
士別市観光振興基本計画

2019年度～2025年度



2019年3月

士別市

目次

1 士別市観光振興基本計画について

(1) 計画策定の背景.....	1
(2) 計画の位置づけ.....	1
(3) 計画の対象となる期間.....	1
(4) 計画策定のポイント.....	2

2 士別市を取り巻く観光の外部環境

(1) 日本の観光政策の方向性.....	3
(2) 国内旅行者の観光動向.....	4
(3) 訪日外国人の観光動向.....	5
(4) 北海道の観光動向.....	7

3 士別市の観光基本情報

(1) 士別市の概要・特徴.....	8
(2) 士別市の観光資源・地域資源.....	9

4 士別市の観光の現状と課題

(1) 観光客数調査.....	10
(2) 羊に関する調査.....	13

5 「ありたい姿」と現状分析に基づく戦略の導き出し

(1) 7年後の「ありたい姿」(目標)と現状分析に基づく戦略の導き出し.....	15
(2) 現状分析(SWOT分析).....	16
(3) 戦略の導き出し(クロスSWOT分析).....	17

6 キャッチコピー・基本理念

(1) キャッチコピー.....	18
(2) 基本理念.....	18

7 基本方針・重点施策

(1) 基本計画の推進.....	19
------------------	----

(2) 重点施策の効果検証.....	19
(3) 基本方針及び重点施策	20

8 資料集

(1) SWOT 分析 (詳細)	30
①観光	30
②教育	33
③生涯学習・文化・スポーツ	35
④農業・林業.....	37
⑤商業・工業.....	39
⑥合宿・企業誘致.....	41
⑦雇用・労働者福祉	43
⑧地域間交流・移住	45
⑨都市計画・交通.....	47
(2) クロス SWOT 分析 (詳細)	49
①観光	49
②教育	51
③生涯学習・文化・スポーツ	52
④農業・林業.....	53
⑤商業・工業.....	54
⑥合宿・企業誘致.....	55
⑦雇用・労働者福祉	56
⑧地域間交流・移住	57
⑨都市計画・交通.....	58
(3) 土別市観光振興基本計画策定委員名簿.....	59
(4) 土別市観光振興基本計画策定委員会の開催経過.....	60
(5) パブリックコメントの実施状況	61

1 士別市観光振興基本計画について

(1) 計画策定の背景

少子高齢による人口減少は、全国的な問題となっており、本市においても例外ではなく、「国立社会保障・人口問題研究所」が発表した『日本の地域別将来推計人口（平成30（2018年）3月推計）』のデータによると、2045年の本市の人口は9,895人と推計されており、現在の約半数になることが想定されるなか、「士別市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、基幹産業である「農業」の振興と本市のまちづくりの特徴のひとつである「合宿」をはじめ、「交流人口」の増加や「健康長寿」「子育て」環境の充実などのめざすべき将来の方向性を踏まえ、2060年の目標人口を「11,000人」としています。

地域の定住人口が減少するなか、地域外から人が訪れる「交流人口の増加」は、優先して取り組むべき重要な地域課題のひとつであり、さらには、人口減少による国内旅行需要の減少や観光における価値観、ニーズの多様化、増加する訪日外国人旅行者への対応など、観光を取り巻く環境の変化に対する柔軟な対応が必要です。

本市は、これまで「サフォークランド士別」を掲げ、サフォーク羊を中心に、観光振興を図る様々な取り組みを進めており、現在では、羊が放牧された牧歌的な風景、シープドッグショー、羊の毛刈りショー、羊毛工芸などの体験メニュー、さらに、「士別サフォークラム」を使用した「食」を目的に、道内外から多くの観光客が訪れています。

今後のさらなる観光を中心とする来訪者や交流人口の拡大に向け、本市の観光振興における「ありたい姿」＝目標の実現に向けた取り組みや事業実施の方向性を示す指針として、「士別市観光振興基本計画」（以下、「基本計画」という。）を策定します。

(2) 計画の位置づけ

基本計画は、本市の観光分野における各施策に取り組むにあたっての基本となる計画です。本市の最上位計画である「士別市まちづくり総合計画」（以下、「総合計画」という。）との整合を図るとともに、国や道の観光関連計画との連携も図ります。

(3) 計画の対象となる期間

基本計画は、総合計画との整合を図るため、2019年度から2025年度までの7年間を計画期間としています。また、2021年度までを前期、2025年度までを後期とし、中間年で進捗状況の検証を行い、外部環境の変化に応じて計画内容の見直しを行います。

		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
まちづくり総合計画									
観光振興基本計画	基本方針								
	重点施策								

(4) 計画策定のポイント

基本計画は、様々な視点からの意見を反映するため、市内各団体と観光振興に関心のある市民による「士別市観光振興基本計画」策定委員会（以下、「策定委員会」という。）により、次の視点で検討してきました。

① 市民が『地域力』を発揮できる「観光振興基本計画」

基本計画において、『市民』『事業者』『来訪者』それぞれの立場で、7年後の「ありたい姿」＝目標を明確にしたうえで現状分析を行い、市民が中心となった『地域力』の発揮により、「現状」と「ありたい姿」の差を埋め、目標を実現するという視点のもと、必要となる方針や施策を検討しています。

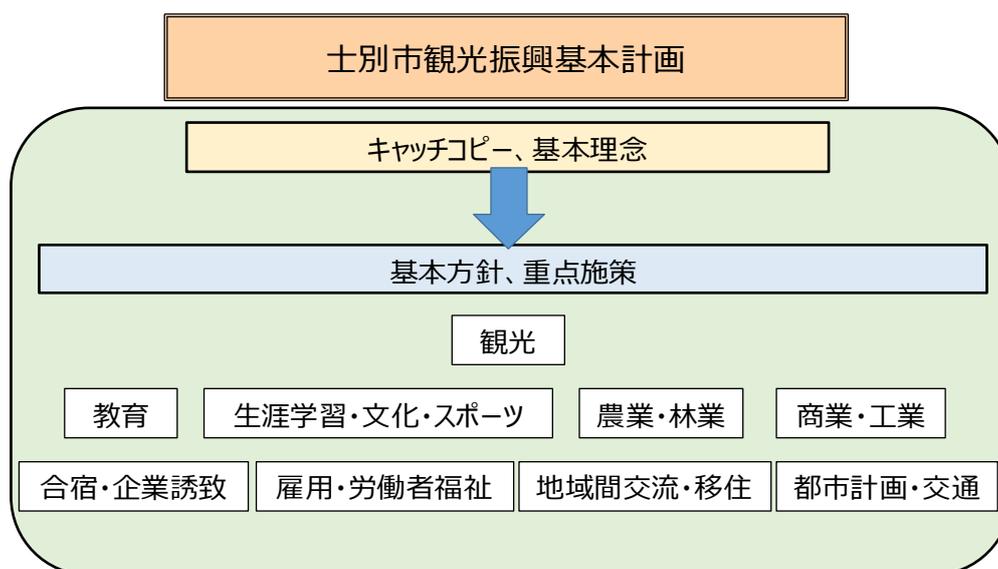
② 『市民』『事業者』『来訪者』それぞれの立場による「観光振興基本計画」

『市民』『事業者』『来訪者』それぞれの立場により、現状抱える課題や理想は異なります。策定委員会では、それぞれの視点に立った議論を行うことで、本市の観光における課題を明確にしています。

また、一般的な観光は、主に市外から訪れる『来訪者』を想定する傾向にあります。『市民』の市内観光スポットへの立ち寄りを促すことも観光振興のひとつであり、『市民』と『来訪者』それぞれの立場で基本方針や重点施策を検討しています。

③ 観光分野だけではなく、地域全体の課題解決をめざす「観光振興基本計画」

基本計画は、「ありたい姿」を実現するための解決すべき課題を、観光分野に特定せず、「総合計画」における8分野の地域課題についても、「観光×合宿・企業誘致」あるいは、「観光×農業」などといった視点により、観光視点での解決策を検討しています。



2 士別市を取り巻く観光の外部環境

(1) 日本の観光政策の方向性

平成 29 (2017) 年 3 月に「観光立国推進基本計画」の改定案が閣議決定されました。「観光立国推進基本計画」は、観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための基本的な計画や数値目標を定めています。

「観光立国推進基本計画」の概要は以下のとおりです。

●基本的な方針

- ① 国民経済の発展
- ② 国際相互理解の増進
- ③ 国民生活の安定向上
- ④ 災害、事故等のリスクへの備え

●計画期間

平成 29 (2017) 年度から平成 32 (2020) 年度までの 4 年間

※従来の計画は 5 年間の計画期間でしたが、観光ビジョンの目標年次や 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を踏まえ、平成 32 (2020) 年度までが新たな計画の計画期間となっています。

●目標

① 国内観光の拡大・充実

国内旅行消費額：21 兆円【平成 27 (2015) 年度 実績値：20.4 兆円】

② 国際観光の拡大・充実

(1) 訪日外国人旅行者数：4,000 万人【平成 27 (2015) 年度 実績値：1,974 万人】

(2) 訪日外国人旅行消費額：8 兆円【平成 27 (2015) 年度 実績値：3.5 兆円】

(3) 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数：2,400 万人

【平成 27 (2015) 年度 実績値：1,159 万人】

(4) 訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数：7,000 万人泊

【平成 27 (2015) 年度 実績値：2,514 万人泊】

(5) アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合：3 割以上

【平成 27 (2015) 年度 実績値：26.1%】

③ 国際相互交流の推進

日本人の海外旅行者数 2,000 万人【平成 27 (2015) 年度 実績値：1,621 万人】

●施策

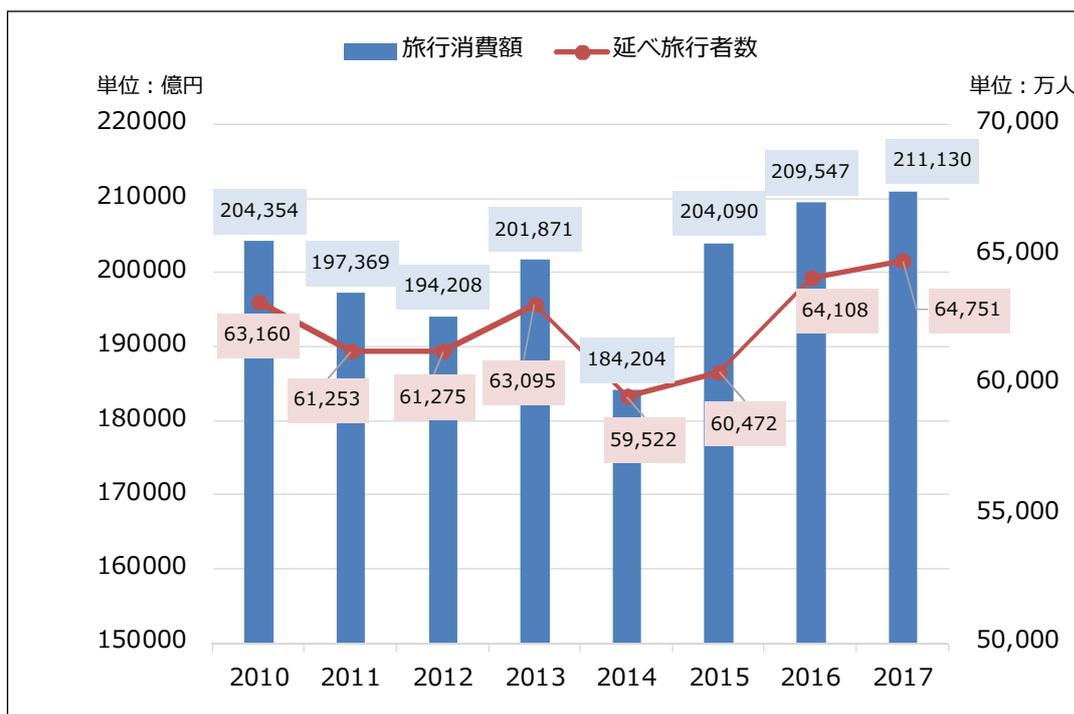
以下の4つの柱のもと、目標達成に向けた施策が示されています。

- ① 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成
- ② 観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成
- ③ 国際観光の振興
- ④ 観光旅行の促進のための環境の整備

(2) 国内旅行者の観光動向

●日本人国内旅行の動向（暦年）

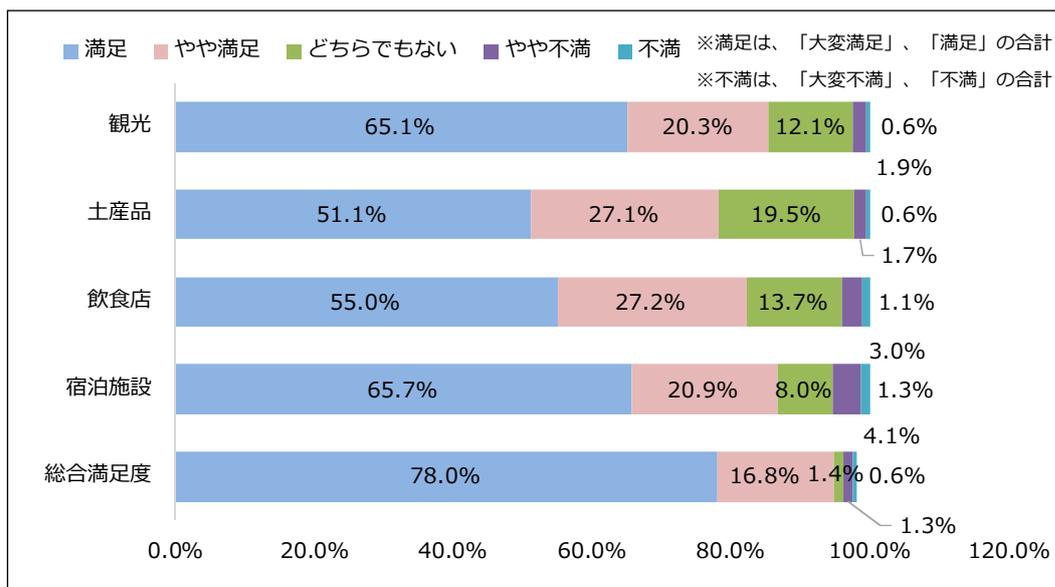
平成29（2017）年においては、日本人の国内旅行消費額は21兆1,130億円（前年比0.8%増）、国内延べ旅行者数は6億4,751万人（前年比1.0%増）となっています。グラフからもわかるとおり、平成26（2014）年からは、増加傾向にあります。



出典：観光庁「旅行・消費動向調査」

●日本人国内旅行の総合満足度

平成 29（2017）年に観光庁が実施した、国内宿泊旅行（観光・レクリエーション目的）に関する調査では、訪問地に対する満足度は下記グラフのようになっています。総合満足度では、満足と回答した割合が 78%と高い結果となった一方、土産品と飲食店に関しては、満足度が低い傾向にあります。



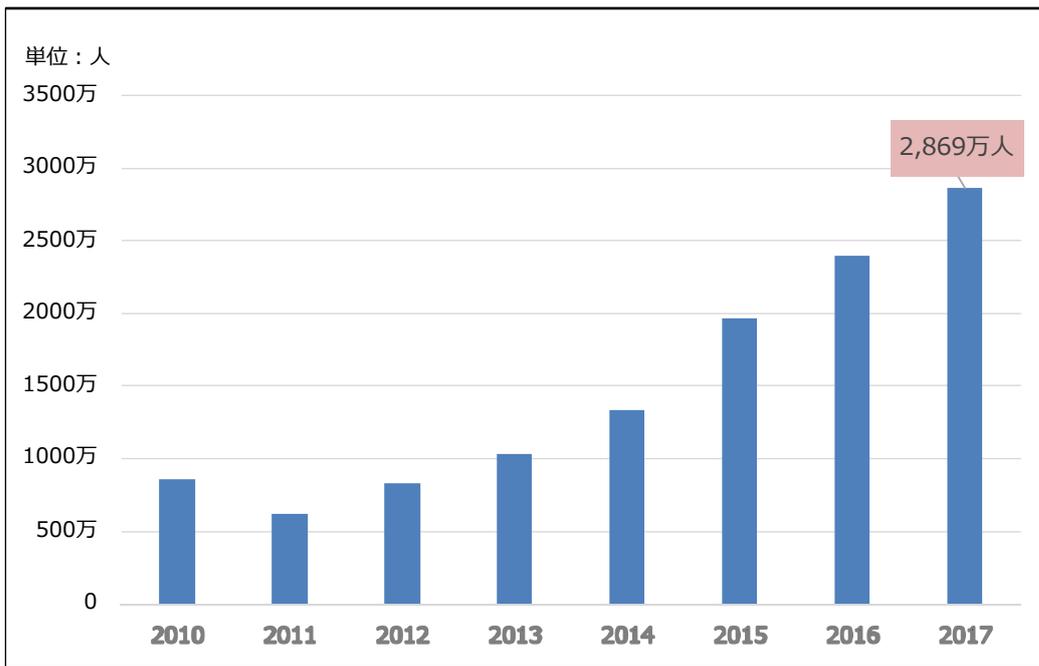
出典：観光庁「旅行・消費動向調査」

（3）訪日外国人の観光動向

●外国人旅行者の動向（暦年）

日本を訪れる外国人旅行者の数は年々増加傾向にあり、平成 29（2017）年は前年比 19.3%増の 2,869 万人となっています。一方、伸び率では平成 27（2015）年の 47.1%増、平成 28（2016）年の 21.8%増と比較し、低下傾向にあります。

