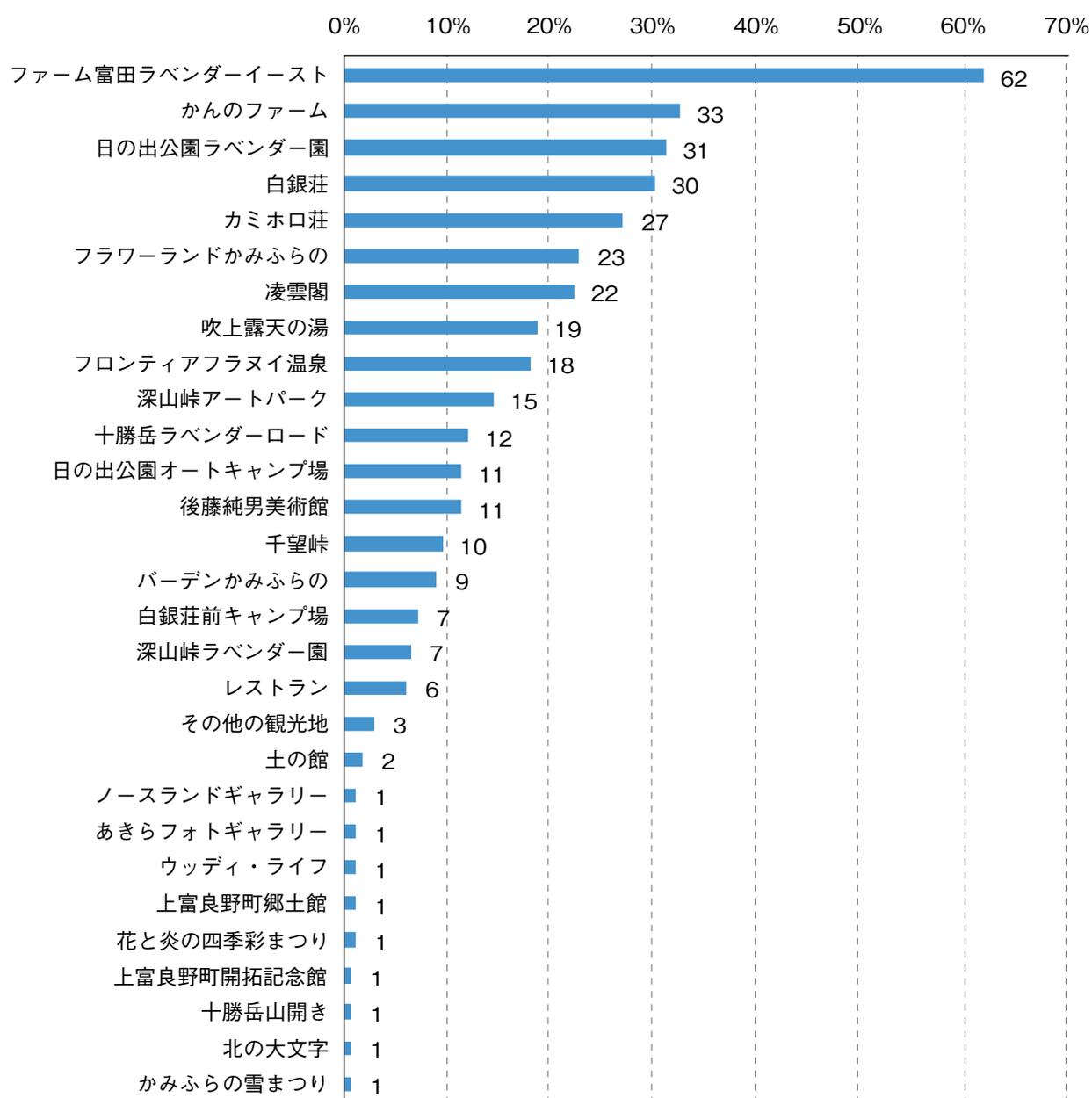


上富良野への訪問の決め手となった町の魅力(居住地別)



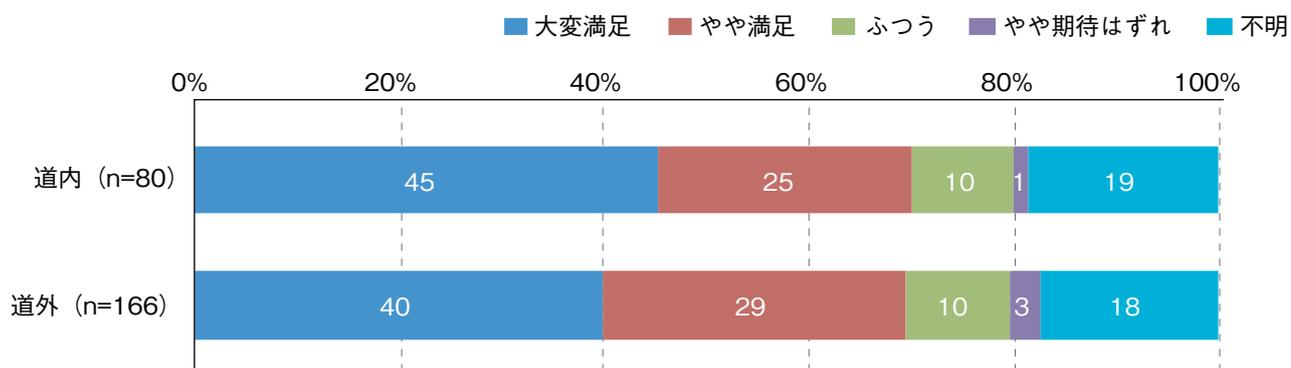
町内で訪問経験のある観光施設として「ファーム富田ラベンダーイースト」「かんのファーム」「日の出公園ラベンダー園」など「花(ラベンダー)」に関する施設が多くなっているほか、「白銀荘」「カミホロ荘」「凌雲閣」「吹上露天の湯」など温泉施設が多数となっている。

これまで訪問したことがあるもの(n=166)

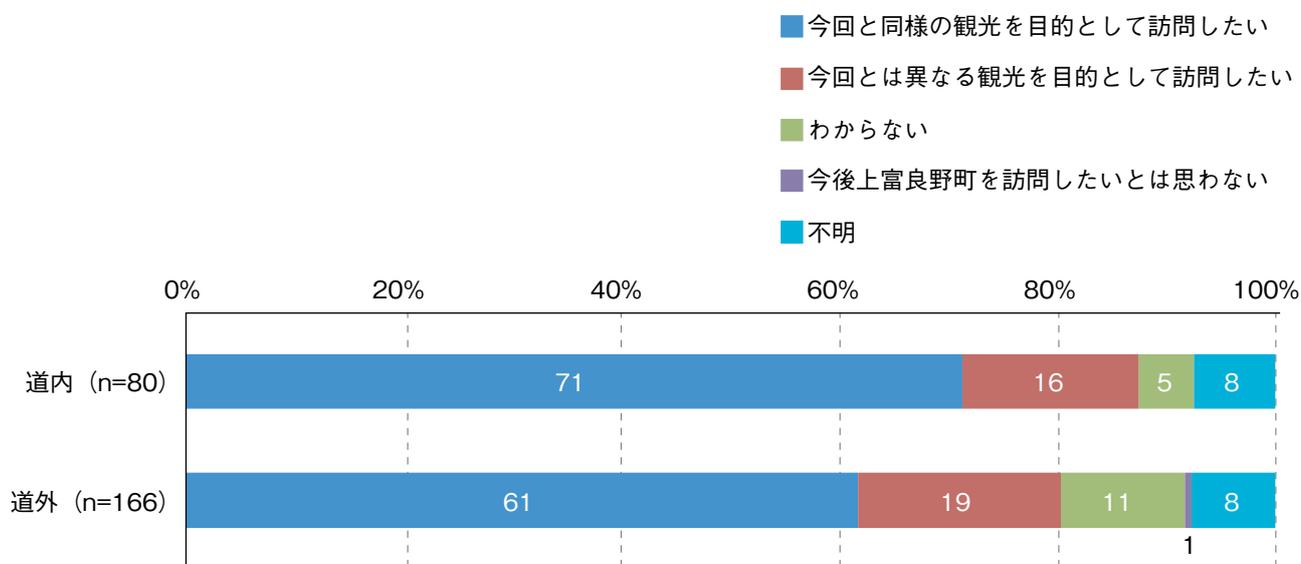


上富良野町を訪問した感想は「大変満足」が全体の4割程度、「やや満足」が2～3割程度と高く、また上富良野町を訪問したいかという問いについては「今回と同様の観光を目的として訪問したい」という回答が多い一方で「今回とは異なる観光を目的として訪問したい」という回答も2割弱あり、町内の様々な観光を楽しみたいという潜在ニーズはあるものと考えられる。

上富良野町を訪問した感想(居住地別)