前述した「観光立国推進基本計画」では 2020 年の訪日外国人数の目標は 4,000 万人となっており、現状の伸び率を維持できれば目標の達成は可能であると考えられます。



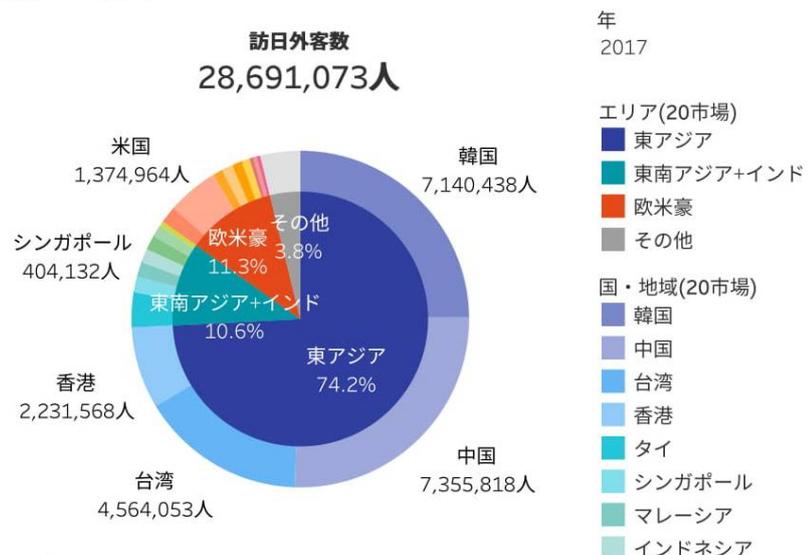
出典：日本政府観光局（JNTO）より作成

●国別の外国人旅行者（平成 29（2017）年）

また、国別に訪日外国人人数を見ていくと、韓国が 714 万人（25%）、中国が 735 万人（26%）、台湾が 456 万人（16%）、香港が 223 万人（8%）となっており、東アジア地域からの観光客が、全体の約 75%を占めています。他地域では、米国が 137 万人（5%）、タイが 98 万人（3%）となっています。

©日本政府観光局（JNTO）

2017年 各国・地域別の内訳

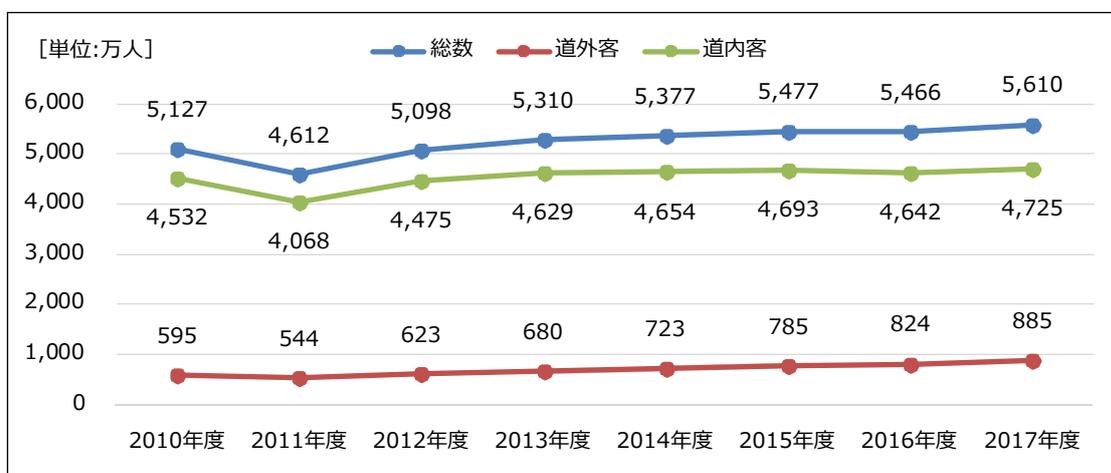


出典：日本政府観光局（JNTO）

(4) 北海道の観光動向

●北海道の観光入込客数の推移（年度）

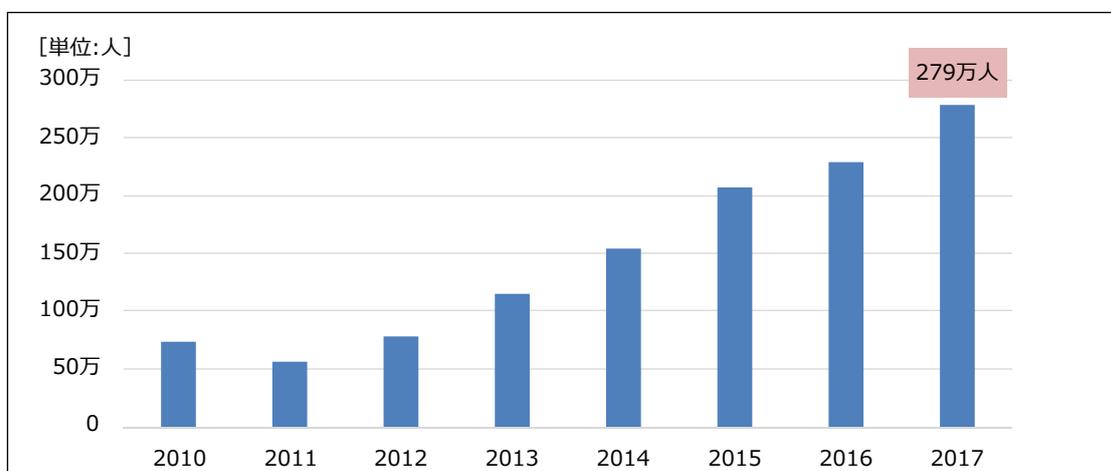
平成 28（2016）年度は台風や大雪等を原因として観光入込客数が微減したものの、平成 29（2017）年度はアジア圏との国際線が新たに就航されたことなど、外国人を含む観光入込客数の総数は、5,610 万人（前年比 2.6%増）と過去最高となっています。このうち道内客は 4,725 万人（前年比 1.8%増）、道外客は 885 万人（前年比 7.4%増）となっています。なお、道外客のうち日本人旅行者は 606 万人（前年比 2.0%増）、外国人旅行者は 279 万人（前年比 21.3%増）となっており、外国人旅行者の増加が道外客数の伸びに寄与しています。



出典：北海道観光入込客数調査報告書

●北海道の外国人旅行者数（年度）

北海道の外国人旅行者数は平成 24（2012）年度から増加傾向にあり、日本全体の平成 29（2017）年度の訪日外国人旅行者数 2,869 万人のうち 9.7%にあたる 279 万人が北海道を訪れています。



出典：北海道観光入込客数調査報告書

3 士別市の観光基本情報

(1) 士別市の概要・特徴

本市は、北海道北部に位置し、道立自然公園「天塩岳」をはじめとする山々に囲まれ、北海道第2の大河「天塩川」の源流域にある水と緑ゆたかな田園都市です。

本市には、JR宗谷本線や北海道縦貫自動車道をはじめ、国道や主要道道が接続しているなど、周辺都市とのネットワークは良好な条件にあり、北海道の中心都市である札幌市までは、車で約2時間半、JRでは約2時間でアクセス可能です。

また、明治32(1899)年に、最北で最後の屯田兵の入植によって開拓の鍬がおろされた旧「士別市」は、昭和29(1954)年に当時の士別町・上士別村・多寄村・温根別村の1町3村の合併により、道内20番目の市として誕生しました。

一方、明治38(1905)年から開拓の歴史が始まった旧「朝日町」は、昭和37(1962)年に町制を施行しました。

現在の士別市は、平成17(2005)年に旧「士別市」と旧「朝日町」が合併して誕生しました。

第一次産業が主たる産業であり、農業や林業、畜産業が盛んに営まれています。また、本市の個性の1つ「自動車等試験研究のまち」として積雪寒冷な自然条件や風土のもと、冬季を中心に自動車関連の試験研究が数多く行われており、多くの方が本市を訪れています。

本市の特筆すべき観光資源としては、市街地西側の丘陵地帯に広がる「羊と雲の丘」が挙げられます。広大な敷地のなかには放牧場があり、春から秋にかけて約100頭のサフォーク羊が放牧されており、餌やり体験ができるほか、「羊の毛刈りショー」や「シープドッグショー」が開催され、休日になると多くの来訪者で賑わいます。

市街地を一望できる「羊と雲の丘」頂上には、レストラン「羊飼いの家」があり、眼下に広がる牧歌的な風景と四季折々の自然を楽しみながら、地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」を使用したオリジナル料理を楽しむことができます。また、レストランに併設して、バーベキューハウスもあり、本格的なジンギスカンも楽しめます。

「羊と雲の丘」敷地内には、「世界のめん羊館」があり、世界各地の羊が展示、飼育されており、国内でも珍しい種の羊を観覧することができるほか、「世界のめん羊館」に隣接して、「めん羊工芸館くるるん」があり、コースターやストラップづくりをはじめ、20種類以上の体験メニューのなかから、気軽に羊毛工芸を楽しむことができます。

また、「羊と雲の丘」では、冬期間、「スノーモビルランドイン士別」を開催し、スノーモビルやラフティングボートなどの乗車体験ができ、年間をとおして多くの方が「羊と雲の丘」を訪れています。

(2) 士別市の観光資源・地域資源

- ① 観光施設・宿泊施設 16件 (1~18)
- ② 自然遺産・公園 6件 (19~25)
- ③ 体験イベント・ショー12件(26~37)

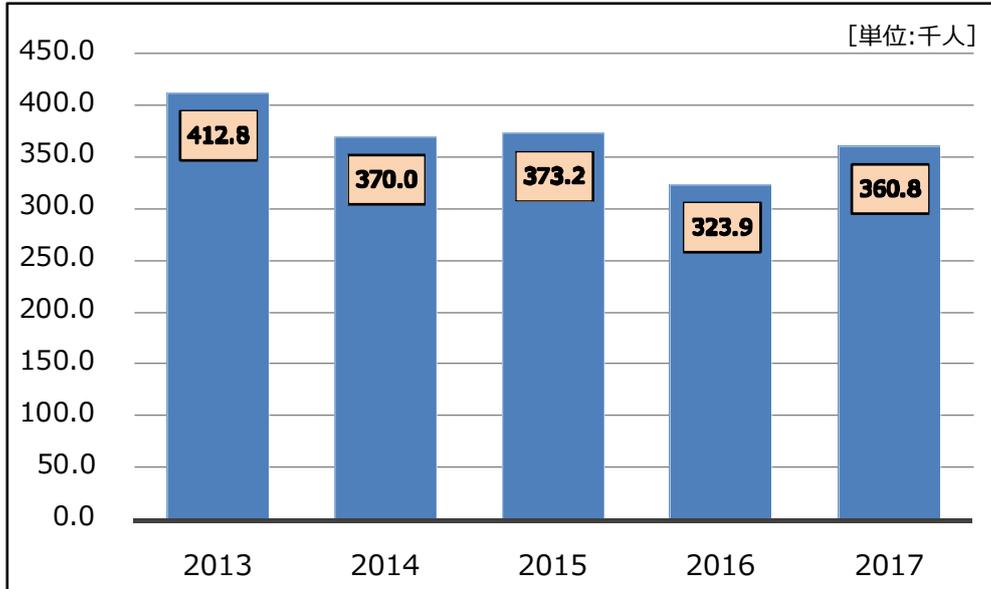
観光施設・ 宿泊施設	1	羊飼いの家	自然遺産・公園	19	天塩川
	2	世界のめん羊館		20	天塩岳
	3	めん羊工芸館くるるん		21	岩尾内湖
	4	フットパス		22	満天の星の丘
	5	士別inn翠月		23	かわにし丘
	6	プレミアムサフォークダイニングSHIZUO		24	九十九山の桜
	7	士別グランドホテル	25	つくも水郷公園	
	8	ほたるの里	体験イベント・ショー	26	羊毛工芸体験
	9	士別同友会カントリークラブ		27	シーブドッグショー
	10	パークゴルフ場		28	羊の毛刈りショー
	11	ホテル美し乃湯温泉		29	トラクター乗車体験
	12	ファームイン		30	スノーモビルランドイン士別
	13	士別市サイクリングターミナル		31	しべつ雪まつり
	14	朝日地域交流施設和が舎		32	国際雪ハネ選手権
	15	日向温泉		33	全日本スノーモビル選手権士別大会
	16	山村研修センター		34	サフォークランド士別ハーフマラソン大会
	17	日向スキー場		35	士別天塩川源流まつり納涼花火大会
	18	あさひスキー場		36	〃 天塩川パレード
		37		〃 岩尾内湖水まつり	

4 士別市の観光の現状と課題

(1) 観光客数調査

①年次別観光入込客数推移（年度）

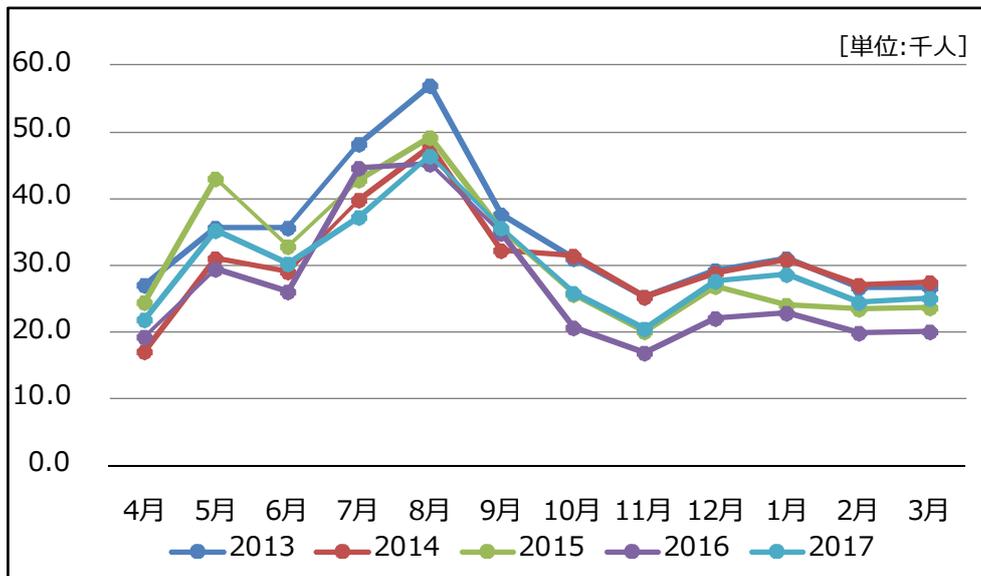
直近5年間の観光入込客数は、平成28（2016）年度に天候不順等による落ち込みがあったものの、37万人前後で推移しています。



出展：士別市観光入込客数

②月別観光入込客数推移（年度）

直近5年間の観光入込客数を月別に見ると、5月の大型連休やお盆前後の時期に集中していることがわかります。なお、その他の時期の入込数については、繁忙期の半数程度まで落ち込んでおり、安定した集客に向けての課題となっています。

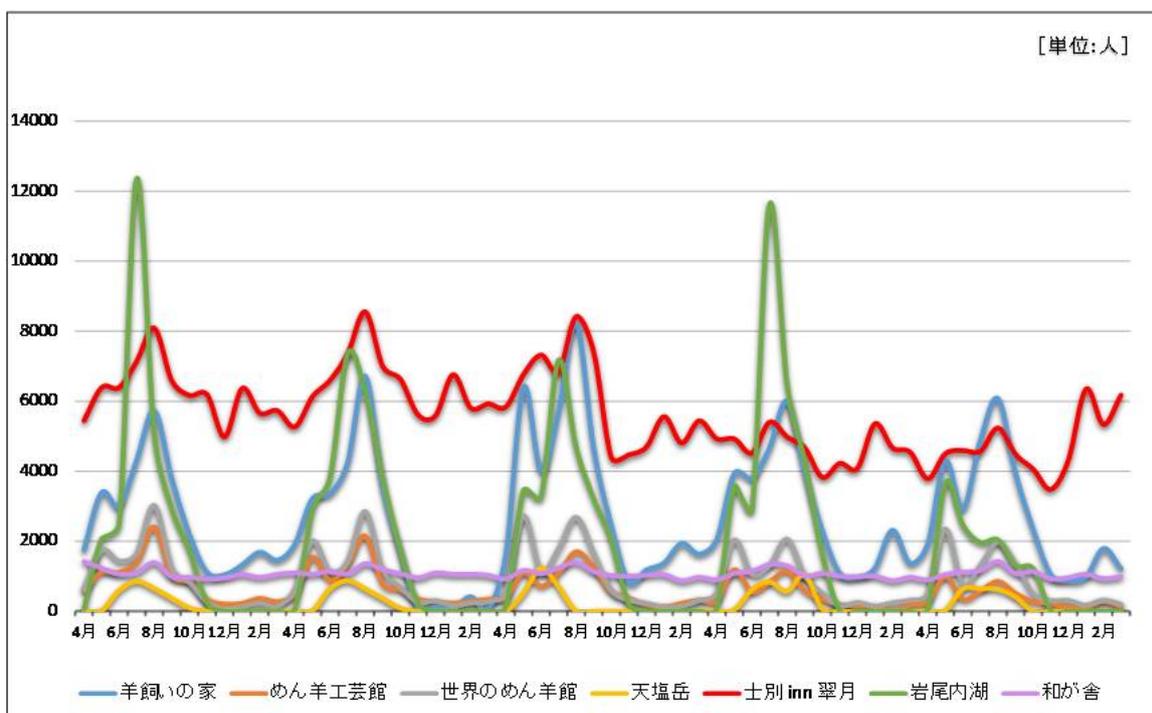


出展：士別市観光入込客数

③観光資源別入込客数（年度）

月別の観光客数を、主要な観光施設別に見ると、平成 29（2017）年度夏の観光客数が大幅に減少しています。その要因として、夏期の低温によりキャンプ場利用客が減少した岩尾内湖が影響しています。

（岩尾内湖の平成 29（2017）年度入込客数前年比 21.8%減）



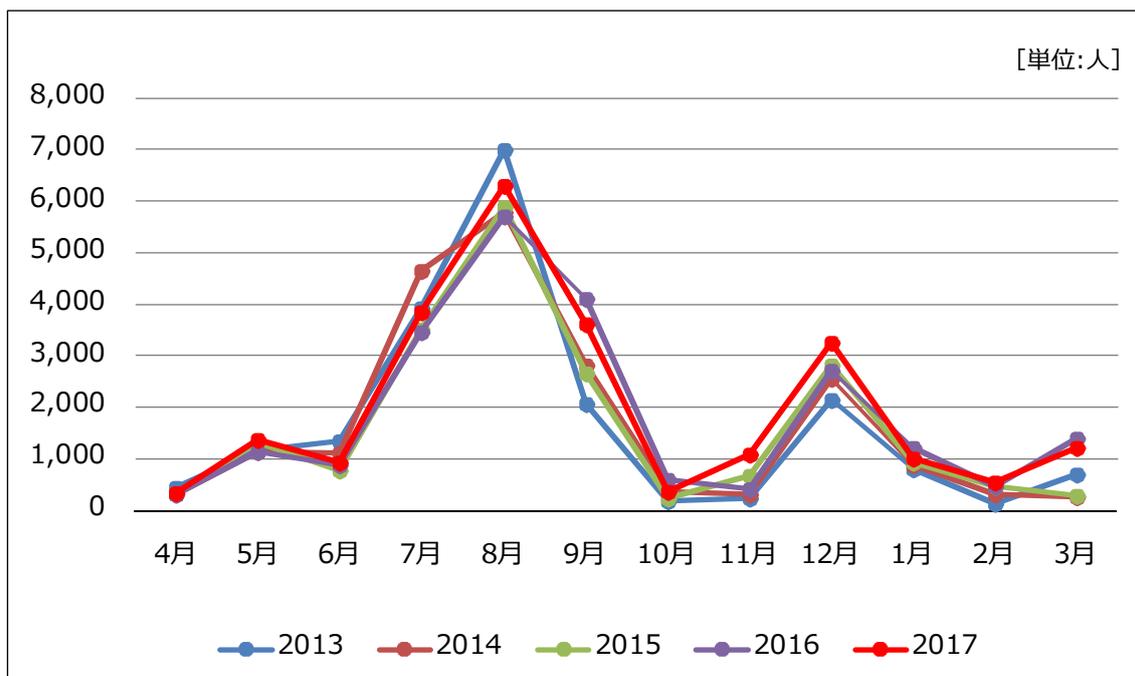
出展：土別市観光入込客数

④合宿受け入れ数（年度）

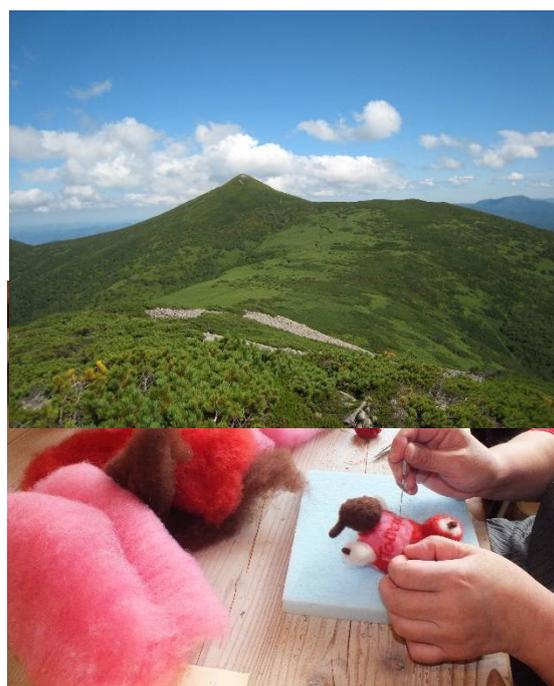
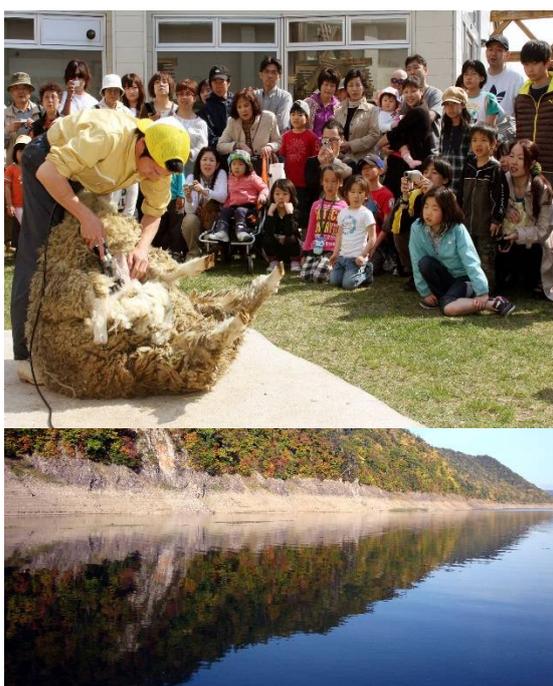
本市は、「合宿の里」として知られ、陸上やスキージャンプをはじめとするオリンピック金メダリストや実業団、大学、ドイツや中国のナショナルチームなど、多様なアスリートの合宿を受け入れています。現在、本市に訪れる合宿者数は年間 2 万人に到達し、本市人口を上回るほどの数になっています。

直近 5 年間の合宿者数は、平成 25（2013）年度の 2 万 291 人から平成 29（2017）年度で 2 万 3,967 人と順調に増加しています。また、月別の合宿者数を見ると、8 月と 12 月に合宿者数の大きなピークがあることがわかります。特に、8 月は年間合宿者数の 4 分の 1 以上を占め、本市合宿の受け入れ戦略にとって重要な時期となっています。

合宿者数の増加は、本市の継続的な施策や市内関係団体からの支援と協力の成果によるものと考えられます。直近では、日本ウエイトリフティング協会とパートナー協定を締結しました。加えて、台湾ウエイトリフティング協会とも交流協定を締結しており、台湾師範大学をはじめ、高校生や大学生のジュニアチームの合宿や高雄協会の選手団も受け入れています。



出展：土別市合宿者数

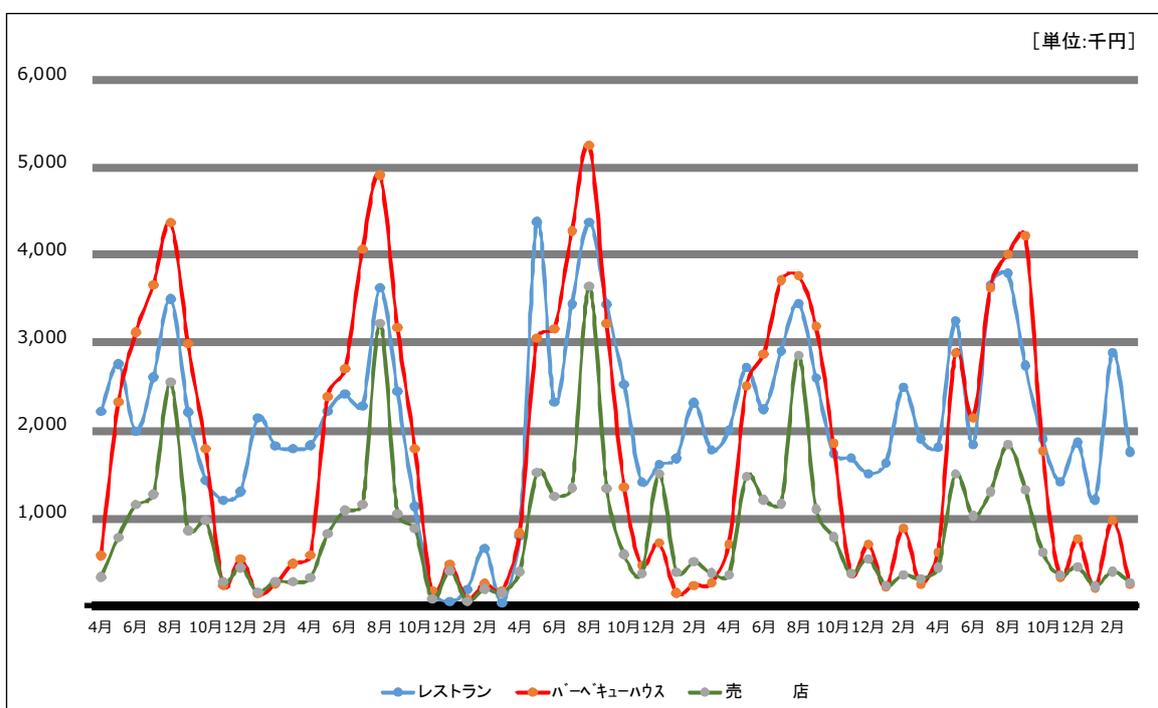


(2) 羊に関する調査

① 「羊と雲の丘」の入込客数・売上推移（年度）

本市のシンボルである「サフォーク羊」を観て・食べて・体験できる「羊と雲の丘」は、道内外から多くの観光客が訪れる観光の拠点となっており、レストランなどが収容される「羊飼いの家」「世界のめん羊館」「めん羊工芸館くるるん」の3つの施設が営業しています。

「羊と雲の丘」における主要な収益源である施設、「羊飼いの家」の直近における売上高の推移は次のとおりです。「羊飼いの家」全体としては、夏期の売上が他の季節より大幅に高くなっておりますが、レストランの売上高は、通年で比較的安定しています。

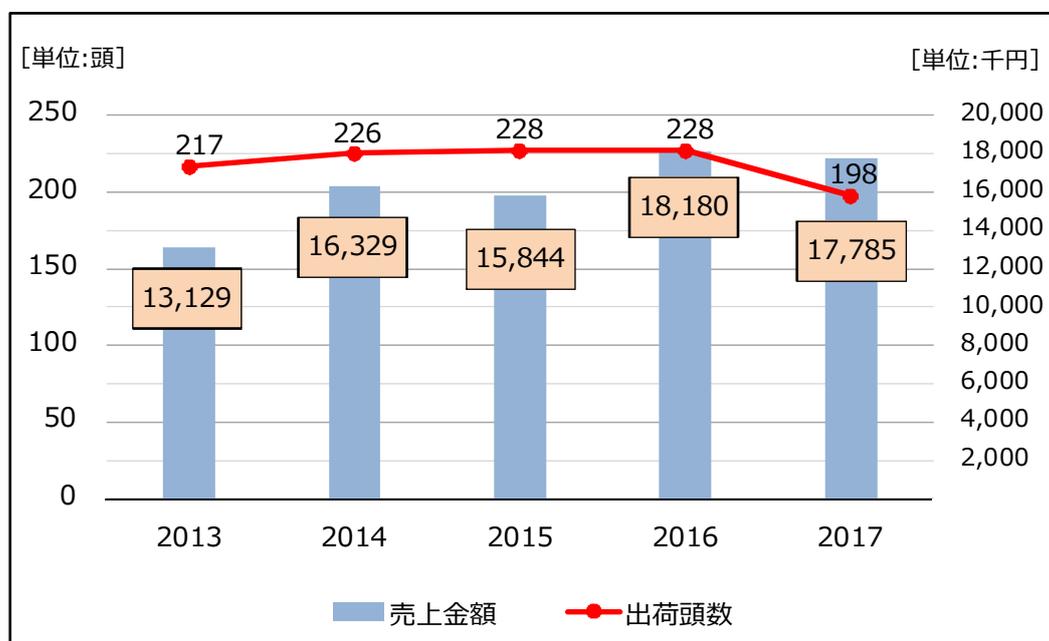


出展：「羊飼いの家」入込客数及び売上高



②サフォーク羊出荷頭数・売上推移（年度）

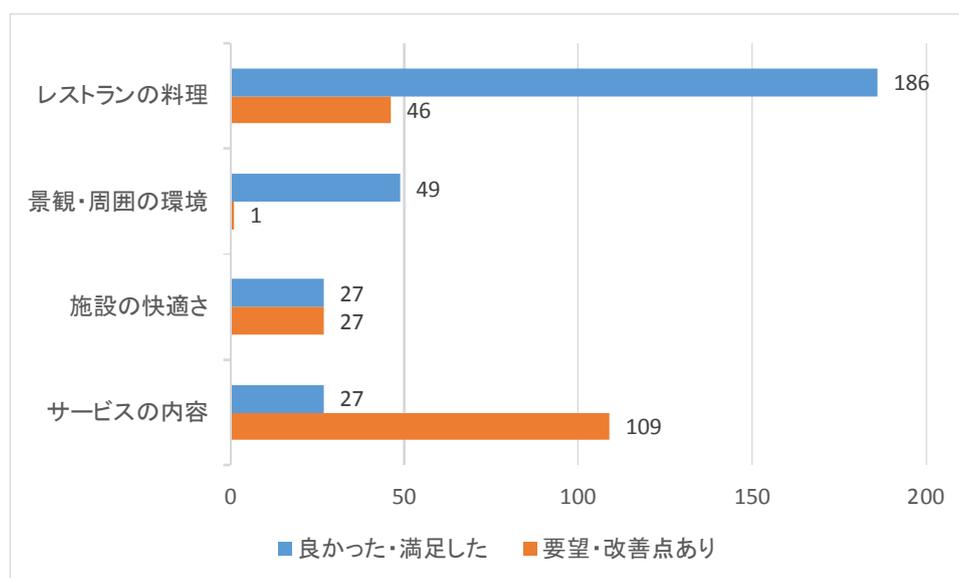
「羊と雲の丘」では、サフォーク羊の飼育・販売及び市内出荷分の一元集荷を行なっています。直近5年間のサフォーク羊による売上高、出荷頭数の推移は次のとおりです。