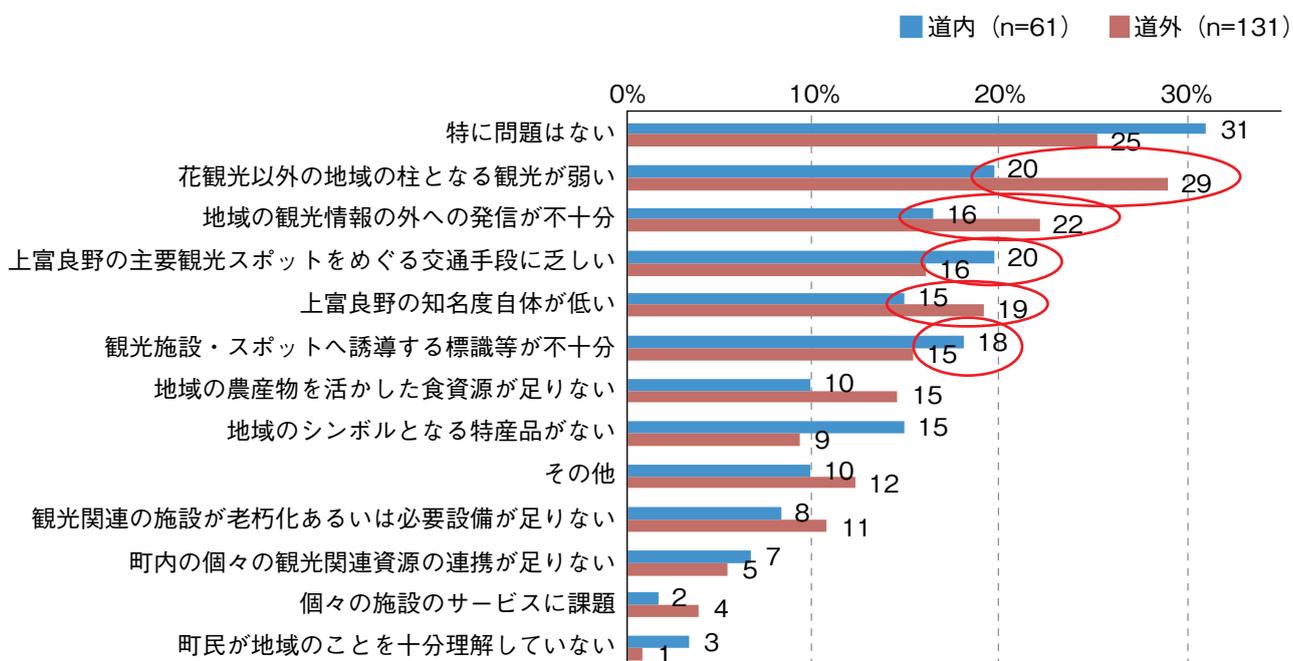
また上富良野町を訪問したいか(居住地別)



上富良野町の観光の魅力向上に向け認識する課題として「花観光以外の地域の観光の柱が不足」「観光情報の外への情報発信が不十分」「案内標識が不十分」「町内の主要スポットをめぐる交通手段が乏しい」などが多く指摘されている。

花だけでなく町の様々な観光を案内標識等を含めて効果的に情報発信していくことが今後必要である。

上富良野町の観光の魅力向上に向け認識する課題(居住地別)



3. 観光振興計画における重点テーマ

(1) 観光特性(強みと弱み)の分析～SWOT分析による検討

これまでの調査結果等を踏まえて、「SWOT分析」を用いて上富良野町の観光振興に関する問題点・課題を整理しました。

「SWOT分析」では、観光を取り巻く環境の分析として「外部環境分析」、及び観光特性の分析として「内部環境分析」を行い、外部環境・内部環境に応じた戦略を打ち出します。

外部環境分析は、上富良野町を取り巻く外部の環境を“機会 Opportunity(オポチュニティ)”と“脅威 Threat(スレット)”に分けて分析しています。内部環境分析は、上富良野町の“強み Strength(ストレングス)”と“弱みWeakness(ウィークネス)”に分けて分析しています。

「SWOT分析」は、主に企業が市場競争に勝ち残るための戦略の方向性を明確にする時に使われますが、地域特性を把握する時にも使われます。

SWOT分析とは

		内 部 環 境	
		強 み (S)	弱 み (W)
外 部 環 境	機 会 (O)	【強み－機会】 ※強みを活かし機会(チャンス)を捉える	【弱み－機会】 ※機会を逸さないように弱みを克服する
	脅 威 (T)	◎ 【強み－脅威】 ※脅威からの影響を最小限にとどめる	【弱み－脅威】 ※あえてチャレンジしない

SWOT分析による上富良野町の観光の特徴整理

		内部環境	
		強み (Strength)	弱み (Weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> ・食資源や温泉資源、景勝スポットなど観光関連資源が豊富でバラエティに富む ・移住者が多く、外部の視点から観光を捉える機会がある ・フットパスや、グリーンツーリズムなど地域の資源を活かした観光の取組みが立ち上がっている ・季節を通じたイベントが展開されている 	<ul style="list-style-type: none"> ・町民自体が町内の観光関連資源の理解が不十分 ・観光客を快く受け入れる気運が町内で徹底していない ・町内の観光がつながりのある展開になっていない ・町内の観光情報の発信が不十分(あまり知られていない) ・夏場の花観光に依存 ・近接自治体と比べて観光のシンボルのインパクトが弱い ・観光施設・スポットの駐車場等、誘導表示等ハード面の整備が不十分
外部環境	機会 (Opportunity)	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; background-color: #f9e79f;"> <p style="text-align: center;">観光振興に向けた取り組み方向</p> <p>観光のコンセプトを明確にする 観光客が上富良野にくるメリット、来ることで得られる価値・よさを明確にした取り組みを行うためのビジョンが必要</p> <p>多様な観光ニーズに対応した展開 上富良野ならではの観光資源を活かし、花を補完する観光を今後展開する</p> <p>情報発信体制の強化、情報発信方法の多様化 フェイスブックやツイッターなど情報発信の方法に多様性をもたらすとともに、観光客に価値・よさが伝わる情報発信の方法を検討</p> <p>町全体で観光客を快く受け入れもてなすことができる気運の醸成 地域の観光資源を町民がよりよく知るとともに、観光客を迎える一人としての意識をもってもらう</p> <p>観光客に満足してもらうための観光関連施設、スポットの整備 駐車場整備や花壇の充実など観光地としての魅力を向上させるための案内表示・駐車場等インフラ整備を行う</p> </div>	
	脅威 (Threat)		

(2) 観光の現状から見た今後の重点テーマ

SWOT分析の結果等を踏まえて、観光振興を図るための重点テーマを次のように設定します。
 今後は観光客の求める多様な価値・期待に応える観光を展開するため、目指す観光地域づくりのコンセプトを明確にしつつ様々な取組みが必要となります。

観光客の求める価値・期待に応える観光の展開

観光振興のコンセプト設定

町全体で観光客を快く受入れおもてなすことができる気運

多様な観光ニーズに対応した展開

観光客に満足してもらうための観光関連施設・スポットの整備

情報発信体制の強化、情報発信方法の多様化

こうした取組みを通じて・・・

観光客の増加
 観光関連産業の振興
 町民の郷土愛の醸成
 地域振興のための協働意欲の創出 etc

総合計画の目標である

人や地域と
 つながりのある暮らし

穏やかに安心して
 過ごせる暮らし

快適で楽しく
 潤いある暮らし

地域の宝を守り・育み・
 活用できる暮らし

誇りと責任・役割を
 分かちあえる暮らし

実現へ

3章 上富良野町観光の将来ビジョン

1. 観光振興計画の基本コンセプト

上富良野町の観光の現状・課題などから観光振興計画のコンセプトを「あなたと創りたい かみふらの物語 ～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～」に設定し様々な取組みを進めます。

観光振興計画におけるコンセプトは、今後の上富良野町の新しい観光地域づくりを進めていく際、町民及び町内の関係者が共有するスローガンとなるほか、観光客に対し上富良野町の観光の魅力を伝えるメッセージともなります。

このコンセプトは町民とともに、上富良野町の物語を創りながら新しい観光を進めていくことに加えて、訪れる観光客にも、上富良野町を訪問し様々な観光を楽しんで癒され、上富良野町の物語を創っていただくことを期待したメッセージとなっています。

【観光振興計画の基本コンセプト】

「あなたと創りたい かみふらの物語」

～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～

メインタイトル

あなたと創りたい かみふらの物語

「あなた」は町民と観光客の両方を指します。まずは新しい観光地域づくりに向けて、町民と協働で「かみふらの物語」の素材となる観光資源を創り上げていくことが必要と考えます。

また観光客は、観光資源を自分の価値・期待に応じて組み合わせ、自分だけの「かみふらの物語」を創ってもらい、満足してもらうとともに「かみふらの物語」をさらに周囲に語ってもらうことで次の集客につなげるイメージです。

サブタイトル

五感で感じる上質の癒し空間へようこそ

上富良野町を訪れる観光客の満足の根底にあるものは、「食べて癒やされる」「目で見て癒やされる」など様々な『癒し』と認識しています。五感とは「目で感じる」「耳で感じる」「体験して感じる」「食べて感じる」「香りとして感じる」ものであり、町にはこの五感で癒やされる上質の観光資源が数多く存在しています。

「あなたと創りたい かみふらの物語」の具体的展開に向けて、この五感で癒される観光資源の発掘と磨き上げを、町民と一緒にいき、観光客にもPRしていくことをイメージしています。

2. 顧客ターゲットのイメージと目標設定

(1) ターゲット顧客の考え方

観光対象からみたターゲットの考え方

上富良野町には、観光客の様々な価値や期待に応えられるだけの多様な観光資源が存在しています。

今後、観光客の入込を増やし、地域の活性化につなげていくためには上富良野町にある観光資源の特徴や立地特性などからターゲットとする顧客イメージを定めた観光を展開していくことが効果的であることから今後ターゲットとする顧客イメージを次のように定めます。

花(ラベンダー)観光 の中心層

- 上富良野町は富良野～美瑛の観光エリアの中心部に位置し、7月～9月の花観光の時期には多くの観光客で賑わいます。
- この時期は札幌や旭川などの近隣の都市部を含めて、全道から観光客が訪れるほか、道外・海外からもラベンダー観光を目的に多くの観光客が訪れます。
- しかしながら、富良野や美瑛、中富良野と比べると観光客入込数が少なく、本来迎えられる観光客を大きく取りこぼしている可能性があります。
- ファミリー層、夫婦・カップル、友人同士などターゲットは比較的幅広くなりますが、この富良野～美瑛エリアの観光に訪れる観光客をいかに上富良野町に呼び込むかが、重要なテーマになると考えます。

登山客・アウトドア客 の中心層

- 十勝岳連峰の登山客やフットパスなどはどちらかというと健康志向を背景にした中高年層が多くなっていますが、「山ガール」と言われる若い女性の登山客も近年増えています。

宿泊客の中心層

- 十勝岳温泉郷の宿泊利用者については、中高年層が中心になりますが、ペンションの利用者については若いファミリー層、夫婦・カップルなどが中心のターゲットになります。

飲食店利用 の中心層

- ファミリー層、夫婦・カップル、友人同士などが中心のターゲットになり、年齢層も幅広くなります。

美術館やギャラリー などの中心層

- 後藤純男美術館は中高年層の利用が多くなっており、土の館や町内のギャラリーなどは観光訪問地としてあまり認知されておきませんが、利用者の多くは同様に中高年層となっています。

●外国人観光客の考え方

上富良野町には、数多くの外国人観光客が訪れるようになっており、今後重要な観光客としての位置付けが一層増すものと考えられます。

訪れる外国人観光客の多くは香港・中国・台湾・韓国などからの団体のツアー客ですが、近年は、レンタカーを使った小グループの観光も増えています。

さらに、オーストラリアの観光客が冬場に十勝岳温泉郷の温泉宿泊施設などを利用しながら、バックカントリースキー（山スキー）やスノーボードなどのウインタースポーツを楽しむ光景も目立つようになってきました。

バスにより団体ツアーの一環で訪問する外国人観光客も今後の観光を考える上では、必要な顧客対象となりますが、観光振興計画の中では、将来的に上富良野町のファンになり上富良野町の観光の発展に貢献してくれるような良質の顧客を拡大していくことが重要と考えております。

観光振興計画では団体ツアーではなく、自ら上富良野町に関心を持って訪問してくれる顧客層、環境保全にも理解のある良質の観光客をターゲットとします。

●誘客市場からみたターゲットの考え方

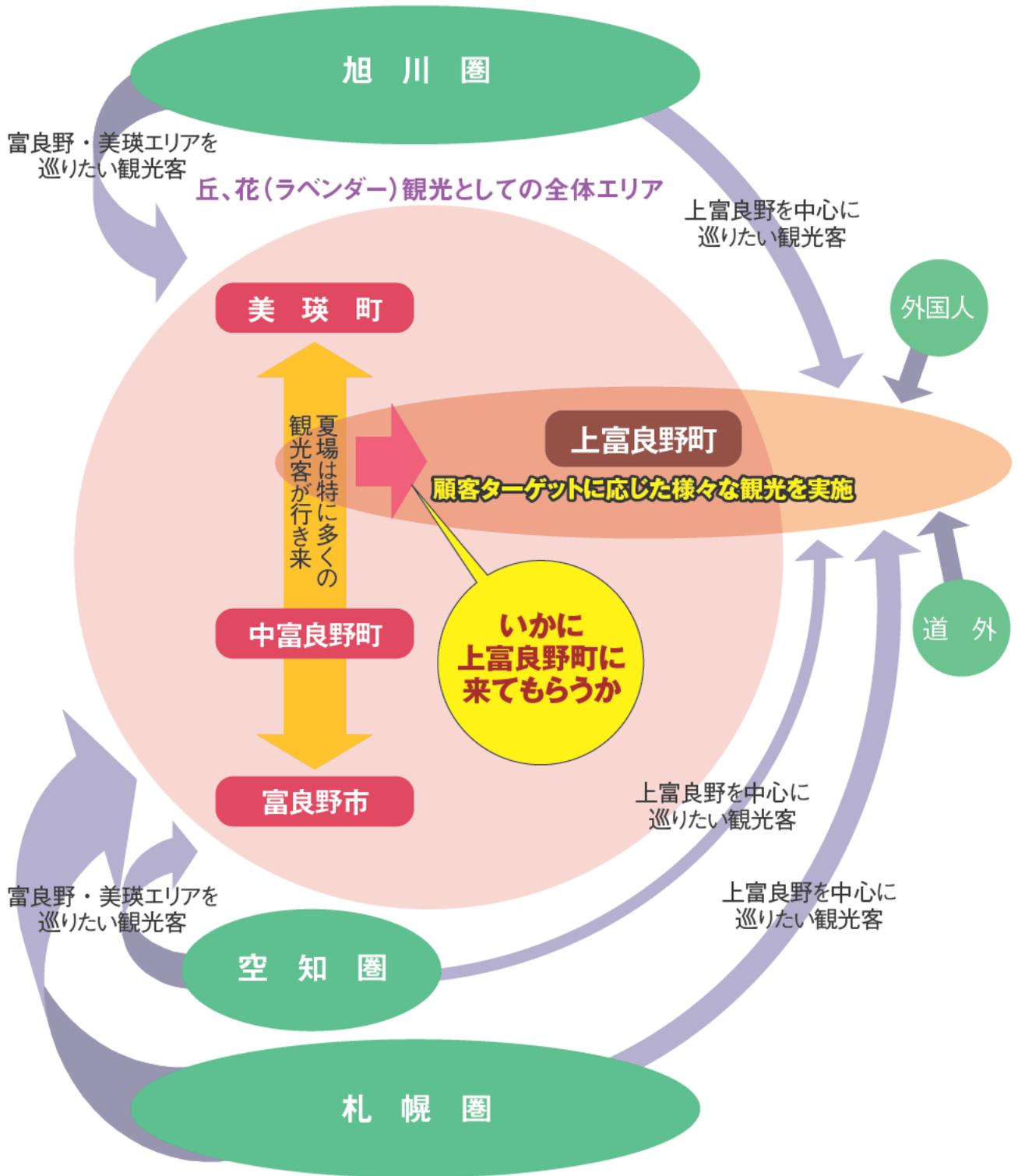
上富良野町は、旭川はもちろん札幌からの距離も比較的近く、日帰りでの観光も十分可能です。

札幌圏（札幌、江別、小樽など）や旭川圏（旭川市を中心とした周辺地域）、空知圏（岩見沢、滝川、夕張、芦別など）といった大きな観光市場は上富良野町からも近く、1年を通じ観光のターゲットとする必要があると考えます。

今後目指す顧客ターゲットのイメージ

観光対象からの視点	顧客ターゲットのイメージ
花観光	ファミリー層、夫婦・カップル、友人同士など広い顧客層
飲食店利用	※富良野～美瑛エリアを訪れる観光客をいかに上富良野町に呼び込むかが大きな観光テーマ
登山・アウトドア	中高年層が中心（アウトドア志向、芸術志向が強い人）
美術館・ギャラリー	若い女性グループ（口コミ情報の受発信者）にも着目
十勝岳温泉郷旅館	ファミリー層、中高年層などが中心
ペンション	若いファミリー、夫婦・カップルなどが中心
外国人観光客の視点	顧客ターゲットのイメージ
	香港・台湾のなどアジア圏およびオーストラリアの個人旅行者（富裕層など） ※タイプは上記イメージと同じ
誘客市場の視点	顧客ターゲットのイメージ
	札幌圏、旭川圏（冬場も有望）、空知圏