出展：サフォーク羊出荷頭数及び売上高

③羊と雲の丘来場者アンケート

次のグラフは、平成 23（2011）年以降、羊と雲の丘に来場された方のアンケート結果を集計したものです。集計対象は自由記述欄とし、内容を分類ごとに数値化しました。「レストランの料理」や「景観・周囲の環境」への評価は高く、「羊と雲の丘」の集客にあたり、強みとなっています。

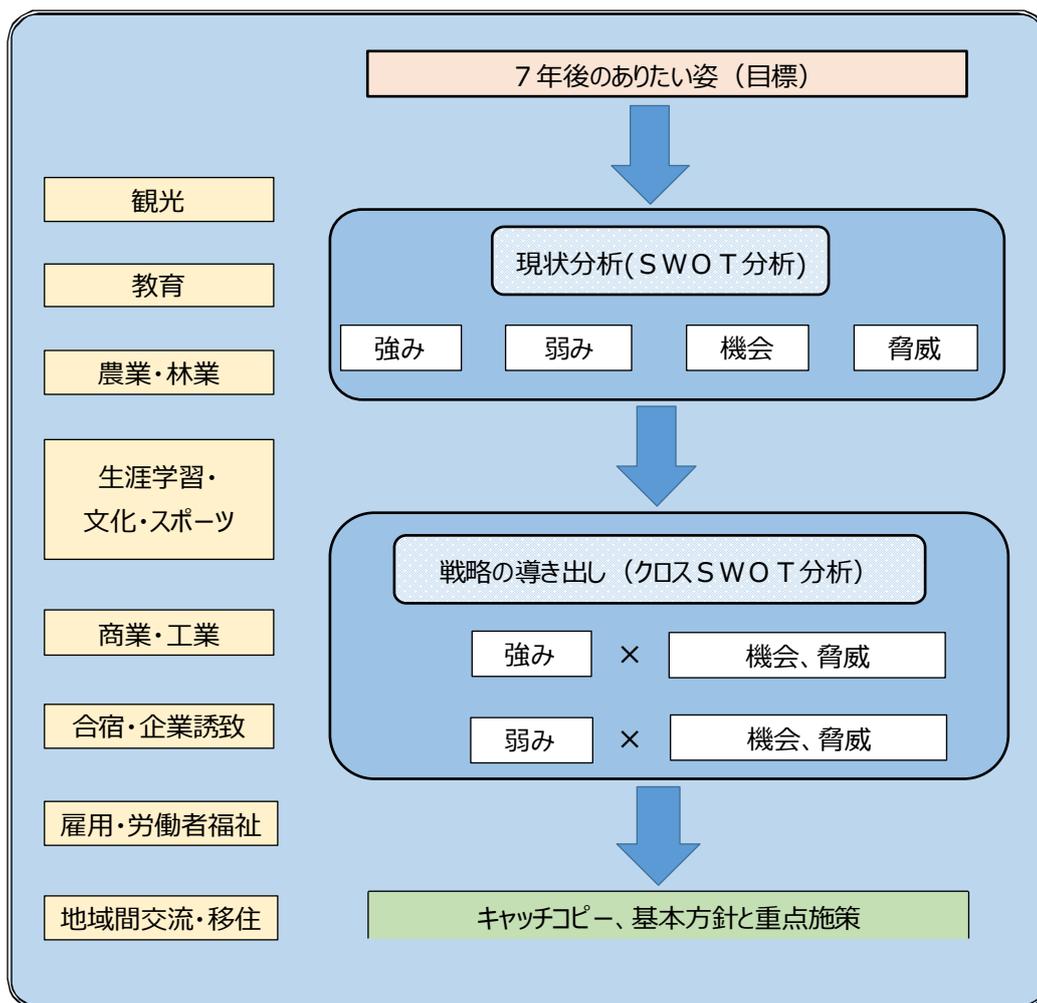


出展：「羊と雲の丘」来場者アンケート

5 「ありたい姿」と現状分析に基づく戦略の導き出し

(1) 7年後の「ありたい姿」(目標)と現状分析に基づく戦略の導き出し

基本計画では、現状分析に基づき、目標を導き出すのではなく、7年後の「ありたい姿」を明確にし、そこから現状分析を行い、「ありたい姿」の実現に必要な方針や施策はどうあるべきかという視点により検討してきました。



(2) 現状分析 (スワット分析)

基本計画は、これからの観光振興に向け、観光だけではなく、あらゆる分野との連携による取り組みが必要となってくると考え、総合計画の基本計画において示されている、『教育』『生涯学習・文化・スポーツ』『農業・林業』『商業・工業』『合宿・企業誘致』『雇用・労働者福祉』『地域間交流・移住』『都市計画・交通』それぞれに対し、『市民』『来訪者』の視点に立って現状の整理を行うため、SWOT分析を行いました。

SWOT分析とは

組織や地域における外部環境や内部環境を、「強み (Strength)」「弱み (Weakness)」「機会 (Opportunity)」「脅威 (Threat)」の4つのカテゴリーに分け、要因分析し、事業環境変化に対応した資源の最適活用を図る経営戦略策定方法のひとつ。

内部要因 自分たちで主体的に 解決できる要素	【強み】 Strength 他者と比較して 優れている要素	【弱み】 Weakness 他者と比較して 劣っている要素
外部要因 自分たちでは解決できない 受け入れざるを得ない要素	【機会】 Opportunity 追い風となる要素	【脅威】 Threat 逆風となる要素

※分析結果の詳細は、30ページ「第8章 資料集」に掲載

(3) 戦略の導き出し（クロス^{スウオット}SWOT分析）

SWOT分析によって導き出された士別市の『観光』を主とする9つの分野の現状を踏まえ、クロスSWOT分析を行うことにより、今後取り組むべき基本方針を検討するうえでの戦略の方向性について、分野ごとに整理しました。

クロスSWOT分析とは

SWOT分析で導き出された「強み（Strength）」「弱み（Weakness）」
「機会（Opportunity）」「脅威（Threat）」をそれぞれ掛け合わせ、理想の状態にたどり着くための戦略の方向性を導き出す手法。

		内部要因	
		【強み】 Strength	【弱み】 Weakness
外部要因	【機会】 Opportunity	積極攻勢 機会に自地域の強みを投入し、 最大化を目指す	段階的施策 機会に対して自地域の弱みを 克服し、チャンスを見逃さない
	【脅威】 Threat	差別化戦略 脅威に対して、自地域の強みで 切り抜ける	防衛・撤退 最悪の事態を避けることに注力する

※分析結果の詳細は、49ページ「第8章 資料集」に掲載

6 キャッチコピー・基本理念

(1) キャッチコピー

人と人、自然と人、食と人をつなぐまち・士別

「羊と雲の丘」をはじめ、天塩岳、岩尾内湖、満天の星の丘など、本市の観光スポットを目的として訪れる観光客、合宿や大会で市内に滞在するアスリート、市内の事業所や試験場などを訪れる出張者など、従来から本市には、様々な目的の人が訪れていました。

今後は、時代の変化とともに、海外観光客の増加や国内旅行需要の変化など、来訪者のニーズはさらに多様化していくと考えられ、その対応を求められることが想定されます。

羊のまち「サフォークランド士別」のさらなる発展のためには、既存の観光資源に加え、本市の優位性・独自性を発揮する「農業観光」や「スポーツ観光」などの新たな観光資源も整備していくなかで、人と人、自然と人、食と人をつなぐまち・士別として、観光振興を起点に、持続的な発展を図っていきます。

(2) 基本理念

1 人と人、人と企業、企業と企業など、市内と市外をつなぐを深める

本市は、市民や企業、市内を訪れる観光客や合宿者、出張者などの来訪者や本市と関連のある企業、国内外の姉妹都市や友好都市など、多くの交流を積極的に図っていくなかで、市民は個人としての豊かな心を育み、企業は経済活動を活性化させてきました。

今後も観光を中心に、人と企業をつなぐや交流を一層深めていくことをめざします。

2 観光振興をとおして、地域が抱える様々な課題の解決にも寄与する

本市への来訪者が、豊富な農畜産物や特産品、体験メニューをとおして士別に魅力を感じ、リピーターとして再度本市を訪れてもらえるよう、受け入れ体制の整備・強化を図り、さらには将来的に移住に繋がるなど、観光振興により解決できる地域課題は、観光分野にとどまらず多岐に渡ると考えられます。

今後も広い視点による観光振興をめざします。

3 観光振興をとおして、地域経済の活性化につなげる

本市にとって、交流人口の増加を図っていくことは、地域経済にとって非常に重要です。

今後は、観光を起点に、農業やスポーツなどにより密接に連携した本市の新たな観光資源の確立や既存の観光資源の磨き上げなどをとおし、まちなかの賑わいや地域経済の活性化につなげます。

7 基本方針・重点施策

(1) 基本計画の推進

キャッチコピーで示した、士別市の姿の実現をめざし、次の5つの基本方針と、それぞれの方針に基づく4つの重点施策を柱に据え、計画を推進します。



(2) 重点施策の効果検証

本計画が開始となる2019年から、計画の推進に伴い「どれくらい集客につながっているか」「どれくらい地域経済に貢献しているか」「どれくらい訪問客は満足しているか」といった観点に対応するよう、入込客数、経済効果、満足度を中心に、各重点施策に効果検証の指標を設け、施策の検証を実施し、見直しを図りながら本計画の推進を図ります。



(3) 基本方針及び重点施策

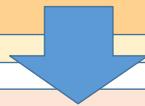
基本方針1 「更なる集客に向けた既存メニューのレベルアップと新たな開発」

7年後の「ありたい姿」 = 目標

- ① 道外の人にとって、1度は訪れるべきまちと認識される。道内の人にとって、週末や連休で訪れる定番の場所となる。
- ② シーブドッグショーや毛刈りなどショーを定期開催と「土別サフォークラム」の通年販売体制の確立。天塩岳の自然や田園風景など、土別をより楽しめる受け入れ態勢の確立。
- ③ 土別の「農と食の魅力」の浸透により、農業を観光の柱に、「見せる農業」、「食べる農業」、「体験する農業」の確立と魅力ある特産品等の開発。
- ④ 地域の観光資源を活かした季節を感じられる「スポーツツーリズム」メニューの開発による来訪者の増加。
- ⑤ 市民一人ひとりが土別に対して愛着を持ち、来訪者に対し観光スポットや特産品などのPRが出来るくらいの意識醸成。
- ⑥ 土別の魅力が共有され、市民自らが楽しみながらイベントや特産品など様々な形で広く道内外へ発信。

現状分析 (SWOT分析)

- ・シーブドッグショーや羊の毛刈りショーなどが楽しめる「羊と雲の丘」、「土別サフォークラム」の料理が食べられる飲食店など、羊の観光コンテンツが豊富。
- ・羊に関するコンテンツは特徴的だが、観光全般をととして土別の魅力の情報発信が十分でない。
- ・「天塩岳」や「岩尾内湖」、「水郷公園」など、自然のロケーションを活かしたスポットがあるほか、市内各地で素晴らしい田園風景が見られる。
- ・水稲・畑作・畜産など幅広い分野の農業が行われ、多種多様で、安心・安全・高品質な農畜産物を生産している。
- ・「雪まつり」やスキー、スノーモビル乗車体験ができるなど、冬の観光も楽しめる。
- ・四季折々の豊かな自然に加え、夏の涼しい気候や冬の雪質が様々なスポーツに適している。
- ・観光スポットやイベントのマンネリ化により、市民にとって観光の魅力が薄れている。



目標実現のための戦略 (クロスSWOT分析)

- ・羊など、市内の観光スポットの魅力を活用し、通過客だけではなく、土別を目的地とする観光客を増やす。
- ・施設などハードの魅力ではなく、既存の観光スポットの新たな楽しみ方やイベント企画など、ソフト面の魅力を創出する。
- ・農畜産物に付加価値をつけるための取り組みや市内の商店や飲食店との連携など、販売力や商品価値の拡大を図る。
- ・スキーやスノーモビルなど、冬の観光コンテンツを活用し、インバウンド旅行客の取り込みを図る。
- ・スポーツイベントの開催や積極的な市民の参加など、スポーツツーリズム推進の取り組み。
- ・インターネットやSNSなどを活用し、市民自らが、観光を楽しんでいる様子を発信してもらえそうな仕組みを作る。
- ・市民自らが観光スポットの活用方法やイベントに対してアイデアを出せる仕組みを作る。

重点施策 検討の視点

本市の主要観光スポットである「羊と雲の丘」をはじめ、既存の体験メニューのさらなるレベルアップと目玉となる集客コンテンツを創出することで、多様なニーズの観光客の取り込みを図ります。さらに、農業やスポーツ、自然環境や四季折々の風景など、地域が持つ様々な地域資源も、観光コンテンツとして連携・連動し、今まで取り込めていなかったマーケットの集客につなげます。

	重点施策の内容	施策の概要
重点 施策 ①	士別市独自の観光資源を活用した既存メニューのレベルアップ	「羊のまち士別」を象徴する施設である「羊と雲の丘」や豊かな自然により織りなされる四季折々の景観、基幹産業である農業がもたらすのどかな田園風景、さらには「天塩岳」「天塩川」「岩尾内湖」「満天の星の丘」など、本市の観光資源が抱える課題や改善点を整理し、時代とともに変化していく来訪者ニーズに対応するため、既存メニューのレベルアップを図ります。また、道北随一の標高を誇る「天塩岳」や北海道第2の大河である「天塩川」など、恵まれた自然の観光資源についても、関係団体と連携しつつ魅力の発信などに努めます。 【効果検証指標】 観光入込客数
重点 施策 ②	「士別サフォークラム」、米や農畜産物による地元グルメ等の開発・販売	本市の強みである「士別サフォークラム」や豊富な農畜産物などを用いて、「羊籠包」「ライスバーガー」等に続く新たなメニューや特産品等の開発により食の魅力を生み出し、市内外のイベントや飲食店で提供することにより、市民や観光客に対し、多様な食の楽しみ方を提供します。また「士別産米」の更なる販売促進に向けたプロモーション活動も行います。 【効果検証指標】 観光入込客数
重点 施策 ③	情報発信・交流の強化	市民自らも楽しめるまちとなり、愛着をもってもらい、一人ひとりがSNS・インターネットを活用して情報発信ができるよう、既存の観光資源のレベルアップや新たな観光資源の確立をめざすほか、市民と市外の方の交流の場となるような観光を中心としたSNSコミュニティの形成・強化といった視点にも立ち、観光客をはじめとする来訪者の増加につながる効果的な情報発信に努めます。 【効果検証指標】 交流の場・機会数
重点 施策 ④	夏は涼しく冬は雪深い気候を活かしたスポーツツーリズム推進	夏の涼やかな気候はマラソンやサイクリングなどに適しており、冬の雪深さはウィンタースポーツに適していることから、スポーツ目的で旅行を好むマーケットの取り込みを図るため、ハーフマラソン・歩くスキー・スキージャンプなどの主要なスポーツ大会のほか、サイクリングやスキーによるイベントなど、本市の気候と景観を活かしたスポーツツーリズムの推進を図り、さらに宿泊や温泉施設、グルメなど、イベントと観光資源を掛けあわせた魅力の創出とPRに努め、一層の誘客に繋がります。 【効果検証指標】 ①観光入込客数 ②宿泊者数

基本計画前期 (2019年～2021年) の実施事業案	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存体験メニューのレベルアップに向けた再検討 ● 羊籠包の販路確保・拡大、ライスバーガーの商品化、テイクアウトメニューの開発・商品化 ● 観光関連情報（施設・体験・食・特産品等）の一元化、魅力あるHP作成や情報発信 ● 夏季・冬季ごとのスポーツツーリズムの推進に向けたメニュー開発と商談、プロモーション ● 宿泊や温泉施設との連携による滞在型観光メニューの確立
-----------------------------------	--

基本方針 2 「羊のまち士別」ブランドの確立」

7年後の「ありたい姿」 = 目標

- ①これまで以上に「羊のまち士別」の魅力創出やPRに向け、新たな体験や食などのメニュー開発を進め、さらなる知名度の向上を図る。
- ②羊に関連する特産品の開発を行い、販路確保・拡大に向けた商談会、プロモーションの実施により、羊を活用した商品の流通量が増加している。
- ③「士別サフォークラム」がこれまで以上に市民の身近なものとなり、市内レストランで様々なメニューが提供され、羊肉の市内消費量が増加し、市民自ら品質をPRできるようになる。
- ④「士別サフォークラム」をととして全国的な知名度アップが図られ、その味を求めて多くの観光客が訪れている。
- ⑤士別の特産品のほとんどが入手できる合同のサイトを設け、通信販売でも手軽に購入できる制度が整備される。

現状分析（SWOT分析）

- ・羊に関するコンテンツは特徴的だが、観光全般をととして情報発信が十分でない。または、魅力が伝わっていない。
- ・シーブドッグショーや羊の毛刈りショーなどが楽しめる「羊と雲の丘」をはじめに、羊の観光コンテンツが豊富。
- ・「羊によるまちおこし」に取り組んでおり、身近にサフォーク羊に触れたり、料理を楽しめる店がある。
- ・「士別サフォークラム」は生産量が限られ、高価であるため、市民が気軽に食べられるような食材ではない。
- ・人口減少や高齢化による定住人口の減少と市内マーケットの縮小。
- ・「士別サフォークラム」の料理を味わうことができる飲食店があるほか、「羊革」製品などを販売する店舗など、「羊のまち士別」の特徴となるような取り組みを進める事業者がいる。

目標実現のための戦略（クロスSWOT分析）

- ・他にはない羊という観光コンテンツをさらにレベルアップさせ、的確な情報発信、プロモーションの実施により、「羊のまち士別」というブランディングを強化し、集客につなげる。
- ・士別ならではの観光コンテンツであるサフォークの魅力を市民に伝え、より身近に感じてもらう仕組みを作る。
- ・「士別サフォークラム」について、士別産のサフォークラム肉でなければならない価値のある食材として確立する。
- ・市民向けに「士別サフォークラム」を食べる機会の創出と消費拡大の促進。
- ・市内の事業所や商店の魅力を、インターネットを活用して発信することによる、IC利用客や出張客の立ち寄り促進。
- ・チェーン店にはない地元の店舗ならではの個性を磨き、その個性を強みにした情報発信を行う。

重点施策 検討の視点

本市はこれまで40年近く、官民連携による「サフォークランド士別」としての様々な事業や取り組み、イベントを行ってきており、来訪者にとっても士別といえば羊のまちという一定の認知は得られていると考えられます。

今後は、さらに多角的な観点による取り組みにより、「羊のまち士別」の一層の認知度向上を目指し、地域課題であるサフォークの飼育頭数の増頭に向けた取り組みなども進め、地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」の、さらなる普及や消費拡大を目指します。

	重点施策の内容	施策の概要
重点 施策 ①	「羊のまち士別」のさらなる認知度向上	観光パンフレットや観光協会ホームページなど、あらゆるプロモーション媒体に、「羊のまち士別」というフレーズを積極的に活用するとともに、サフォークを題材としたイベントやPRに向けた取り組みを実施します。 【効果検証指標】 ①「羊と雲の丘」来場者数、売上額 ②「士別サフォークラム」流通量
重点 施策 ②	地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」に対する消費者ニーズの向上	士別産サフォークの安定供給を目指し、関係機関と協議を重ね、国内外への幅広いプロモーションを通じて、地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」の美味しさや稀少価値があることを発信します。「産地に足を運んでも食べたい食材」としての消費者の関心を高め、本市への集客につなげます。 【効果検証指標】 ①観光入込客数 ②「羊と雲の丘」来場者数、売上額 ③「士別サフォークラム」流通量
重点 施策 ③	市内での「士別サフォークラム」消費拡大と生産体制強化に向けた基盤づくり	市民に「士別サフォークラム」をより身近に感じてもらうほか、市内飲食店などには、士別サフォークラムの利用拡大を図るための方策を協議します。 また、市内外を問わずに羊に関心を持ってもらえるような取り組みや本市での羊肉の生産体制強化につながる新たな資金調達の手法などについても検討を進めます。 【効果検証指標】 ①「羊と雲の丘」来場者数、売上額 ②「士別サフォークラム」流通量
重点 施策 ④	サフォーク羊を中心に特産品等を継続的に購入してもらえる仕組みづくり	「士別サフォークラム」のジングスカンや羊革のレザークラフト製品などのサフォーク羊を活用した特産品のほか、地元農畜産物の加工品などを手軽に購入できるよう、インターネットを活用したショッピングサイトを設置・運営し、これまで以上に、多くの方に本市の特産品等を楽しんでいただけるよう努めます。 【効果検証指標】 ショッピングサイトの売上額

基本計画前期 (2019年～2021年) の実施事業案	<ul style="list-style-type: none"> ●羊のまちなさらなる認知度向上に向けた魅力ある情報発信 ●「士別サフォークラム」の安定供給に向けた関係機関との協議、情報発信 ●「士別サフォークラム」の市内提供レストラン拡大に向けた協議 ●サフォークを活用した様々な特産品を販売するインターネットショッピングサイトの立ち上げ
-----------------------------------	--

基本方針3 「ターゲット毎のニーズを踏まえた対応とプロモーション戦略」

7年後の「ありたい姿」 = 目標

- ①移住者に対する「おもてなし」で交流の輪が一層広がり、土別の良さを市民単位で発信。また、市民ボランティアも活躍する。
- ②JRやバス会社との連携により特産品のPRや観光スポット、おすすめグルメなどが公共交通機関を利用することで知ることができる。
- ③「モノコックバス」の魅力発信により、全国各地からバスファンが訪れている。また、JRやバスによるツアーなど、観光スポットの周遊が盛んになる。
- ④色々な農作物の親子収穫や市内にある農畜産物の加工体験施設を利用した甜菜糖作り体験など、土別ならではの農業の特徴を生かした体験型ツアー・交流型ツアーが人気を集める。
- ⑤「羊と雲の丘」を満喫しようと、国内外より多くの観光客が訪れ、様々な体験を楽しむほか、名物「ラム串」を求める多数の観光客で商店街も賑いを見せている。
- ⑥地域ならではの食・食文化を楽しむことを目的としたフードツーリズムで台湾を中心とした外国人観光客の人気を集めている。

現状分析（SWOT分析）

- ・土別へ移住する魅力が十分発信されていない。
- ・四季が特徴的で、夏は快適に過ごせる。災害が少ない。
- ・短期間の移住体験プログラムが用意されている。また、移住体験者から土別市民は親切だという評価を受けている。
- ・高速IC・JR駅、市内循環バスや都市間バス、国道も通っており、主要都市へのアクセスもよい。
- ・道内唯一のモノコックバスが運行している。
- ・水稲・畑作・酪農・畜産と幅広い分野の農業が行われ、多種多様で、安心・安全・高品質な農畜産物を生産している。
- ・収穫体験や田植え体験などを実施している農業者がいる。
- ・周辺自治体3町で広域連携を組織し、エリアとしての魅力で集客することができる。

目標実現のための戦略（クロスSWOT分析）

- ・新規就農希望者への働きかけやサフォーク羊の畜産業などの特徴ある仕事を起点にした移住促進。
- ・姉妹都市や友好都市への短期移住の提案。
- ・夏は土別、冬は暖かい地域に住む二地域居住を積極的に提案。
- ・「田園風景を眺める」「農業体験をする」「とれたての農産物を味わう」など、農業を観光コンテンツとして売り出す。
- ・市民による公共交通機関利用を推進する施策の充実。
- ・「モノコックバス」を活用したバス好きをターゲットにした観光プロモーション。
- ・周辺自治体3町と協力し、公共交通機関を利用した広域観光ルートの提案。
- ・インターネット環境や外国語対応の整備によるインバウンド受入体制の強化。

重点施策 検討の視点

集客に繋がるプロモーションは、士別市を訪れる必然性をいかに訴求できるかが重要です。そのためには、明確にターゲットを定め、ニーズを明らかにしたうえで、ニーズに対応した取り組みや提案が必要となります。

	重点施策の内容	施策の概要
重点 施策 ①	移住・定住施策の 推進	<p>移住や定住を促進するため、「しごと」や「住まい」など暮らしに関連した魅力ある生活スタイルの提案。空き地・空き家の活用をとおして、移住先として、関心を持っていただけるような施設や環境、制度の整備とSNS等を積極的に活用したプロモーションをより一層強化し、あわせて市民を含めた市全体として、歓迎の気持ちを持って迎えることを念頭に置き、定住者の獲得を図っていきます。</p> <p>【効果検証指標】 ①移住者数 ②定住者数</p>
重点 施策 ②	公共交通機関を利用した 市内及び周辺観光の推進	<p>公共交通機関を利用した市内観光ルートを構築し、情報発信することで、観光客の公共交通機関の利用増加を狙います。</p> <p>また、全国的にも珍しい「モノコックバス」を利用した市内観光及び「士別・和寒・剣淵・幌加内着地型観光推進協議会」との連携により、公共交通機関を利用した周辺地域の周遊も含めた観光の楽しみ方を提案します。</p> <p>【効果検証指標】 ①観光入込客数 ②公共交通機関利用人数</p>
重点 施策 ③	「見る」「食べる」「体験する」 農業ツーリズムの推進	<p>本市は、水稲や畑作に加え、酪農業や畜産業も盛んであり、幅広い分野の農畜産業が営まれている強みを活かした体験プログラムの開発・レベルアップを図ります。また、安全・安心な生産工程や品質管理の推進とPRを進めつつ、地元の農畜産物が食べられる飲食店や田園風景が見られるおすすめスポットを集約して情報発信するなど、様々な角度から農業を楽しむことを提案します。</p> <p>【効果検証指標】 観光入込客数</p>
重点 施策 ④	外国人観光客の 受入環境整備と 集客プロモーション	<p>外国人にとってわかりやすい案内看板の設置や多言語対応のパンフレット、ホームページの作成、宿泊施設や主要施設におけるWiFi環境の整備など、外国人観光客の利便性を高めるため、環境の整備を行います。</p> <p>また、「士別・和寒・剣淵・幌加内着地型観光推進協議会」の事業、「士別地域日台親善協会」や「あさひかわ観光誘致宣伝協議会」との連携により、台湾をはじめとした国外への積極的なプロモーション活動により、集客に向けた事業の展開を図ります。</p> <p>【効果検証指標】 外国人観光入込客数</p>

<p>基本計画前期 (2019年～2021年) の実施事業案</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●観光施策と連動した、移住定住の情報発信 ●公共交通を活用した周遊ルートの策定 ●広域連携の強化による道北地域全体の魅力発信の強化 ●観光客を中心とする外国人への対応や受け入れ体制の強化
--	--

基本方針4 「市民と来訪者のつながり強化と観光振興における人材育成・組織強化」

7年後の「ありたい姿」 = 目標

- ①観光客を受け入れるという気持ちが地域に浸透している。市外から訪れた人に自信をもって観光スポットや羊牧場を案内している。
- ②現在よりも市民一人ひとりが自分のまちの観光資源を認識し、知人、友人に旅行などに誘えるような環境にある。紙を渡されてすらすらと思いが描かれる。
- ③積極的な市民観光イベントサポーターが増え各種観光イベントが円滑に運営されている。サポーターがまちの身近な観光資源を見つめ直しSNSなどで、まちの魅力や個性を発信している。
- ④市民をはじめ、来訪者に感動を与えるような商品・サービスを提供する。1 事業者単独での企画活動ではなく、市民と事業者あるいは事業者間での協働企画などが活発に行われる。
- ⑤月ごとにまとめた四季を感じることでできる魅力的な観光情報の発信を行っている。

現状分析（SWOT分析）

- ・合宿受入施設や体制が整備されており、これまでの実績も多く評価が高い。
- ・「合宿の里土別」として陸上、ウエイトリフティング、スキージャンプなどをはじめとして様々なスポーツで2万人の合宿者が訪れる。
- ・地元で立地している企業と市民との交流の機会がある。また、市内のイベントなどに積極的に参加してくれる。
- ・夏は合宿、冬はテストコースと、年間を通して交流人口による商店街などの活性が図られている。
- ・過疎化が進み、人口減少が続いているため、後継者がなく閉店する店舗が相次いでいる。
- ・中心市街地に空き店舗や空き地が目立ち、賑わいが感じられない。
- ・商店数が少なく、合宿者の練習後の娯楽も少ない。



目標実現のための戦略（クロスSWOT分析）

- ・市民の合宿・企業誘致受入の意識向上によるサポート体制のさらなる充実。
- ・既存の合宿者や合宿団体との関係を一層強化し、安定的なリピーターを確保する。
- ・合宿者・出張者に配慮した施設などのハード面以外の満足度向上への取り組み。
- ・立地企業の出張者の観光客化を図る。
- ・受入体制や補助金などの情報を一元化して発信することで、新たな合宿・企業誘致を促進する。
- ・海外選手や外国人観光客への対応など、外国語が話せる市民の活躍の場の創出。

重点施策 検討の視点

市民にとって、市外の人との交流は、客観的に見た地域の知られざる魅力を知り、郷土愛が醸成されるきっかけになります。また、市外の人にとっては、地元の人との触れ合いは、滞在中の時間を特別なものにします。

そのような関係性を実現するための「人づくり」、そして持続的に運用していくための「組織づくり」が重要であると考えられます。

	重点施策の内容	施策の概要
重点 施策 ①	地域と来訪者の つながり強化	<p>本市は、国内外を問わずこれまで多くのアスリート・団体の合宿を受け入れてきたほか、市内には大手企業の試験場や工場があり、観光客のほか年間を通して多くの方々を本市を訪れています。</p> <p>今後は、来訪者に一層親しんでもらえるようなまちを目指し、商店街との連携による合宿者応援のための取り組みや健康志向のメニューを提供する飲食店、出張者のニーズにあわせた食・住環境をより一層整えるほか、市民自らも観光案内を積極的に行えるようになるなど、来訪者がまちなかでリフレッシュできるような配慮やサービス、市全体としての受入体制の確立により、利便性もさることながら、商店街や中心市街地の活性化を図っていきます。</p> <p>【効果検証指標】 ①合宿者数 ②出張者数 ③観光入込客数</p>
重点 施策 ②	観光を中心とした 人材の育成、 組織力強化	<p>観光におけるニーズが多様化している昨今、観光に携わる人材には、接客スキルはもちろん、語学力やマーケティング力、企画力、危機管理能力など、多岐に渡る能力が求められます。</p> <p>今後、観光振興に注力していくにあたり、市内観光スポットや主要施設、観光資源の再確認、また、セミナーや研修などを通じて、観光分野を中心とした高い能力を有する人材の育成や市内観光関連団体の組織力強化を図ります。</p> <p>【効果検証指標】 ①セミナー、研修受講回数 ②市内観光施設見学会</p>
重点 施策 ③	観光関連団体を 横断的に統括する 組織の設立	<p>2019年3月に設立された「まちづくり士別株式会社」が、観光協会や各種イベントの企画・運営、行政をはじめとする既存の組織の垣根を越えた観光振興、中心商店街の振興や活性化などを一元的に担うほか、市民の憩いの場、公共交通の結節といった複合的な機能を持つ、（仮称）まちなか交流プラザ整備事業の検討を進め、中心市街地の賑わい創出に向けた議論を加速化させていきます。</p> <p>【効果検証指標】 新たな組織設立の有無</p>
重点 施策 ④	観光を中心とした あらゆる情報の一元化	<p>現在、それぞれの関係団体や事業者が個別に情報発信を行っている「観光」をはじめとするあらゆる情報を一元化し、市民や来訪者の利便性を向上させるための総合的なホームページの作成、運用に向けて、検討を進めます。</p> <p>なお、「まちづくり士別株式会社」によるホームページの運用を想定し、そのほか、（仮称）まちなか交流プラザに総合的な情報発信の窓口を設置することも検討していきます。</p> <p>【効果検証指標】 ホームページ閲覧数</p>

基本計画前期 (2019年～2021年) の実施事業案	<ul style="list-style-type: none"> ●来訪者との更なる交流に向けた体制整備 ●市民を対象にした観光ガイドの育成及び強化 ●まちなか交流プラザを拠点とする観光振興と中心市街地の賑わいづくり ●観光情報発信の一元化
-----------------------------------	--