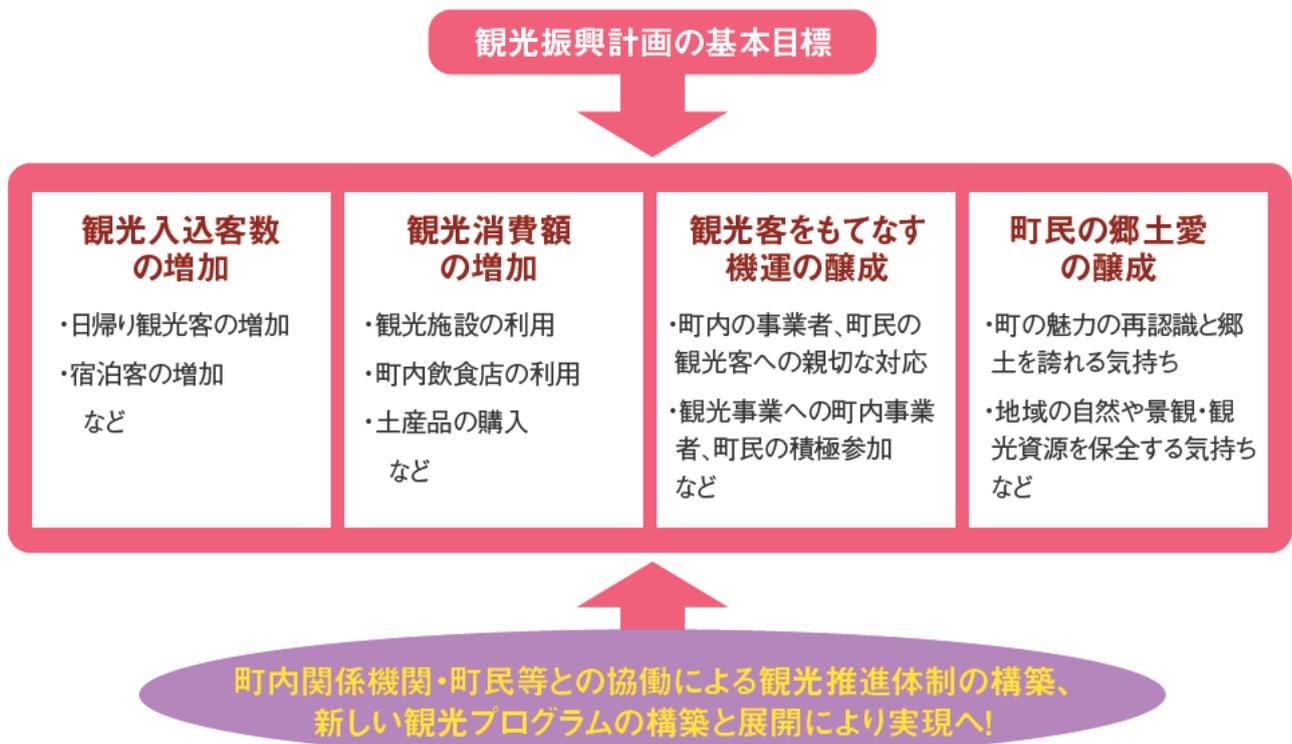
今後目指す顧客ターゲットのイメージ



(2) 観光振興計画で目指す目標

観光振興計画における基本目標は、観光入込客数の増加と観光消費額の増加などの経済的・定量的なもののほか、町全体の観光客をもてなす機運の醸成・町民の郷土愛の醸成など社会的なものにもおきます。

このうち、観光入込客数の増加については数値目標をかかげ、様々な観光の取組みを通じて実現を目指します。数値目標は3年後の目標も定め、3年後の検証を通じて目標実現に向けた課題整理と、対応の再構築を行います。



観光振興計画における観光客入込数の目標

観光の目標	現状(平成23年度)	→	3年後(平成27年度)	6年後(平成30年度)
日帰り観光客	59万人		73万	82万人
宿泊客	6万人		7万人	8万人
合計	65万人		80万人	90万人

※3年後に目標数値の検証を実施

3. 観光振興計画の基本戦略

(1) 「五感」から癒やされる観光資源の発掘・創造・組み合わせ

観光振興計画で掲げた目標を達成するため、行動指針が必要となります。計画では目標達成のための具体的な推進項目(どのような観光プロジェクト、観光推進・情報発信体制をつくるか)を検討するための推進戦略(行動指針)をまとめました。

基本的には、計画の基本理念である「癒し」の要素(「食べる」「見る」「聞く」「体験する」「香る」)を柱に、特色ある観光プロジェクトを推進していくことを目指しています。

5つの癒しによる展開

食べて癒やされる!

地域内の食資源を活かしたメニューの効果的な提供、シンボリックな特産品の開発などを実施

見て癒やされる!

かみふらの景観づくり条例を遵守しつつ、十勝岳や丘陵のほか、美術品、青空や夜空、森林などを効果的に活かした展開を実施

聞いて癒やされる!

鳥のさえずりや川の流れる音、音楽などを効果的に活かした展開を実施

体験して癒やされる!

温泉や登山、パークゴルフ、フットパス、農業体験などを効果的に活かした展開を実施

香りで癒やされる!

ラベンダーに代表される花や、山、森の香りなどを効果的に活かした展開を実施

五感の癒し要素を必要に応じて組み合わせるなど、顧客ターゲットの求める価値・期待に応じた観光事業を展開する!

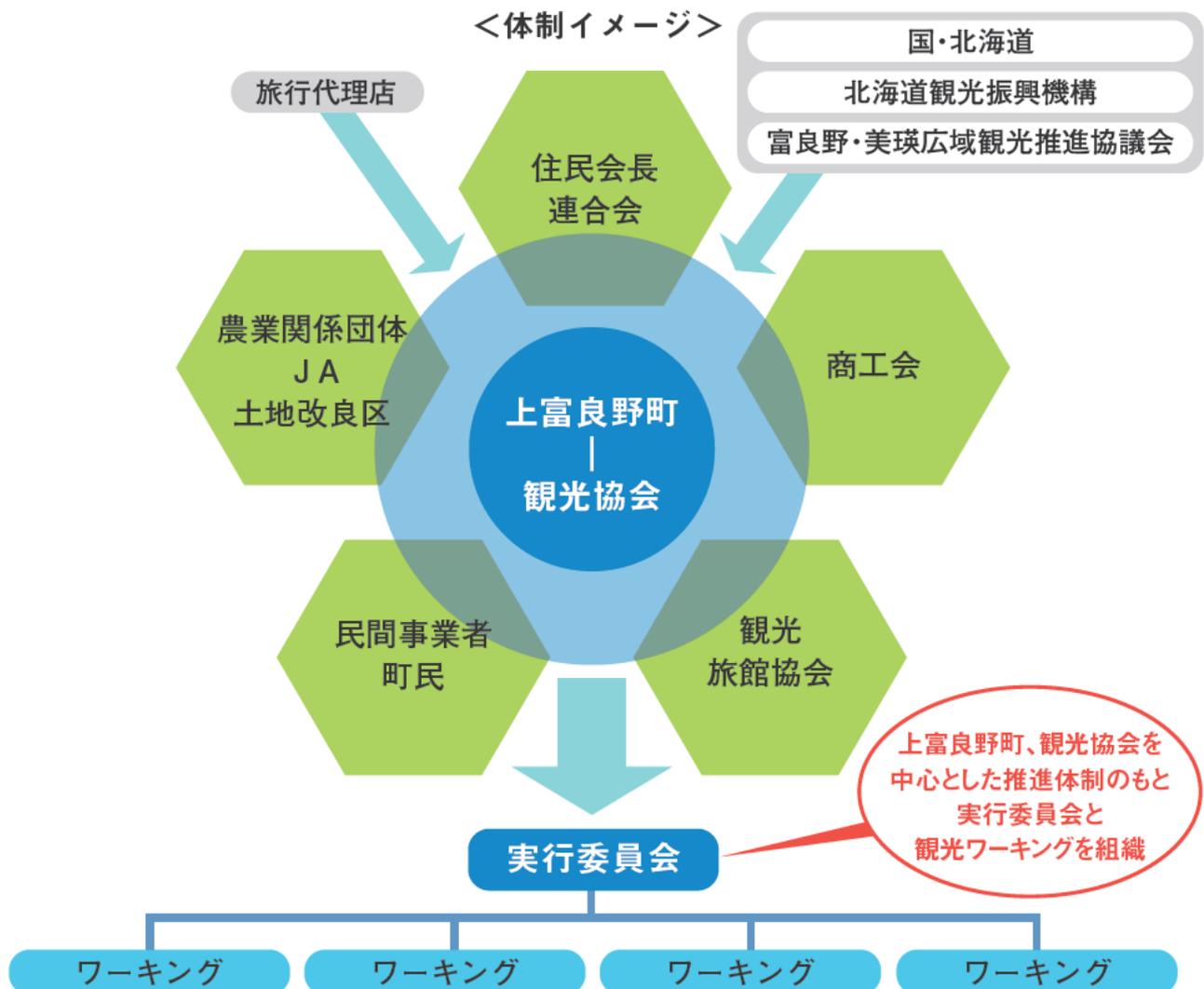
4章 目標実現に向けた戦略プラン

1. 観光振興計画の実施体制

観光振興計画を具体的に進めていくにあたり、実行力のある組織体制の構築が必要不可欠です。今後の新しい観光地域づくりに向け、「上富良野町」と「かみふらの十勝岳観光協会」を中心に、上富良野町商工会、JAふらのなどが連携した推進体制を構築し、関係者がそれぞれ役割を分担しながら各観光プロジェクトを進めます。

また、具体的に観光プロジェクトの実行並びに今後新たな観光となる物語の構築に向けた実行委員会の設置と観光テーマに応じたワーキンググループを組織します。

観光振興計画の推進体制



ワーキングチームは、ターゲットとして想定した顧客を上富良野町に呼び込むため、町内の様々な観光の取組みを企画し実践する主体としての位置付けです。

今後は、観光客が町内の観光施設やポイント等を訪問し、五感から癒され満足いただきながら「かみふらの物語」を創り上げてもらうため、観光振興につながる多様なテーマを設けてワーキングを結成します。

現在、想定しているワーキングのイメージ例は次のとおりです。

【ワーキングのイメージ】

ワーキング名	ワーキングの課題とテーマ例
観光資源発掘・物語創り ワーキング	町内で埋もれている観光資源・スポットを町民と協働で発掘・磨き上げを行う。
ニューツーリズムワーキング	アウトドア(登山、フットパス)やグリーンツーリズム(直売所の充実、農業体験等)などを通じて町内の観光を楽しんでもらう。
特産品開発ワーキング	町内の資源を活かした観光客向け土産品、特産品を開発する。
イベント創出・地域商業活性 ワーキング	観光客と町民が触れ合うことができるイベントの企画、既存イベントの町民企画の提案、商店街活性化などを旨す。
オフシーズン対策ワーキング	秋から春にかけてのオフシーズン期の観光プランの開発を行う。
宿泊拡大ワーキング	連泊客の増加、オフシーズン期の宿泊者の確保などをテーマとした観光プランの開発を行う。
2～3時間上富良野に 寄りませんかワーキング	ラベンダー観光の時期に富良野～美瑛エリアを訪れる観光客を上富良野に呼び込むための取組みを実施。

※いずれのワーキングにおいても「五感の癒しにつながる」メッセージを意識して取組みます。

2. 観光振興計画における行動計画

(1) 重点テーマに応じた具体プロジェクト（施策の体系）

観光振興計画の目的

地域の町民との協働による観光地域づくりをすすめ、上富良野町の魅力の一層の向上と産業・地域社会の発展を実現

6年後の姿

経済的な目標

- 道内、道外、海外から観光客が上富良野町に多数訪問し、宿泊者も増加!
- 観光施設、飲食店などの利用者が増えるとともに、土産品の購入も進み、観光消費額が増加!