基本方針5 「観光分野を中心とした事業者支援とまちなかの活性化」

7年後の「ありたい姿」 = 目標

- ①後継者も増え、まちなかが活気づくことにより、空き店舗・空き地が少なくなり、有効利用されている。
- ②空き家や空き店舗を活用したチャレンジショップ（本格的な起業の前に試験的に事業や営業を行う取り組みの総称）の実施。
- ③土別市だけのオリジナル商品が多く開発されており、魅力のある商品が多くある。
- ④地元食材（「土別サフォークラム」や「地域ブランド米」など）による6次産業関連商品（特産品など）が全国的に浸透し、国内外から買い求める消費者が増加している。
- ⑤土別の魅力を市外へ発信できるようになっており、イベントや特産品などを市民自ら楽しんでいる。
- ⑥イベントの集約や見直しを図るなど、市民が一層楽しみ・集えるイベントや取り組みが行われている。

現状分析（SWOT分析）

- ・安心・安全・高品質な農畜産物が生産されている。
- ・特色ある農畜産物がなく、ブランディングも十分でないため、他地域との差別化があまり進んでいない。
- ・観光スポットやイベントがマンネリ化しているなど、市民にとっての観光の魅力が薄い。
- ・有効活用できそうな空き地や空き店舗があり、店舗改修などの市の助成金も充実している。
- ・中心市街地に空き店舗や空き地が目立ち、賑わいを感じられない。
- ・過疎化が進み、人口減少が続いているため、後継者がおらず閉店する店舗が相次いでいる。
- ・生活に必要な物は市内で揃い、アフターサービスが充実。



目標実現のための戦略（クロスSWOT分析）

- ・後継者がいない事業所や店舗に対する、第三者による事業承継を促進する仕組み作りと事業継続支援。
- ・空き店舗の情報提供や起業のための助成制度を一層充実させることで、市内外の起業検討者の取り込みを図る。
- ・地元農畜産物を活用した商品開発や新メニュー開発を行う事業者を支援する制度の充実。
- ・土別ならではの特産品や商店の魅力を訴求することによる、国道通過者の立ち寄り利用促進。
- ・農畜産物に付加価値をつけ、販売力を強化するため、農業者と事業者の6次産業化の支援を強化する。
- ・土別や朝日などの各地域で開催しているイベントの見直しや集客につながる効果的な情報発信により、イベントのさらなる盛り上がりやまちなかの人の賑わいを図る。

重点施策 検討の視点

本市は、少子高齢化による人口減少により、市内における買い物をはじめとする消費は減少傾向にある一方、事業者の高齢化などによる廃業は増加傾向にあり、空き店舗や空き地も増加する要因となっているほか、事業の承継や後継者対策、市内新規学卒者の雇用などが課題となっています。現在、市内事業者は、新たな経営戦略やマーケットの開拓が求められており、そのひとつとして、市外から訪れる観光客向けのサービス提供が考えられます。

今後、観光分野を起点に、商店街や市内事業者が抱える課題の解決に向けた新たなビジネス展開を進めていくことにより、廃業や空き店舗対策が図られ、サービス向上にも繋がり、新たな経済効果が見込めます。

	重点施策の内容	施策の概要
重点 施策 ①	市内事業者に向けた 事業承継マッチング	市街地や商店街の賑わいは、観光地の満足度を決める重要な要素です。しかしながら、後継者がいないことで廃業してしまう市内事業者が増えており、空き店舗なども増えているのが現状です。 今後は事業者と、経営に携わりたい人材や企業をマッチングさせることで、商店街の活性化と賑わいの創出を目指します。 【効果検証指標】 マッチング数
重点 施策 ②	空き地、空き家、 空き店舗を活用した 起業支援・企業誘致	現在、人口減少等による中心市街地や郊外での空き地、空き家、空き店舗数は増加傾向にあり、周囲の景観悪化を招くだけでなく、入込客数にも大きく影響しているものと考えられます。 今後は、それら遊休財産を活用したチャレンジショップや事業承継とも連動した起業支援などの取り組みにより、事業者支援の強化を図ります。 また、起業や企業誘致に伴い、新たな雇用が創出されることも想定し、若者の地元就職を中心に、雇用支援についても強化を図ります。 【効果検証指標】 ①起業支援数 ②誘致企業数
重点 施策 ③	6次産業化事業に関する 支援強化	農業者が農畜産物を加工し、付加価値を付けて商品を販売する取り組みや市内の事業者が観光客向けに新たなサービス、商品を開発する取り組み、さらには販売や流通など、本市の農畜産物を活用した6次産業化事業に関する支援を強化し、農業者や事業者の連携のもと、商品・サービスの質とあわせて市民・来訪者の満足度向上や経済の活性化を図ります。 【効果検証指標】 支援制度利用数
重点 施策 ④	観光イベントの再構築と まちなかの賑わい創出	本市は、夏は「天塩川源流まつり」、冬には「雪まつり」があり、毎年多くの方で賑わっているほか、市内各地域でも同様にイベントが行われています。 今後は、各地域のイベントを地域で完結することなく、市内外に広くPRすることやイベントの再構築・強化により、効果的な集客と中心市街地や商店街へ人を呼び込むための取り組みを進めます。 【効果検証指標】 観光入込客数

基本計画前期
(2019年～2021年)
の実施事業案

- 中心市街地の空き店舗活用に向けたマッチング事業の実施
- チャレンジショップ誘致等の取り組み
- 6次産業化事業との連携強化
- 観光イベントの再構築協議の実施

8 資料集

(1) SWOT分析の結果

① 観光

●分析結果概況：市民

貴重な地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」を使用した料理を食べることができる「羊と雲の丘」のほか、「天塩岳」「天塩川」「岩尾内湖」など、豊かな自然が身近にある、市民が楽しめるイベントが行われているなど、市民が市内で観光を楽しむことのできる要素はあるものの、「士別サフォークラム」が高価である、観光スポットやイベントがマンネリ化しているなどの意見が挙げられた。また、観光スポットの周遊にあたっては、公共交通機関の整備が十分でないといった課題も挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

シープドッグショーや毛刈り体験、サフォーク料理など、他の地域にはない羊に関する観光コンテンツの豊富さが魅力であるという意見が多く挙げられた。また、「岩尾内湖」や「天塩岳」などの自然景観のほか、市内各地で美しい田園風景が見られること、「雪まつり」やスノーモビル乗車体験など、冬を楽しむ観光コンテンツがあること、さらには、1市3町（士別、和寒、剣淵、幌加内）との連携による観光振興への取り組みも強みであると考えられる。一方、宿泊施設のキャパシティや外国語への対応など、外国人を含む市外観光客等の受け入れ体制についての課題が多く挙げられたほか、「道の駅」に代表される強い集客力とリピート力を持った施設やコンテンツがないという課題も挙げられた。

【市民】

①強み

1. 「羊によるまちおこし」に取り組んでおり、身近にサフォーク羊に触れたり、料理を楽しむ店がある。
2. 比較的近場に「羊と雲の丘」や「水郷公園」、「岩尾内湖」「天塩岳」など、自然を満喫できるスポットがある。
3. 夏には「天塩川源流まつり」、冬には「雪まつり」など、市民が楽しめるイベントが多い。
4. 市民が観光について検討する機会があり、観光に関する話題を身近に感じられる。

②弱み

1. 「士別サフォークラム」は生産量が限られ、高価であるため、市民が気軽に食べられるような食材ではない。
2. 観光スポットやイベントがマンネリ化しているなど、市民にとっての観光の魅力が薄い。
3. 観光スポットが市内に点在していることやスポット間の距離の問題など、車がないと周遊が難しい。

4. 「羊と雲の丘」に子どもが長時間滞在できるような遊具がない。

③機会

1. 羊肉の需要が全国的に高まる羊肉ブームの到来。
2. インターネットや SNS などの普及により、誰でもリアルタイムに欲しい情報が入手しやすくなっている。(※SNS～インターネットを介して人々が交流できるサービスの総称)
3. カーシェアリングなど、車を所有しなくても気軽に車に乗ることができる。
4. テレワークやフレックスタイムなど、好きなときに好きな場所で働くことができるようになりつつある。

④脅威

1. 人口減少・高齢化により定住人口が減少し、市内の観光業が成り立たなくなる可能性がある。
2. LCC の就航や高速道路割引などの施策により、市民が市外の観光地に流出する可能性がある。(※LCC～低価格で運行サービスを提供する航空サービス)

【来訪者】

①強み

1. シープドッグショーや羊の毛刈りショーなどが楽しめる「羊と雲の丘」、サフォーク料理が食べられる飲食店など、羊の観光コンテンツが豊富。
2. 「岩尾内湖」や「水郷公園」など、自然のロケーションを活かしたスポットがあるほか、市内各地で素晴らしい田園風景が見られる。
3. 高速 IC があるため、車を使えば旭川空港や札幌などからアクセス性も良好であり、通過者も多い。
4. 四季それぞれにイベントが開催されている。
5. 「雪まつり」やスキー、スノーモビル乗車体験ができるなど、冬の観光も楽しめる。
6. めん羊工芸館での羊毛工芸体験など、見るだけではない、体験コンテンツが揃っている。
7. 周辺自治体 3 町と広域連携を組織し、エリアとしての魅力で集客することができる。
8. 農業が盛んで、おいしい農畜産物が食べられる。
9. 国内・国外問わず、「北海道」自体にブランド力があり、集客力がある。

②弱み

1. 「士別サフォークラム」の生産量が限られ、士別に来ても食べられないことがあり価格も高価。また、羊肉は、一般的には独特の風味があるなどの理由により避けられやすい。

2. 羊に関するコンテンツは特徴的だが、観光全般をとおして情報発信が十分でない。または、魅力が伝わっていない。
3. 市内の観光スポットが点在しており、公共交通機関も少ないため、車がないと回りづらい。
4. 合宿などが集中する時期は、宿泊施設のキャパシティが不足することがある。
5. 外国語に対応した施設が少なく、インバウンド観光客の受け入れ体制が十分でない。
6. 「羊と雲の丘」に子どもが長時間滞在できるような遊具がない。
7. 「道の駅」など、立ち寄り需要を取り込める観光スポットが少ない。

③機会

1. 羊肉の需要が全国的に高まる羊肉ブームの到来。
2. インターネットや SNS などの普及により、誰でもリアルタイムに欲しい情報が入手しやすくなっている。
3. 観光ニーズが多様化しており、有名観光地だけではなく、「何もない田舎」や「手つかずの大自然」などへの観光ニーズも高まっている。
4. 猛暑が続く、夏場を避暑地で過ごすという過ごし方が増えつつある。
5. テレワークやワーケーションなど出社しなくても働ける働き方が一般化しつつある。
6. スキーやスノーボードなど、ウィンタースポーツブームの到来。
7. インバウンド旅行客の増加。インバウンド旅行客もリピーター化しており、有名観光地以外へも関心が向きつつある。
8. 農業ブーム。貸し農園などを借りて、趣味で農業を行うニーズの高まり。
9. 民泊が一般化されたことによる利用者・提供者の増加。

④脅威

1. 高規格道路の延伸による、立ち寄り客の減少。
2. JR や公共交通機関の利用者減によるダイヤの縮小・廃止。
3. 国内の景気の悪化や増税などによる、国内観光需要の縮小。
4. 国際情勢の変化などによるインバウンド旅行客の減少。
5. サフォーク羊など、家畜の伝染病や自然災害による市内観光に対するイメージダウン。
6. シニアや一人旅など、観光ニーズの多様化による受け入れ体制の複雑化。

② 教育

●分析結果概況：市民

農業が盛んであるため、身近に体験ができ、食育の推進に繋がっていることや合宿で市内に滞在しているアスリートから直接指導を受ける機会があることが特徴として挙げられた。一方、学校以外の学力向上機会である学習塾が少ないことや地元で大学に進学するという選択肢がないことが課題として挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

農業や畜産業に携わりたい方にとって、ICTによるハイテク農業のほか、羊に関する知識や技術を身に着けることができる牧場などが、就農の受け入れを行っていること、また、子育て世代にとって、自然豊かな環境で教育が受けられることが強みとして挙げられた。

【市民】

①強み

1. 少人数編成のクラスであるため、一人ひとりに目が届き、手厚い支援・指導が期待できる。
2. 自然豊かな環境の中で、のびのびと子育てすることができる。
3. 地域イベントへの参加や、「こども議会」制度など子どものうちから社会に参加できる機会が多い。
4. 合宿に訪れたアスリートや文化団体から指導を受ける機会がある。

②弱み

1. 学校以外の学習の機会である学習塾などが少ない。
2. 大学や専門学校がないため、地元で進学という選択肢がない。

③機会

1. まちとして必要な機能が中心市街地に集約された「コンパクトシティ化」の推進。
2. 学業の成績に限定しないスポーツや芸術など、秀でた才能を伸ばそうとする教育の多様化。
3. 都会ではなく、自然の中でのびのびと子育てしたいというニーズの高まり。
4. 職業体験やインターンシップ制度など、自分のやりたい仕事を探すことを目的とした教育の充実。
5. インターネットの普及。

④脅威

1. 労働人口の都心部への流出。
2. 社会教育に関わる企業や団体の減少。

【来訪者】

①強み

1. ITを活用したハイテク農業の実践地区で、農業体験を受け入れることができる農家がある。
2. 羊の飼育に関する知識や技術を身に付けられる環境がある。
3. 自然豊かな環境のなかで、少人数だからこその手厚い支援や指導が期待できる。
4. 社会教育活動を受け入れてくれる企業・団体がある。
5. 総合ビジネス科のある高校があり、資格取得に有利。

②弱み

1. 人口減少に伴う指導者の減少。

③機会

1. 産学官協働やインターンシップなど、学生のうちからビジネスの実践を学びたいというニーズの高まり。
2. 都会から田舎へ、子育て環境を重視した移住ニーズの高まり。
3. テレワークやワーケーションなど、オフィスに出社しない働き方の一般化。
4. 食や農業に対する関心の高まり。

④脅威

- 田舎から都会へ、学習環境を重視した移住ニーズの高まり。

③ 生涯学習・文化・スポーツ

●分析結果概況：市民

合宿受け入れを積極的に行っていることもあり、本格的なトレーニング設備や陸上競技場などの施設が充実していること、また、合宿で本市を訪れたアスリートや文化団体の指導を受ける機会があることなどが強みとして挙げられた。また、サークル活動や芸術活動、高齢者の交流の場である「九十九大学」など、市内の生涯学習に関する活動が活発であるという意見が挙げられました。一方、弱みとし、少子高齢化や人口流出により、地域の文化や風習などを継承する若い世代の人口が少ないといった意見が挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

ハーフマラソン、歩くスキー、スキージャンプなど、様々なスポーツの大会やイベントが行われていること、また、夏は涼しく、冬は良質な雪が降る自然環境がスポーツをするのに適しているというのが強みとして挙げられた。一方、合宿が集中する時期においては、宿泊施設のキャパシティの不足により、スポーツ大会やイベント、観光などで来訪する方に対する宿泊施設についての課題が挙げられた。

【市民】

①強み

1. 本格的な陸上競技場や体育館、トレーニング設備、スキー場など、スポーツする人の環境が充実している。
2. 市内の指導者によるほか、合宿に訪れるアスリートや文化団体の指導を受ける機会がある。
3. スポーツに関する市民団体が多かったり、市内で開かれるスポーツ大会へのボランティア参加が多かったりするなど、関心の高い市民が多い。
4. 生涯学習センターを有しており、若い人から高齢者に至るまで多くのサークル活動が行われている。
5. 各種文化団体やアーティスト・イン・レジデンスを開催するなど、芸術活動が盛ん。
6. 高齢者の交流の場として、「九十九大学」が開設されている。

②弱み

1. 少子化により、市内のスポーツ人口が減少している。また、競技人口が少ないため、クラブチームなどの選択肢がない。
2. 文化団体は高齢者が多く、文化を継承する若手人材が不足している。

③機会

1. スポーツイベントの開催や市民の積極的なスポーツ活動によるスポーツツーリズムの活性化。

2. 東京オリンピックの開催。
3. 健康寿命の伸長。

④脅威

1. 少子高齢化に伴う競技人口の減少による市民のスポーツ活動の衰退。
2. 企業やチームの方針による合宿ニーズの他地域への流出。
3. 優秀な指導者や選手（市民）の市外への流出。
4. 施設整備などに使える過疎地に有利な国の補助制度の縮小。