社会的な目標

- 多くの町民や町内の事業者が地域の観光を理解し、観光客に対しても親切な対応ができる!
- 町民が町の魅力を再認識し、上富良野町を誇れる気持ちを持てる!
- 地域の自然や景観を保全する気持ちを大勢の町民が持てる!
- 町民の郷土愛の醸成 など

現状の観光の課題

- 町民自体が町内の観光関連資源の理解が不十分
- 観光客を快く受け入れる気運が町内で徹底していない
- 町内の観光がつながりのある展開になっていない
- 町内の観光情報の発信が不十分（あまり知られていない）
- 夏場の花観光に依存
- 近接自治体と比べて観光のシンボルのインパクトが弱い
- 観光施設・スポットの駐車場等、誘導表示等ハード面の整備が不十分など

目標達成のために
向けた取組

【観光振興計画の基本コンセプト】

【観光振興計画の基本コンセプト】

「あなたと創りたい かみふらの物語」

～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～

	【前期（～3年目）の取組】	【後期（4年～6年目）の取組】
町全体で観光客を快く受入れおもてなすことができる意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> ○町民参加による地域の観光資源発掘プロジェクト ○町民を対象とした地元再発見ツアー ○観光人材育成プロジェクト 	<ul style="list-style-type: none"> ○小中高校を対象とした「地域観光学」講義等の開催 ○前期取組みの継続実施
かみふらの物語の素材となる観光資源の発見（再評価）・磨き上げ・観光プログラムとしての提供	<ul style="list-style-type: none"> ○ニューツーリズムのプログラム化（ポップを活かした産業観光） ○戦略的短時間周遊プログラムの構築 ○宿泊客拡大に向けたプログラム構築 ○特産品や料理の開発 ○イベントの拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ○ニューツーリズムのプログラム化（自然散策、グリーンツーリズム拡充等） ○オフシーズンの集客に向けたプログラム ○前期取組みの継続実施
観光客に満足してもらうための観光関連施設・観光スポット等の整備	<ul style="list-style-type: none"> ○主要観光関連施設・スポットのハード面の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ○町内の観光施設・スポットまで効果的に誘導するサイン・案内板の設置
観光情報の効果的な取りまとめと発信	<ul style="list-style-type: none"> ○観光テーマに応じた町内のモデルルートのとりまとめ ○ホームページに町内施設のマップコード番号を記載 ○インターネット活用による情報発信 ○観光案内所の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ○前期取組みの継続実施

平成25年度には、観光振興計画の周知及び新しい観光プロジェクト立ち上げのきっかけづくりにつなげることを目的に、前期に取組むテーマからキックオフ・プロジェクトを選定し実施します。

観光振興計画で掲げた目標に到達するために、次のような行動計画を実施します。
(計画は6年間の前期で実施するものと、後期に実施するものに分けます。)

今後は以下のような戦略的取組みを実施するとともに、観光推進体制のワーキングにおいて新たな観光プログラムの創造と実行を随時行い、集客の向上を目指します。

①町全体で観光客を快く受け入れおもてなすことができる意識の醸成

現状・課題

町民が地域の観光関連施設やスポット等を十分理解しておらず、また観光客を快く受け入れる気運が浸透していないことなどから、観光客から地域観光について尋ねられても十分な対応ができていない可能性がある。



到達目標

町民の多くが町の観光資源を理解し説明できる。
観光に従事する人のみならず、町全体が観光客に温かいおもてなしができる。

プロジェクト

ア)町民や上富良野のファンの参加による観光資源発掘プロジェクト
イ)町民を対象とした地元再発見ツアー
ウ)小中高校を対象とした「地域学(観光をテーマ)」講義等の開催
エ)観光人材育成プロジェクト など

①-ア 町民や上富良野のファンの参加による観光資源発掘プロジェクト

【概要】

「見る癒し」「聞く癒し」「食べる癒し」「触れて・体験して感じる癒し」「香る癒し」の五感で感じる癒しの視点から、町民に観光客にお勧めできる町内の観光資源と観光客への提供の仕方、観光資源のもつ物語などについて情報提供いただきます。

また、上富良野が好きで何度も訪れていただいている町外の人からも、町内のお勧めポイント、お勧めの理由などの情報を受け付けます。

いただいた情報は、観光協会などのホームページで紹介するほか、新しい観光プログラムの素材としての活用検討につなげます。

【方法・事業イメージ】

観光協会のホームページで専用ページを設けて、上富良野町のお勧めの観光資源を投稿いただくほか、観光協会や町への直接お知らせいただく方法をとります。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、観光資源発掘・物語創りワーキング

【行動計画】

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
専用ページの構築と情報受付開始	継続して情報を受付

①-イ 町民を対象とした地元再発見ツアー

【概要】

町民を対象に、町の隠れた観光資源、是非町民には知ってもらいたい観光資源などを知ってもらうツアーを実施し、地元のよさを再発見・再認識してもらうと同時に、観光客に対しても上富良野町の観光をよりよく伝えられるようにします。

また、地元再発見ツアーは必要に応じて今後観光振興計画で実施する新たな観光メニューのテスト機会としても位置づけます。

【方法・事業イメージ】

- 町内の主要観光スポットを周遊するルートを複数設けて、ガイドとともに町営バスを使って各ポイントを巡ります。(季節やコンセプトの異なるものを複数構築)
- 参加希望者は町の広報誌やホームページ、観光協会のホームページなどで募集します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会

【行動計画】

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
モデルコースの設定(基本構築)	モデルルートの拡充
モデルツアーの開催(基本構築後に実施)	

①-ウ 小中高校を対象とした「地域観光学」講義等の開催

【概要】

町内の小中高校にて、地域の歴史・文化、町の観光の現状、地域の観光資源などについて学び、地域観光についての理解を深めて地域のよさを認識するとともに、観光客に対しても親身に接することができるようにします。

【方法・事業イメージ】

- 町内の観光ボランティアガイドや観光協会・町職員などが学校の依頼により総合学習の一環で「観光」をテーマにした授業を行います。
- 「歴史・文化」「地域の自然・動植物」「観光の現状」「観光資源」などのテーマが盛り込まれた資料を作成し総合学習などの授業で活用します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、町内の小・中・高校

【行動計画】

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
地域観光資料の製作、講師の確保・育成	地域観光学の実施

①-エ 観光人材育成プロジェクト

【概要】

観光関連施設でのホスピタリティの向上やボランティアガイドの育成、その他特産品開発やグリーンツーリズム、アウトドア観光など観光振興計画で実践を目指すテーマに応じた人材育成を外部の専門家などの協力を得て実施します。

【方法・事業イメージ】

かみふらの「観光地域力向上塾(仮称)」を実施し観光人材の育成を図ります。北海道大学や北海道観光振興機構、北海道などの協力を得て専門家を招聘し、出前講座を設けます。

なお、参加者から有志を募り新しい観光を実践するワーキングづくりを目指します。

▼テーマ例

ホスピタリティの向上

⇒ 町内の観光関連施設の従業員を対象とした観光客の満足度向上につながる接客技術の向上を目指します。

ボランティアガイドの育成

⇒ 自然ガイドやアウトドアガイドなどに必要な知識・スキルの向上を目指します。北海道で実施しているアウトドア資格制度なども積極的に活用します。

特産品・地域メニューの開発

上富良野を代表する地域の特産品、上富良野ならではの地域メニューの開発と定着を図るために必要な考え方、マーケティング知識等の習得を図ります。

ニューツーリズムの企画と実践

「体験観光」「自然散策」「エコツーリズム」「グリーンツーリズム」など上富良野の特徴を活かした様々な観光を効果的に実践するために必要な知識の習得を図ります。

ITの活用を通じた観光マーケティングの実践

⇒ フェイスブックやツイッターなどITツールを活用した情報発信方法、観光マーケティング情報の活用方法を学びます。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会

【行動計画】

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
観光地域力向上塾の企画と一部実施	継続性が求められるテーマを引き続き実施

②かみふらの物語の素材となる観光資源の発見（再評価）・磨き上げ・観光プログラムとしての提供

現状・課題

上富良野町は富良野～美瑛観光エリアを構成するものの、近隣地域と比べて観光資源のインパクトが乏しく、観光客が少ないのが現状となっています。

また、町内には様々な観光関連施設・スポットなどがあるものの、夏場の花観光（ラベンダー観光）へ大きく依存しており、秋・冬・春の観光が弱く、個々の観光関連施設・事業者・スポットがつながりのある展開になっていないことが課題となっています。

さらに近年にかけて観光入込客数が減少傾向にあり新しい対策が必要です。



到達目標

- 上富良野町における観光の付加価値を高めリピーターを増加させる
- 花観光の時期に富良野～美瑛エリアを訪れる上富良野ならではの観光プログラムを構築し、来訪客の増加につなげる
 - グリーンツーリズムやアウトドアをはじめ、観光客の求める価値や期待にあわせた新しい観光を関係者の連携を深めて実施する
 - 上富良野ならではの特産品の開発を行う
 - オフシーズン期の観光プログラムを構築し来訪客の増加につなげる

プロジェクト

- ア) グリーンツーリズム、アウトドアなどニューツーリズムのプログラム化
- イ) 戦略的短時間周遊型プログラムの構築
- ウ) 宿泊客拡大に向けたプログラム構築
- エ) 上富良野ならではの特産品や料理の開発
- オ) イベントの魅力拡充
- カ) オフシーズン（冬）の集客に向けたプログラム など

②-ア グリーンツーリズム、アウトドアなどニューツーリズムのプログラム化

【概要】

これまであまり進められていなかったグリーンツーリズム、自然散策などの新しい観光を町内関係者との連携により進めます。

【方法・事業イメージ】

グリーンツーリズムの拡充(想定実施時期:春～秋)

- 上富良野町の基幹産業である「農業」と「観光」との融合を図り、収穫体験、農業体験、加工体験などが実施できるような体制づくりとプログラムを構築します。
- 既に町内でグリーンツーリズムを行っている農家のネットワークを拡大し、グリーンツーリズムを強力に実践することにより、教育旅行や一般観光客の受入れを拡大させ、農業の振興にも結びつけます。

自然資源を活かした自然散策ツアーの実践(想定実施時期:通年)

- 小動物や植物の観察や溪流めぐりなど自然散策が可能なルートを構築し、ガイド付のツアーを企画します。
- 自然散策のガイドブックも季節ごとのものを制作し、観光客に配布できるようにします。

フットパスの‘メッカ’を目指す(想定実施時期:通年)

- 環境ボランティア団体では既に町内及び大雪山をフィールドにしたフットパスを実践しています。
- 今後は上富良野町が全国一の「フットパス先進地」となり、フットパスを主目的にした観光客が全国から集まるよう、様々な取組みを行います。
- 具体的にはフットパスサミット(全国大会)の継続開催や、ガイドブックの制作、ショート・ミドル・ロングなど観光ニーズに応じたコースを充実(季節も考慮)させるとともに、制覇したコースに応じた記念品の進呈や完全制覇者に称号授与などを行います。

町内のホップを活かした産業観光の実践(想定実施時期:夏)

- 町内にはホップの育種開発について研究している、サッポロビール株式会社の研究所があり、ホップ農場も町内の広範囲にあります。
- ホップの収穫時にあわせて、農場におけるホップの摘み取り体験、上富良野町とホップの関わりの歴史やビール製造までのプロセスの講義、上富良野の限定ビールを地域の特産である「豚サガリ」を食べながら飲む、などを組み合わせたツアーをサッポロビール株式会社や旅行代理店などの協力を得て実施します。
- ツアーは飲酒が前提となることから、札幌や旭川、上富良野駅などからの送迎バスの利用を検討します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、JA、『ニューツーリズムワーキング』、『2～3時間上富良野に寄りませんかワーキング』など

【行動計画】

グリーンツーリズムの拡充

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
勉強会の実施、ネットワークづくり （ネットワーク後グリーンツーリズムを実施）	プログラムの拡充、プロモーションの強化

自然散策ツアーの実践

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
モデルコースの設定、ガイド育成、ガイドブック作成	ツアーの実施 （ガイドの確保・育成は継続して実施）

フットパスのメッカ創り

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
コースのPR、ガイドの確保・育成、 各種プロモーション、スタンプ制度導入	「食」など他の観光プログラムと連携した展開を 検討

ホップツアー

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
単独でのプログラムを試験的に実施	他の観光プログラムと融合された展開を検討

②-イ 戦略的短時間周遊型プログラムの構築

【概要】

夏場の花観光の時期に美瑛～富良野エリアの観光に来る観光客を上富良野町に呼び込むための戦略的な観光プログラムの構築と発信を行います。

観光客のニーズに応じ、上富良野町の5つの癒しを効果的に絡めた2～3時間程度のショートプログラムの構築を行います。

【方法・事業イメージ】

花資源を活用したプログラム構築(想定実施時期:夏～秋)

○日の出公園やラベンダーロードなどの花資源の充実のほか、町民の協力を得て町内に点在するオープンガーデンを巡るスタンプラリーを実施します。また「見る」だけでなくポプリづくりなど体験メニューも絡めます。

温泉資源を活用した展開(想定実施時期:通年)

○町内で飲食した観光客、ラベンダー施設等を訪れた観光客への町内温泉割引チケットを提供、あるいは町内の温泉施設を利用した観光客への町内観光関連施設の割引チケットを提供し町内の周遊を促します。

かみふらの八景めぐりのスタンプラリー(想定実施時期:通年)

○QRコードを各施設のポイントに設置し、八景全てを回った観光客に粗品や町内観光関連施設の割引チケットを提供します。

レンタル自転車による町内散策(想定実施時期:春～秋)

○町内のビューポイントやレストラン・カフェなどを2～3時間程度で周遊できるモデルコースを複数パターン設けて、観光客が電動自転車やマウンテンバイク等で周遊できるようにします。

○それぞれのポイント・施設の特徴が伝わるマップを別途制作し、利用者に配布できるようにします。

○自転車のレンタル場所として上富良野駅前や商店街の空き店舗などの活用なども検討します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、十勝岳観光旅館協会、商工会、町民、『2～3時間上富良野に寄りません
かワーキング』など

【行動計画】

花資源を活かしたプログラム

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
町内花資源の整備、オープンガーデン協力者 確保・ルートづくり	花資源の継続的な整備 オープンガーデン巡りツアーの実施

複数施設利用者への割引制度

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
協力施設の確保 （できるところから割引制度を導入）	割引制度の実施（対象施設の拡充）

かみふらの八景スタンプラリー

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
QRコードのポイントへの設置とスタンプラリーの 実施	事業の継続実施

レンタル自転車活用プログラム

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
モデルコースの設定、案内ガイド冊子の作成、 プログラムの一部実践	モデルコースの拡充 （季節やテーマに応じたコースの充実）

②-ウ 宿泊客拡大に向けたプログラム構築

【概要】

主に春、秋、冬場の観光オフシーズンにおける町内宿泊施設の利用客を増やすための様々な取り組みを実施します。

【方法・事業イメージ】

「かみふ暮らし」の推進

- 都会暮らしをする人が年に数回、町内のペンションなどに中長期滞在し四季折々の上富良野の魅力を体感できるようなプログラムを宿泊施設側が中心に提供します。
- 各ペンションでは観光客のニーズに応じて、各種体験メニューや滞在プログラムを整備します。必要に応じて、町内の観光プログラムとの融合も図ります。

「雲海」ウオッチング、「星空」ウオッチング

- 早朝に気候条件が整った時しか見ることができない「雲海」を十勝岳温泉郷などから眺める「雲海」ウオッチングツアーや、星空の美しい上富良野町の特徴を活かした「星空」ウオッチングをPRします。
- 雲海や星空がよく眺められるポイントを探し、各施設や観光協会のホームページ等で情報発信します。ガイドが付いたプランの場合はプラスアルファでガイド料を徴収します。
- いずれも早朝あるいは夜の行動となるため、宿泊客の増加が期待できます。ただ天候に大きく左右されるため、見ることができなかった時のための代替プランを造っておくことが必要となります。

町内の音楽家の宿泊施設出張ライブや楽器演奏体験の実施

- 町内の南米アンデス音楽をモチーフとしたアマチュアバンドをはじめ、ユニークな音楽活動を実施しているグループ・個人の協力を得て、宿泊施設へ出張ライブや楽器演奏体験などを行うことで、宿泊施設の付加価値を高めて利用者の拡大を目指します。

町内の農産物の積極活用など地産地消を強化することによる食の魅力アップ

- 地域ならではのメニュー、豊かな農畜産資源の地産地消などを通じた食の魅力アップを一層図り宿泊施設の利用拡大につなげます。
- JAや農家の協力を得て、安価に宿泊施設が食材を入手できる仕組みを作り、地産地消の拡大を図ります。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、JA、十勝岳観光旅館協会、商工会、『宿泊客拡大ワーキング』など

【行動計画】

かみふ暮らしの推進

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
協力施設の確保、連泊プランの構築	モデルツアーの実施から事業を本格展開

「雲海」「星空」ウオッチング

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
PR方法の検討、ガイドの確保・育成 (試験的にプログラムを実施)	事業の本格実施

音楽家による出張ライブ等

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
協力グループ、協力施設の確保 (試験的にライブイベントを実施)	事業の本格実施

地産地消等による食の魅力アップ

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
メニューの検討、JA等への働きかけ、効率的な 物流方法等の検討 (導入できるものから宿泊施設で実施)	地産地消の推進

②-エ 上富良野ならではの特産品や料理の開発

【概要】

上富良野町民が愛するメニュー「豚サガリ」や「かみふらのポーク」を使った新たなご当地メニューの開発や、地元のレストランや温泉施設等で提供可能な新たな料理メニューの開発・普及を推進します。また豚サガリや農産物を含めた地域の食材を活用した特産品作りに取り組めます。

【方法・事業イメージ】

- 町民からのアイデアコンテストのほか、町内の飲食店・旅館等の関係者で開発を行います。
- 開発された特産品やメニューは地域の飲食店や商店、宿泊施設でも提供・購入ができるようにするとともに、PR に努めることで知名度向上を目指します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、十勝岳観光旅館協会、商工会、町民など

【行動計画】

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
特産品・メニュー開発のチーム編成と試作品の開発、提供方法検討 （開発できたものから随時取扱い開始）	継続的な開発活動を実施