【来訪者】

①強み

1. ハーフマラソン・歩くスキー・スキーサマージャンプ大会など、スポーツイベントが盛ん。
2. 陸上競技場や市営球場、サッカー場などスポーツ施設が充実。
3. 陸上やウエイトリフティングをはじめ、市内小中高野球部（クラブ）など、様々なスポーツで地元選手（市民）が多数活躍。
4. 夏涼しく、自然災害も少ないため、スポーツに快適な自然環境。
5. 七宝・写真・俳句などの文化団体が活発に活動。

②弱み

1. 時期により、スポーツ観戦やスポーツ大会に参加する人の宿泊場所が限られる。
2. 市内文化団体に若者が少ない。

③機会

1. 士別市出身、または士別で合宿しているチームや選手の活躍。
2. アスリートとの交流やスポーツイベントへの参加を目的としたスポーツツーリズムの活性化。
3. 東京オリンピックの開催。
4. 障がい者スポーツニーズの高まり。
5. 観光ニーズの多様化により、その土地の文化や歴史を知りたいというニーズの高まり。
6. 民泊が一般化されたことによる利用者・提供者の増加。

④脅威

1. 少子高齢化に伴う競技人口の減少による、市民のスポーツ活動の衰退。
2. 施設整備などに使える過疎地に有利な国の補助制度の縮小。

④ 農業・林業

●分析結果概況：市民

水稻・畑作・酪農・畜産と幅広い分野の農畜産業が営まれ、多種多様で安心・安全・高品質な農畜産物を生産していることが特徴として挙げられた。特に、サフォーク羊の飼育頭数が国内有数の規模であるということは、観光分野を中心に大きな強みといえる。一方、地元の農畜産物は、市内イベント等で購入する機会があるものの、大手スーパーなどへの流通量は少なく、日常的に手に入りづらいという意見のほか、士別サフォークラムが高価であり、市民にとって身近な食材ではないことなどが課題として挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

農業体験の積極受け入れをはじめ、市外からの農業研修の受け入れや官民連携した新規就農の支援体制が整っており、実際に新規就農者が本市に移住してきた事例がある。また、区画あたりの面積が道内最大規模を誇る水田圃場があり、農業の ICT 化も進んでいることから、市内外を問わず、農業関係者における認知度も高いと考えられる。一方、地元産の農畜産物のブランディングが十分に進んでいないため、他地域との差別化が難しいこと、農業体験を受け入れる農家が限られていること、サフォーク羊の増頭計画が順調に進んでいないことが弱みとして挙げられた。

【市民】

①強み

1. 水稻・畑作・酪農・畜産と幅広い分野の農業が行われ、多種多様で、安心・安全・高品質な農畜産物を生産している。
2. 広大な行政面積により山林が多く、市内外に士別産木材が流通している。
3. サフォーク羊飼育頭数が国内有数の規模。
4. イベントや直売所などで、地元の新鮮な農産物を購入・食す機会がある。
5. 地産地消や士別産農産物を PR する生産者団体があるなど、農業後継者の活動が活発。
6. 国内有数の大区画圃場があるほか、GPS を活用した稲作など農業の ICT 化が進行。
7. 比較的的自然災害が少ない地域である。

②弱み

1. 多種多様な農産物がある一方、本市を特徴づけるような農産物がない。
2. スーパーに陳列されている地元農産物の量が少ない。
3. サフォーク羊は生産性を上げることが難しく、飼育農家がなかなか増えない。また、士別サフォークラムは高価で、地元でも食べる機会が少ない。
4. 地域の過疎化・高齢化により担い手の確保が困難。
5. 新規就農するには莫大な初期投資がかかるほか、農業用機械の価格が高く、個人での所有が難しい。
6. 冬は農作業が少ないため、農業従事者の安定雇用が難しい。

③機会

1. 農家と直接契約し仕入れを行う大手メーカーや大型チェーン店舗の増加。
2. 農家の 6 次産業化を促す気運の高まりと支援制度の充実。
3. ファームインや収穫体験など、農業体験を通じた食育ニーズの高まり。
4. 輸入羊肉の高騰による、国内産サフォーク肉のニーズの高まり。

5. TPPによる海外向け販路の拡大。
6. 海外労働者の受け入れによる農業従事者の確保。

④脅威

1. 自然災害や異常気象、疫病などによる農業被害。
2. 高齢化・少子化による担い手不足の問題。
3. TPPにより安価な農産物が輸入されることによる価格競争の激化。
4. 国際情勢による原油価格の高騰や消費増税などによる農業経営への影響。

【来訪者】

①強み

1. 安心・安全・高品質な農畜産物が生産されている。
2. サフォーク羊飼育頭数が国内有数である。
3. 上士別地区などで、スケールの大きな田園風景を見ることができる。
4. 収穫体験や田植え体験などを受け入れている。
5. 農業のICT化が進んでおり、全国的にも注目度が高い。
6. 寒暖差や日照時間などが農業に適しており、自然災害も比較的少ない。
7. 市外からの農業研修受け入れや、官民連携した新規就農の受け入れ体制が整っている。

②弱み

1. 特色ある農畜産物がなく、ブランディングも十分でないため、他地域との差別化があまり進んでいない。
2. サフォーク羊の増頭計画が順調に進まず、価格が高い。
5. 若い農業経営者が少ない。
6. 新規就農するには初期投資が莫大。
9. 冬は農作業が少ないため、農業従事者の安定雇用が難しい。

③機会

1. 農家と直接契約し仕入れを行う大手メーカーや大型チェーン店舗の増加。
2. 「見る農業」「食べる農業」「体験する農業」など、農業観光を目的とした観光ニーズの高まり。
3. 「ふるさと納税」による納税者増加。
4. 都会から地方に移り住み農業を行う新規就農希望者の増加。
5. 輸入羊肉の高騰による、国内産サフォーク肉のニーズの高まり。
6. ICT技術による農業の生産性向上ニーズの高まり。
7. インターネットやSNSの普及による情報発信手段増加。
8. 民泊が一般化されたことによる利用者・提供者の増加。

④脅威

1. 自然災害や異常気象、疫病などによる農業被害。
2. TPPにより安価な農産物が輸入されることによる価格競争の激化。
4. インターネットや物流の発達による、競合相手の増加。

⑤ 商業・工業

●分析結果概況：市民

市内には、眼鏡、お茶、陶器などを取り扱う専門店が店舗を構えており、生活に必要なものは概ね市内小売店で揃えることができ、アフター面も充実しているというのが強みとして挙げられた。また、全国規模の企業が本市に進出してきているなか、創業 100 年を迎えた地元企業があることも特徴のひとつである。一方、弱みとしては、市内外の大手スーパーや百貨店のほうが低価格であることや後継者がなく閉店する店舗が相次いでおり、中心市街地に空き店舗が目立っていること、人口減少に伴い、カフェやランチスポットが減少していることなどが挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

強みとしては、「土別サフォークラム」を使用した料理を提供する飲食店や羊革を用いた製品を販売する店舗など、土別の持つ強みを生かし、地産地消と地元PRを推進する事業者がいることが挙げられた。また、比較的地価が安価なこと、市内を国道が横断していることで一定の交通量があり、通過客の需要も見込めることから、新たなビジネスを立ち上げるのにも適しているという意見が挙げられた。一方、弱みとして、商店街の気軽に利用できるカフェやランチスポットが減少していること、少子高齢化によるマーケットの縮小、後継者不足による空き店舗の増加などが挙げられた。

【市民】

①強み

1. 生活に必要な物は市内で揃い、アフターサービスが充実。
2. 「サフォークスタンプ」や「ラブ土別・バイ土別運動」など、市民の購買意欲が高まる取り組みが行われている。
3. 地産地消を推進する飲食店がある。
4. メガネやお茶など専門知識を持っている専門店も揃う。
5. 創業 100 年を超える地元企業があるほか、大手企業が立地している。
6. 有効活用できそうな空き地や空き店舗があり、店舗改修などの市の助成金も充実している。
7. 商工業全般で、同業者同士の連携がある。

②弱み

1. 大手のスーパーなどに比べ、商品価格は高い傾向にある。
2. 過疎化が進み、人口減少が続いているため、後継者がおらず閉店する店舗が相次いでいる。
3. 中心市街地に空き店舗や空き地が目立ち、賑わいが感じられない。
4. 気軽に入れるカフェやランチスポットなどが減少している。

③機会

1. 「地域おこし協力隊制度」の拡充。海外労働者の受け入れによる労働者の確保。
2. 都会から地方へ、Iターン・Uターン・Jターンニーズの高まり。
3. 大手企業の CSR 活動の活発化により、社会貢献活動を行う企業の増加。

4. 助成制度の充実などによる起業への機会増。

④脅威

1. 人口減少・高齢化による定住人口の減少による、市内マーケットの縮小。
2. 大型店舗や大型チェーンなどの地方進出。
3. 高速道路延伸による交通網の変化。
4. インターネットや物流の発達による、競合相手の増加。
5. 法人税や消費税増税による企業の投資・個人消費の冷え込み。
6. TPPなどの国際情勢の変化による国内企業への影響。
7. 国や地方自治体の公共工事発注の縮小。

【来訪者】

①強み

1. 「土別サフォークラム」の料理を味わうことができる飲食店があるほか、「羊革」製品などを販売する店舗など、地産地消に取り組む事業者がいる。
2. 市街地を中心に飲食店街があり、評判のよい店も多い。
3. 比較的地価が安く、自然災害も少ないため、新たに事業所を構えやすい。
4. 土別出身で札幌や東京で飲食店経営している人がいる。

②弱み

1. 業種が限られ、ファミレスや大型チェーン店が少ない。
2. 気軽に利用できるカフェやランチスポットが少ない。
3. 品揃えが充実した店舗が少ない。
4. 地元食材や特産品を活かし切れていない。
5. 空き店舗や空き地の増加、店舗の老朽化が目立つ。また、後継者が不足している。
6. 人口減少によりマーケットが縮小している。
7. 除排雪問題や悪天候など、冬場の環境が過酷。
8. 観光スポットが郊外にあり、市街地からのアクセス性に課題がある。

③機会

1. 大手メーカーや大手チェーン店との契約による土別サフォークラムの販路拡大。
2. インターネットや SNS の普及による販路拡大。
3. 都会から地方へ、Iターン・Uターン・Jターンニーズの高まり。
4. 東京オリンピックによる景気の回復。
5. インバウンド旅行客の増加。
6. 工場や事業所など、大手企業の地方への進出。

④脅威

1. 人口減少・高齢化による定住人口の減少による、市内マーケットの縮小。
2. TPPなどの国際情勢の変化による国内企業への影響。
3. 高速道路延伸による交通網の変化。
4. 増税による企業の投資・個人消費の冷え込み。

⑥ 合宿・企業誘致

●分析結果概況：市民

「合宿の里士別」として知られ、陸上やウエイトリフティングをはじめ、様々なスポーツで毎年2万人の合宿者が訪れており、アスリートや監督、コーチによる地元ジュニア選手の直接指導が行われていること、トヨタをはじめとする自動車関連メーカーの試験場や日甜の製糖工場などがあり、地元での雇用があるほか、市民と立地企業の交流機会があることなど、合宿・企業誘致それぞれで市民にとってのメリットはあるという意見が出された。

●分析結果概況：来訪者

合宿の受け入れ施設や体制が整備されており、これまでの受け入れ実績や評価が高いこと、夏の涼しい気候や冬の雪質がトレーニングに適していることなどが強みとして挙げられた。企業誘致についても、寒冷地としての特性や広大な土地が比較的安価で確保できることが強みになると考えられる。一方、商店、飲食店、娯楽施設が少ないことや外国人の受け入れ体制整備、バリアフリー化への対応、宿泊施設のキャパシティ確保など、今後、一層合宿受け入れや企業誘致の取り組みを進めるうえでの課題であると考えられる。

【市民】

①強み

1. 「合宿の里士別」として陸上、ウエイトリフティング、スキージャンプをはじめ、様々なスポーツで2万人の合宿者が訪れる。
2. アスリートや監督、コーチによる地元ジュニア選手への直接指導の機会がある。
3. 大手企業の試験場や工場があり、地元での雇用がある。
4. 地元で立地している企業と市民との交流の機会がある。また、市内のイベントなどに積極的に参加してくれる。
5. 夏は合宿、冬はテストコースと、年間をとおして交流人口による商店街などの活性が図られている。

②弱み

1. 宿泊施設や飲食店での外国語対応など、海外選手の受け入れ体制が十分でない。

③機会

1. 士別で合宿を行った選手の活躍による「合宿の里士別」の認知度向上。
2. 合宿者のニーズにあわせた店舗や商店、品揃えへの対応。
3. 合宿誘致団体からの高い評価と、合宿検討団体への積極的なPR。
4. 自動運転など新たな自動車開発ニーズの高まり。

④脅威

1. 他地域での合宿受け入れ体制整備と誘致活動の活性化。
2. 監督コーチの交代などによる他地域への合宿先の変更。
3. 誘致企業の事業縮小などによる撤退。
4. TPPにより影響を受ける品目を取り扱う企業の撤退。

【来訪者】

①強み

1. 合宿受け入れ施設や体制が整備されており、これまでの実績も多く評価が高い。
2. 夏の涼しい気候や冬の雪質が様々なスポーツに適している。
3. 「士別 inn 翠月」をはじめとする市内宿泊施設において、アスリートに対する栄養価やニーズに応えた食事提供ができる。
4. 朝日町のジャンプ台ではスキージャンプ大会を実施し、多くの選手が合宿にくる。
5. 積雪寒冷により自動車を中心に冬期試験に適しており、誘致するうえでのアピールポイントとなる。

②弱み

1. 商店数が少なく、練習後の娯楽も少ない。
2. 外国人選手の受け入れ体制が万全とはいえない。
3. 合宿する団体が集中した場合、宿泊施設が不足する場合がある。
4. 小規模な都市であるため、ビジネス面においては不利な条件が多い。

③機会

1. 東京オリンピックにより、合宿などの活動が活発化。
2. 士別で合宿を行った人や団体の口コミでの拡散。
3. 通信技術の発達やテレワークなどの気運の高まりにより、企業の地方進出が進む。
4. 人口減少による空き地の増加により、広大な土地を活用したメガソーラーの設置など、企業立地のための土地は探しやすくなる。
5. 地方への移転・進出を対象とした補助金の充実。

④脅威

1. 旅館経営者の高齢化に伴う廃業など、宿泊キャパシティの減少。
2. 実業団チームの廃部や縮小。
3. 地域の過疎化による働き手の不足などによる企業の地方進出への影響。

⑦ 雇用・労働者福祉

●分析結果概況：市民

雇用・労働者福祉に関する意見として、農業や畜産業に関する雇用ニーズが高いこと、高齢者の就労の機会があること、高校卒業後の地元企業就職希望者に対する就職率が100%に近いことなどが強みとして挙げられた。一方、求人募集している企業の職種が限られることや大学進学後、地元に戻らない者も多いなど若者の雇用には課題があること、さらには、人手不足や後継者不足により廃業する可能性のある事業所や商店があることなどが、弱みとして挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

基幹産業である農業を中心に一定の雇用があること、市内に試験場や工場を持つ大手企業の地元雇用もあることが強みとして挙げられた。また、都会に比べて通勤が楽であることや田舎ならではの自然に囲まれた環境で働けることも魅力のひとつといえる。一方、募集職種が限られることや建設業などでは、季節労働の仕事も多いことなどが弱みとして挙げられた。

【市民】

①強み

1. 季節労働者への支援があるので冬も安定的に働くことが可能。
2. 高校卒業後の地元企業希望者の就職率は100%に近い。
3. シルバー人材センターなど、高齢者の就労の機会がある。
4. 後継者がいない企業を事業承継できる可能性がある。
5. 田舎ならではの自然豊かな環境で仕事ができる。
6. 都市機能と豊かな自然とのバランスがよい住環境。
7. 市内の新入社員や中堅社員向けに接遇研修や能力開発セミナーが行われ、人材育成が図られている。

②弱み

1. 若者や担い手が少ないなどの労働力不足。
2. 大学へ進学して地元に戻らない若者が多い。
3. 人口とともに企業が減少し、雇用が失われる可能性がある。
4. 高齢化の影響などにより、深夜営業に対応できる労働者が少ない。
5. 建設業や農業では季節労働も多い。
6. 中心市街地の過疎化。後継者がおらず廃業する可能性のある事業所や商店がある。
7. 商店の閉店時間が早い。