②-オ イベントの魅力拡充

【概要】

町民の企画による小イベントの実施や、既存イベントにおける町民企画のプログラムの提案など町民主導によるイベントの拡充や、商店街や自衛隊などとの協力による町の特色を活かしたイベントを新たに企画・実施します。

【方法・事業イメージ】

新規小イベントの実施(想定実施時期:通年)

- 地域の活性化と観光客との交流などを目的とした、町民の創意工夫・アイデア等に応じた小イベントの企画・実施を支援します。
- イベントは住民会・町内会や学校などの単位での実施を想定しています。

既存イベントの町民企画プログラムの活用(想定実施時期:通年)

- 季節ごとに様々なイベントが実施されていますが、町民から企画のアイデアを募り、イベント内でプログラム化します。
- アイデアは町民と観光客双方が楽しむことができるような企画とします。

商店街を活用した「かみふらのマルシェ」の実施(想定実施時期:秋)

- 農家の農産物作付ローテーションなどを考慮しつつ、町内の新鮮な農産物を集めて町内の商店街などで、観光客や地元町民を対象に直売する事業を行います。
- 農産物の直売のほか、加工品やメニューの販売などと絡めてイベントとして展開します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、商工会、JA、「イベント創出・地域商業活性化ワーキング」、町内会など

【行動計画】

町民企画による小イベントの実施

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
企画の受付 （採用されたものから試験的にイベントを実施）	イベントの実施（企画は随時受付）

町民企画による既存イベントの拡充

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
企画の受付 （採用されたものからイベントに反映）	イベントの実施（企画は随時受付）

かみふらのマルシェの開催

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
出品者・農産物、出品場所などマルシェの企画 （試験的にマルシェを実施）	かみふらのマルシェの本格実施

②-カ オフシーズン(冬)の集客に向けたプログラム

【概要】

観光客が落ち込む冬にかけての観光プログラムを開発し冬場の集客向上につなげます。

【方法・事業イメージ】

上富良野の特徴を活かしたスノーアクティビティの実施

- 冬場に実施可能な自然散策ルートを構築し、地元ガイドの誘導のもとスノーシューツアーを行います。
- 既にオーストラリアからの観光客に広まりつつある、十勝岳の山スキー・スノーボードツアーを地元のガイドを確保・育成します。
- 高さ2～3メートルの雪の壁の中を2～3km程度歩ける「かみふらの雪壁ウォーク」を検討します。
- 冬の「かみふらの八景」巡りを、地元のガイドが付いて実施します。観光客のニーズにあわせて半日コース、1日コース、1泊2日コースなどの設定を検討します。

「かまくら」を活かした観光プログラムの開発

- 「かみふらの雪まつり」の開催時にかまくらを会場に設置し、中で飲食が実施できるようにします。
- また可能な範囲で、町内の特定スペースで「かまくら」を一定期間常設で設置し、焼き肉・バーベキュースペースとして開放することも検討します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会、十勝岳観光旅館協会、商工会、「オフシーズン対策ワーキング」など

【行動計画】

スノーアクティビティ

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
ガイド確保・育成、プログラムの企画 (可能なものから事業を実施)	事業の本格実施

かまくらを活かしたプログラム

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
プログラム企画(冬まつりから試験的に実施)	事業の本格実施

③観光客に満足してもらうための観光関連施設・観光スポット等の整備

現状・課題

駐車場や誘導を促す案内板等が整備されていないため、十分な集客につながっていない観光施設やスポットが町内に多く存在



到達目標

町内の観光関連施設・スポット等を整備し、魅力を向上する
町内の観光関連施設・スポットまでの誘導を促すサインや案内板等を設置し観光入込客数の増加につなげる

プロジェクト

- ア) 主要な観光関連施設・スポットのハード面の整備
- イ) 町内の観光施設・スポットまで効果的に誘導するサイン・案内板の設置

③-ア 主要な観光関連施設・スポットのハード面の整備

【概要】

観光客の利便性につなげるため、町内の主要な観光関連施設について必要に応じた整備を行います。

【方法・事業イメージ】

- 日の出公園山頂までのアクセス道路の拡充・駐車場の整備
- かみふらの八景など町内景勝ポイント付近の駐車場の整備
- 上富良野駅付近や十勝岳ラベンダーロード等施設・エリアの花(ラベンダー)の充実

【プロジェクト実施主体】

町、町民

【行動計画】

日の出公園の道路・駐車場整備

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
整備計画の策定、整備の実施	—

景勝ポイントの駐車場等整備

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
整備が必要なポイントの検討、関係者の調整	整備の実施

花の充実

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
必要施設の検討 (できるところから整備を実施)	手入れは継続的に実施

③-イ 町内の観光施設・スポットまで効果的に誘導するサイン・案内板の設置

【概要】

町内の観光施設・スポットに案内表示等を設置し、観光客を効果的に誘導できるようにします。

【方法・事業イメージ】

富良野・美瑛広域観光推進協議会の事業なども活用し、国道237号線やかみふらの八景など主要観光スポットに隣接する道路沿いに、共通のロゴマークをセットにした案内標識・サイン等を設置し観光客を町内に呼び込みやすい環境をつくれます。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会

【行動計画】

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
設置場所と設置方法、内容等の検討	必要に応じサイン、案内板等を設置箇所の拡充

④ 観光情報の効果的なとりまとめと発信

現状・課題

町内には魅力的な観光施設・ポイント等が数多くあるものの、観光客に対する情報発信が不十分であり、十分な集客につながっていない。

到達目標

観光客にとって分かりやすい町内の観光情報を整理するとともに、効果的な情報発信を行います。

プロジェクト

ア) 観光テーマに応じた町内のモデルルートのとりまとめと効果的な情報発信
イ) 観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記
ウ) ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報発信
エ) 観光案内所の整備 など

④-ア 観光テーマに応じた町内のモデルルートの取りまとめと効果的な情報発信

【概要】

1～2時間程度で町内のお勧め施設・店・ポイント等を巡ることができる案内資料をつくり、観光客が効果的に町内観光を楽しむことができるようにします。

【方法・事業イメージ】

車やレンタサイクル等で町内を2～3時間程度で周遊できるモデルルートをつくり、「飲食」や「景勝ポイント」などの立ち寄りポイントとそれぞれのウリ・特徴などを簡潔にまとめた手作り感のある1枚ものの案内資料を作成し、観光案内所や観光協会、また町内の観光施設等に用意し観光客に積極的に配布します。

また同様の資料は観光協会のホームページでもダウンロードできるようにします。

モデルルートは町民などから集めた町内のお勧め観光資源や、「2～3時間上富良野に寄りませんか」ワーキングでの検討から整理します。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会

【行動計画】

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
モデルルート構築	ルートの拡充
案内資料作成、ホームページへの反映(できあがったルートから随時作成)	

④-イ 観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記

【概要】

ナビゲーションシステムをついた車移動の観光客の利便性を高めるため、観光協会のホームページや町内の観光関連パンフレットに記載された観光施設・ポイント等にマップコード番号を記載します。

【方法・事業イメージ】

- 観光協会、商工会のホームページにある町内の観光施設・ポイントの所在地にマップコード番号を付記します。
- また既存の観光ガイドや資料等についても、順次マップコードを記載します。

【プロジェクト実施主体】

町、商工会、観光協会

【行動計画】

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
ホームページへのマップコードの付記(施設・ポイントの更新があれば随時実施)	
観光ガイド・資料等への付記(施設・ポイント等の変更があれば随時実施)	

④-ウ ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報受発信

【概要】

近年にかけ、インターネットを通じた観光情報の収集が主流になっていることから、ホームページを整備し観光客の口コミや評判などを活かした観光情報の発信を行います。

旬の地域観光情報の発信や効果的な口コミ情報等を受発信することにより、集客向上につなげます。

【方法・事業イメージ】

- 観光協会のフェイスブックサイトを構築し、観光客との双方向のコミュニケーションがとれるようにします。観光協会のホームページからリンクできるようにします。
- 観光客はフェイスブックサイトからタイムリーに観光情報を入手したり、観光を通じた「かみふらの物語」の書き込みができるようにします。
- また既存の観光協会のホームページに、町民や町外の上富良野ファンから観光の情報発信ができるよう、フェイスブックやツイッターのリンクコーナーを作成します。

【プロジェクト実施主体】

観光協会、町民、観光資源発掘・物語創りワーキング

【行動計画】

前期(～3年目)	後期(4年～6年目)
サイトコンセプト企画、サイトの構築	サイトの維持・管理

④-エ 観光案内所の整備

【概要】

見晴台公園などに設置されている観光案内所の機能強化を図るとともに、案内所の存在が分かるような表示を行うことで、利用者の拡大を図ります。

【方法・事業イメージ】

- 観光案内所で地域の情報発信が十分できるよう、スタッフの育成やパソコンの設置などを行うほか、観光客に利用しやすいよう建物の拡充も行います。
- 観光案内所の存在が観光客に分かるよう、看板を周囲に設置するとともに案内所内あるいは案内所付近に売店（アンテナショップ等）を設置するなどして立ち寄り機会の拡大を図ります。

【プロジェクト実施主体】

町、観光協会

【行動計画】

観光案内所の機能強化

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
スタッフ研修、パソコンの設置、施設の拡充	必要に応じて施設の拡充を検討

観光案内所の利用拡大

前期（～3年目）	後期（4年～6年目）
物販機能の強化策検討、表示物の設置 （できるところから物販事業を新たに開始）	物販事業の本格実施

【行動計画一覧】

実施項目	プロジェクト名	行動計画	具体取組みテーマ (優先度が高いものは◎)
町全体で観光客を快く受入れおもてなすことができる意識の醸成	町民や上富良野ファンの参加による地域の観光資源発掘プロジェクト	前期	◎町民や上富良野のファンの参加による観光資源発掘プロジェクト
	町民を対象とした地元再発見ツアー	前期	◎町民を対象とした地元再発見ツアー
	小中高校を対象とした「地域学(観光をテーマ)」講義等の開催	後期	○小中高校を対象とした「地域観光学」講義等の開催
	観光人材育成プロジェクト	前期	◎ホスピタリティの向上 ◎ボランティアガイドの育成 ◎特産品・地域メニューの開発 ◎ニューツーリズムの企画と実践 ○ITの活用を通じた観光マーケティングの実践
かみふらの物語の素材となる観光資源の発見(再評価)・磨き上げ・観光プログラムとしての提供	ニューツーリズムのプログラム化	前期	◎グリーンツーリズムの拡充 ○自然資源を活かした自然散策ツアーの実践 ◎フットパスの「メッカ」を目指す ◎町内のホップを活かした産業観光の実践
	戦略的短時間周遊プログラムの構築	前期	○花資源を活用したプログラム構築 ○温泉資源を活用した展開 ◎かみふらの八景めぐりのスタンプラリー ○レンタル自転車による町内散策
	宿泊客拡大に向けたプログラム構築	前期	○「かみふ暮らし」の推進 ◎「雲海」ウォッチング、「星空」ウォッチング ○町内の音楽家の宿泊施設出張ライブと楽器演奏体験の実施 ◎町内の農産物の積極活用など地産地消を強化することによる食の魅力アップ
	上富良野ならではの特産品や料理の開発	前期	○上富良野ならではの特産品や料理の開発
	イベントの魅力拡充	後期	○新規小イベントの実施 ○既存イベントの町民企画プログラムの活用 ◎商店街を活用した「かみふらのマルシェ」の実施

実施項目	プロジェクト名	行動計画	具体取組みテーマ (優先度が高いものは◎)
かみふらの物語の素材となる観光資源の発見(再評価)・磨き上げ・観光プログラムとしての提供	オフシーズン(冬)の集客に向けたプログラム	後期	◎上富良野の特徴を活かしたスノーアクティビティの実施 ○「かまくら」を活かした観光プログラムの開発
観光客に満足してもらうための観光関連施設・観光スポット等の整備	主要観光関連施設・スポットのハード面の整備	前期	○主要な観光関連施設・スポットのハード面の整備
	町内の観光施設・スポットまで効果的に誘導するサイン・案内板等の設置	後期	○町内の観光関連施設・スポットまで効果的に誘導するサインや案内板等の設置
観光情報の効果的な取りまとめと発信	観光テーマに応じた町内のモデルルートを取りまとめと効果的な情報発信	前期	◎観光テーマに応じた町内のモデルルートのとりにまとめと効果的な情報発信
	観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記	前期	◎観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記
	ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報発信	前期	◎ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報発信
	観光案内所の整備	前期	◎観光案内所の整備

上富良野町観光振興計画策定経過表

時期	観光開発審議会	情報交換会議	町民等の意見反映
5月	5/24 第1回観光開発審議会 ・観光振興計画策定の とりまとめに向けた手順、 考え方等について審議		
6月		6/5 第1回情報交換会 ・町民アンケート調査票の検討	6/中旬～下旬 ・町民アンケート
7月		7/13 第2回情報交換会 ・町民アンケート調査中間報告 ・来訪者アンケート調査票の 検討	7/下旬～ ・来訪者アンケート ・宿泊者アンケート
8月			～8/上旬 ・来訪者アンケート ・宿泊者アンケート
9月		9/25 第3回情報交換会 ・コンセプト(基本理念)の検討	9/10 意見交換会 ・上富良野町観光振興計画の 考え方について ・アンケート調査結果報告
10月	10/11 第2回観光開発審議会 ・上富良野町観光振興計画 素案について審議		10/25～ パブリックコメント受付 10/26 町民説明会 ・上富良野町観光振興計画 素案について
11月			～11/25 パブリックコメント受付
12月	12/20 第3回観光開発審議会 ・上富良野町観光振興計画審議、 答申に附する意見調整 ・上富良野町観光振興計画答申	12/3 第4回情報交換会 ・パブリックコメント結果について ・上富良野町観光振興計画案 について	

上富良野町観光振興計画について（諮問・答申）

上富商観 第160号
平成24年5月24日

上富良野町観光開発審議会
会長 宮下吉勝様

上富良野町長 向山富夫

上富良野町観光振興計画の策定について(諮問)

上富良野町観光開発審議会条例第2条の規定により、次の事項について諮問しますので審議のうえ、ご答申願います。

記

- 1 諮問事項
上富良野町観光振興計画の策定について
- 2 諮問期限
平成24年11月下旬

諮問理由

本町は、大雪山国立公園十勝岳連峰麓に広がる富良野盆地北部に位置し、基幹産業である農業とともに、その農業景観が織りなす田園風景、十勝岳連峰を眺望できる雄大な山岳風景と温泉観光、町花ラベンダーなど多様な観光資源を有する観光のまちです。

ラベンダー観光が目立ってから著しく観光入込客数が増加し、最盛期を迎える平成13年には年間100万人を超えるまでに至り、隣接する市町村と合わせた富良野・美瑛エリアが国内有数の観光地として広く認識されるまでになりました。

しかし、経済情勢の悪化と旅行需要の停滞により、観光入込客数が年々減少し、また、観光地の競争化、団体旅行から個人旅行への旅行動態の変化などの要因も含め、現在では80万人を下回り、地域観光関連産業の衰退が懸念されることから、今後において観光入込客数の維持、拡大を図り、安定した地域観光関連産業を確立することが急務であり、民間事業者、観光協会及び行政がより一体となった計画的な取り組みが求められています。このことから「第5次上富良野町総合計画」の基本理念を原則とし、平成25年度から平成30年度までの6年間を計画期間とする上富良野町観光振興計画を策定したいので、上富良野町観光開発審議会条例第2条の規定により、その基本的な考え方について貴審議会の意見を求めます。

平成24年12月20日

上富良野町長 向山富夫様

上富良野町観光開発審議会
会長 宮下吉勝

上富良野町観光振興計画の策定について(答申)

平成24年5月24日付上富商観第160号をもって本審議会に諮問のあった上富良野町観光振興計画の策定について、委員相互で情報交換会を含め7回にわたり意見を交わし審議を重ねた結果、別添のとおり策定すべきものと決定しましたので答申します。

上富良野町観光開発審議会 委員名簿

	氏名		所属団体等	役職等
会長	宮下吉勝	観光協会	一般社団法人かみふらの十勝岳観光協会	会長
副会長	本田健祐	学職経験者	住民会長連合会	会長
委員	川上幸夫	学職経験者	ふらの農業協同組合	副組合長理事
委員	佐川泰正	学職経験者	上富良野町商工会	会長
委員	多田繁夫	学職経験者	その他個人(6次産業化実践)	
委員	中西靖男	学職経験者	その他個人(移住者)	
委員	松田 靖司 (平成24年9月14日～)	学職経験者	かみふらの十勝岳観光旅館協会	副会長
委員	吉田 宏 (～平成24年9月13日)	学職経験者	かみふらの十勝岳観光旅館協会	会長
委員	長田公一	観光協会	一般社団法人かみふらの十勝岳観光協会	事務局長

上富良野町観光開発審議会条例

昭和47年12月25日条例第34号

改正 昭和56年6月29日条例第28号
平成11年3月26日条例第2号
平成15年12月17日条例第29号

上富良野町観光開発審議会条例

(設置)

第1条 上富良野町の観光事業に関する総合的な開発対策を樹立し、その円滑な推進を図るため、上富良野町観光開発審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(所掌事項)

第2条 審議会は、町長の諮問に応じて次の事項につき調査審議し、又は意見を具申するものとする。

- (1) 観光事業の基本方針の策定に関すること。
- (2) 観光施設の整備促進に関すること。
- (3) 観光資源の開発、保護及び育成に関すること。
- (4) その他観光事業に関し、必要と認めること。

(組織)

第3条 審議会は委員8人をもって組織し、その委員は次に掲げる者のうちから町長が任命する。

- (1) 社団法人かみふらの十勝岳観光協会々員
 - (2) 学識経験者
- 2 委員は当該諮問にかかる審議が終了したときは、解任するものとする。

(会長及び副会長)

- 第4条 審議会に会長及び副会長を置く。
- 2 会長及び副会長は委員が互選する。
 - 3 会長は審議会を代表し、会務を総理する。
 - 4 副会長は会長を補佐し、会長に事故があるときはその職務を代理する。

(会議)

- 第5条 審議会は会長が招集する。
- 2 審議会は委員の過半数が出席しなければ会議を開く事ができない。
 - 3 議事は出席委員の過半数で決し、可否同数のときは会長の決するところによる。

(庶務)

第6条 審議会の事務は産業振興課において処理する。

(雑則)

第7条 この条例に定めるもののほか審議会の運営に関し、必要な事項は町長が定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

附 則(昭和56年6月29日条例第28号)

この条例は、昭和56年9月1日から施行する。

附 則(平成11年3月26日条例第2号)

この条例は、平成11年4月1日から施行する。

附 則(平成15年12月17日条例第29号)

この条例は、平成16年4月1日から施行する。