③機会

1. テレワークやワーケーションなど、出社しなくても働ける働き方の一般化。
2. 空き店舗や廃校などを活用した新たなビジネス。
3. 公共工事の発注増による雇用の拡大。
4. 観光客や合宿者の増加による市内観光業の雇用の創出。
5. 「働き方改革」による労働環境の整備。
6. 労働条件改善の取り組みの活性化。

④脅威

1. 地方から都会へ若者を中心とした人口の流出。
2. 高齢化による労働力の減少。
3. 最低賃金アップによる経営への負担増。
4. 外国人労働者の受け入れ。
5. 雪害による被害。

【来訪者】

①強み

1. サフォーク羊による畜産業は他のまちにはあまり見られない仕事である。
2. 田舎ならではの自然豊かな環境で仕事ができる。
3. 地域おこし協力隊の任期終了後の働き口がある。
4. 季節労働で士別に来たことが縁となり、そのまま定住する人もいる。

②弱み

1. 建設業や農業は冬の仕事が少なく、夏は士別、冬は道外という働き方も求められる。
2. 田舎なのでお店や交通手段が少なく不便。
3. 若年労働者が少ない。

③機会

1. 都会から地方へ、Iターン・Uターン・Jターンニーズの高まり。
2. 災害のない地域への企業の移転ニーズの高まり。
3. 農業分野の就職ニーズの高まり。
4. 外国人の積極的な受け入れによる人手不足解消。
5. インターンシップや調査・研究を行う大学の増加。
6. 地域おこし協力隊制度の活用。

④脅威

1. 少子化による労働力低下。企業の弱体化。労働人口の流出。
2. 労働者の減少による地域の福祉サービスの低下。
4. 大雪などの気候条件。

⑧ 地域間交流・移住

●分析結果概況：市民

友好都市や姉妹都市との相互交流が行われていること、市内と市外のスポーツ団体・文化団体同士の交流が活発に行われていること、また、立地企業や合宿者をはじめとした市外の人の往来が盛んであることが強みとして挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

移住地として、旭川や札幌までのアクセス性が良好であること、地価が比較的安価で、住宅を建てるのに有利であること、都市機能と自然の豊かさのバランスがよい環境であることなどが強みとして挙げられた。一方、弱みとしては、冬の気候の厳しさや自家用車がないと生活が不便であることなどが挙げられた。

【市民】

①強み

1. 友好都市や姉妹都市との相互交流が毎年行われている。
2. 国内外の様々な地域との交流や合宿、試験研究で来市される方との親交で交流人口拡大が図られている。
3. 高校生の交換留学で文化や歴史の違いを学び、自らの成長に役立てることができる。
4. 市内のスポーツ団体や文化団体は、他地域の団体と交流がある。

②弱み

1. 士別市へ移住する魅力が十分発信されていない。
2. 移住体験を受け入れる仕組みが十分ではない。
3. 空き家の管理が不十分。

③機会

1. 友好都市や姉妹都市からの来訪者が士別を知り、また訪れてもらうことでの拡散効果。
2. 外国人労働者の増加。地域おこし協力隊制度の有効活用。
3. 民泊が一般化されたことによる利用者・提供者の増加。
4. インターネットや SNS などの普及により、誰でもリアルタイムに情報発信がしやすくなっている。
5. 都市部からの移住を促す国の支援策が充実。

④脅威

1. 人口減少によるコミュニティの縮小。
2. 多くの過疎地で移住施策に積極的に取り組んでいる。
3. 大雪などの自然環境の問題。

【来訪者】

①強み

1. 四季が特徴的で、夏は快適に過ごせる。災害が少ない。
2. 高速道路があり、旭川市や旭川空港、札幌までのアクセスがよい。
3. 利用価値の高い空き家や空き地が多く、空き家バンクで移住者への空き住宅を紹介。
4. 地価が安く、住宅を建設するのに有利。
5. 都市機能と自然の豊かさのバランスがよい環境。
6. 短期間の移住体験プログラムが用意されている。また、移住体験者から市民は親切だという評価。
7. 移住者には住宅取得のための助成金制度がある。

②弱み

1. 官民一体となった移住受け入れ体制が十分でない。
2. 空き家が上手く活用されていない。
3. 若者にとっての魅力が少ない。
4. 自家用車がないと生活が不便。
5. 移住に関し、士別の魅力が十分に情報発信されていない。
6. 雇用と移住を連動させるなど、幅の広い取り組みがない。

③機会

1. 安心・安全に暮らせる土地を求めて移住する人が増加。
2. テレワークやワーケーションなど出社しなくても働ける働き方の一般化。
3. 田舎で子育てしたいというニーズの増加。
4. 農業分野の就職ニーズの高まり。
5. 芸術家や作家など著名な人物が移住することによる士別の認知度向上。

④脅威

1. 人口減少によるコミュニティの縮小。
2. 建物の老朽化による危険建物の増加。
3. 労働人口の都市部集中。

⑨ 都市計画・交通

●分析結果概況：市民

高速 IC や JR 駅が開設されているほか、市内循環バスの運行、市街地を縦断する国道の敷設など、市民の交通に関する利便性は確保されている。

また、公園が市内随所に設置されており、子育て世帯にとって休日の憩いの場が近くにあることが強みとして挙げられた。一方、公共交通機関の運行本数は少なく、今後も利用率が低下すれば、さらなる路線や便数の減少、廃止について懸念されるほか、駅前が閑散としていることなどが課題として挙げられた。

●分析結果概況：来訪者

本市は、北北海道の真ん中に位置しており、主要都市へのアクセス性が良好であるほか、都市間バスも運行されていることなどが強みとして挙げられた。また、道内唯一のモノコックバスが運行していることも魅力のひとつといえる。一方で、公共交通機関の運行本数が少ないことや主要施設間を除く市街地から観光施設へのアクセス性、レンタサイクルなどのサービスがないことが弱みとして挙げられた。また、国道沿いには空き店舗が多いため、景観の悪化を招かないよう今後の対応が求められている。

【市民】

①強み

1. 高速 IC・JR 駅、市内循環バスや都市間バス、国道も通っており、主要都市へのアクセスもよい。
2. 北北海道の真ん中に位置しており、札幌市も 2 時間圏内に位置している。
3. 市街地区には市内循環バスの停留所が随所に配置されており、主要施設間の往来が可能。
4. 高齢者向けに敬老バスや介護タクシーなどがある。
5. 冬の除雪体制が整っている。
6. 市内随所に公園が整備されている。
7. 古い公営住宅が立て替えられ、住環境が良くなっている。

②弱み

1. 車社会のため、JR・バスの利用率が低く、さらなる便・路線の減少の可能性はある。
2. 農村地区はバスの運行数が少なく、地域の隅々まではカバーしきれていない。
3. バス路線の維持のため、市の補助金が使われている。
4. 駅前が閑散としている。
5. 国道沿いに空き地や空き店舗が散見され、景観がよくない。

③機会

1. 高齢者増加による公共交通機関利用者の増加。
2. 貸客混載による公共交通の維持。

3. コンパクトシティの推進。
4. 自動運転の一般化。
5. JR 土別駅舎のリニューアル。

④脅威

1. 人口減少により、JR やバス、タクシーなど、最低限の交通手段の維持が困難になる。
2. 高速道路延伸による、立ち寄り客の減少。
3. 自然災害による運行休止区間の発生。

【来訪者】

①強み

1. 高速 IC・JR 駅があり、高速バスが運行されている。
2. 市街地区には市内循環バスの停留所が随所に配置されており、主要施設間の往来が可能。
3. 道内唯一のモノコックバスが運行している。
4. 冬の除雪体制が整っている。

②弱み

1. JR やバスはさらなる便・路線の減少の可能性がある。
2. 自家用車がないと移動が不便。
3. 市街地から観光施設へのアクセスに課題がある。
4. レンタサイクルなどのサービスがない。
5. 駅前が閑散としている。
6. 国道沿いに空き地や空き店舗が散見され、景観がよくない。

③機会

1. 公共交通機関を利用するインバウンド観光客の増加。
2. 鉄道・バスファンの増加。
3. 宗谷本線が脚光を浴びることでの利用者の増加。
4. カーシェアやライドシェアの一般化。
5. JR 土別駅舎のリニューアル。
6. 自動運転の一般化。

④脅威

1. 人口減少により、JR やバス、タクシーなど、最低限の交通手段の維持が困難になる。
2. 高規格道路延伸による、立ち寄り客の減少。
3. 自然災害による運行休止区間の発生。

(2) クロスSWOT分析の結果

① 観光

【市民】

①強み×機会

1. 士別ならではの観光コンテンツであるサフォークの魅力を市民に伝え、より身近に感じてもらう仕組みを作る。
2. サフォーク料理や観光スポット、スポーツ、農業、羊毛加工など、市民が市内の観光コンテンツに触れる機会を増やし、インターネットやSNSを通じて自ら発信してもらう。
3. 情報発信においては、ただのスポット紹介ではなく、季節ごと・時間帯ごとなど、より細かく魅力を発信する。

②強み×脅威

1. 市民に市内の観光コンテンツに体験してもらう機会を増やし、さらにリピーターになってもらう仕掛けを作る。
2. 施設などハードの魅力ではなく、既存の観光スポットの新たな楽しみ方やイベント企画など、ソフト面の魅力を創出する。
3. 観光スポットを見て終わるだけではなく、お金が落ちる仕組みを作り出すことで、投資するための財源を作り出す。
4. 市民が日常的に食べたいと思う「食」の魅力を作り出し、市内での消費を促す仕組みを作り出す。
5. 士別や朝日などの各地域で開催しているイベントの見直しや集客につながる効果的な情報発信により、イベントのさらなる盛り上がりやまちなかの人の賑わいを図る。

③弱み×機会

1. インターネットやSNSなどを活用し、市民自らが、市内で観光を楽しんでいる様子を発信してもらえるような仕掛けを作る。
2. 市民自らが観光スポットの活用方法やイベントに対してアイデアを出せる仕組みを作る。

④弱み×脅威

1. 「士別サフォークラム」の新たな食の魅力や特産品を開発する。
2. 市民に対して、幼少期から市内の観光コンテンツに慣れ親しんでももらえるような仕組みを作る。
3. 観光に関わる人材の育成・組織の強化。

【来訪者】

①強み×機会

1. 他にはない羊という観光コンテンツをさらに磨き上げ、アピールすることで、「羊のまち士別」というブランディングを強化し、集客に繋げる。
2. アクセスの良さや地の利を活かし、道北観光の拠点として、周辺観光地とセットで士別の観光を売り出す。
3. SNSなどを活用し、士別 IC利用者や国道 40 号線通過客の取り込みを図る。
4. スキーやスノーモビルなど、冬の観光コンテンツを活用し、インバウンド旅行客の取り込みを図る。
5. 夏涼しいことを売りにして、避暑目的の滞在やワーケーションニーズの取り込みを図る。

②強み×脅威

1. 羊をはじめ、市内の観光スポットの魅力を活用し、通過客だけではなく、士別に来ることを目的に訪れる観光客を増やす。
2. 「田園風景を眺める」「農業体験をする」「とれたての農産物を味わう」など、農業を観光コンテンツとして売り出す。
3. 立地企業の出張者の観光客化を図る。

③弱み×機会

1. 「士別サフォークラム」について、士別産のサフォークラム肉でなければならない価値のある食材として確立する。
2. 士別の「自然」や「田舎」に付加価値をつけ、士別ならではの観光として売り出す。
3. インターネットや SNS で観光客が自ら発信してくれる仕組みを作る。
4. 農業体験など、リピーターにさせる仕組みを作る。
5. 民泊の事業者を増やす仕掛けを行う。

④弱み×脅威

1. インバウンド旅行客の受け入れ体制強化。
2. 周辺自治体と広域連携し、旭川空港利用を想定した観光ニーズを取り込む。
3. 車がなくても、JR で来て、公共交通機関で観光を楽しむことを提案する。

② 教育

【市民】

①強み×機会

1. 子どもはもちろん、大人も参加可能な農業・畜産業の体験プログラムを充実させることで、市内の一次産業就業希望者を増やす。
2. 市外からの観光客を対象とした職業体験を充実させることで、士別への郷土愛の醸成を図る。

②強み×脅威

サフォーク羊や観光など、士別の持つ魅力に幼少期から慣れ親しめるような仕組みを作る。

③弱み×機会、脅威

1. 自然の中で子育てしたいと考える都心に住む家庭の長期滞在を積極的に受け入れ、市内在住の家庭との交流を活発化させる。
2. 市外への進学希望者を中心とした U ターン促進の取り組み。
3. インターネットの学習ツールを活用した学力向上支援の充実。

【来訪者】

①強み×機会、脅威

1. ICTを活用したハイテク農業の実践地区として、市外からの研修生の受け入れを強化する。
2. 都会に住む家庭が、子どもの長期休暇に合わせ、第 2 の田舎的に家族全員で長期滞在してもらえるような仕組みを作る。
3. 大人が「ICT 農業」や「羊」について学べる環境があることをプロモーションすることで、学びを目的とした移住に繋げる。

③弱み×機会、脅威

「ICT 農業」や「羊」など特色ある学習プログラムを増やし、市外の大人の学習ニーズの取り込みを図る。

③ 生涯学習・文化・スポーツ

【市民】

①強み×機会、脅威

1. 市内で合宿する団体やアスリートの応援団を作るなど、市民参加をより活発化させるための仕組みを作る。
2. 創作活動に適した場所であることのアピールにより、さらなる芸術家誘致と市内の文化団体との交流強化。
3. 現在の合宿団体や選手との関係性をより強固にする。

③弱み×機会、脅威

1. 土別の文化を市内外問わず発信し、継承希望者を募集する。また、継承者を育成する環境を整える。
2. 高齢者ニーズの多様化に合わせて、「九十九大学」のプログラムを見直すなど、より多くの方が参加しやすいものとする。

【来訪者】

①強み×機会

1. スポーツイベントへの参加や合宿に訪れたアスリートとの交流を目的としたスポーツツーリズム需要の取り込み。
2. 夏の気候の快適さや自然を活かしたスポーツ目的の観光ニーズ、芸術活動のための長期滞在ニーズの取り込み。
3. 障がい者スポーツの大会や合宿ニーズの積極的な取り込み。

②弱み×機会

1. 合宿やイベントに参加すると連携した情報発信の強化。
2. 民泊でスポーツツーリズムを楽しむ仕組みづくり。
3. 観光目的で市内を訪れた人に対して、観光ボランティアガイドをはじめとする市内文化団体による土別の観光や歴史、文化を知ってもらうための取り組みや活動を強化。
4. 芸術活動のため市内に長期滞在している芸術家と、市内文化団体との交流を一層活発化させる。

③弱み×脅威

1. スポーツ関連のイベントや選手との交流を目的に土別を訪れる人を増やすことで交流人口の増加を図る。
2. マラソンをはじめとする陸上競技など、土別ならではのスポーツによるツーリズム推進。
3. 市内に長期滞在する芸術家と連携した情報発信。

④ 農業・林業

【市民】

①強み×機会

1. 多種多様な農畜産物を生産しているという強みを活かし、大手メーカーや大型チェーン店への販路拡大をめざす。
2. 海外進出を含め、販路拡大をめざすことへの農業者の意識醸成と支援制度の充実。
3. 市民向けに「土別サフォークラム」を食べる機会の創出と消費拡大の促進。

②強み×脅威

1. 国内外を問わず、先進農業を学ぶ農業研修生の積極的な受け入れを促進することによる労働力の確保。
2. イベントや農業体験などを通じ、さらなる市内生産者と消費者の交流の活性化を図る。

③弱み×機会

1. 農畜産物に付加価値をつけ、販売力を強化するため、農業者と事業者の6次産業化の支援を強化する。
2. 自然災害の少なさを強みにした、新規就農希望者の積極受け入れ。
3. 離農希望者の持つ土地や機械などを就農希望者に継承するマッチングサービスを強化することでの担い手の確保。

④弱み×脅威

1. 農業法人化の支援を強化することで、新たな設備投資や生産性向上が図れるよう、経営基盤の安定をめざす。
2. 農業従事者の通年雇用を実現するための、農業者や地域間を超えた連携。
3. 市内の小売店や飲食店との連携など、安定的な地元での販路の確立。

【来訪者】

①強み×機会

1. 「見る農業」「食べる農業」「体験する農業」など農業観光を目的とした観光客の取り込み。
2. 「ふるさと納税」制度を活用し、市内特産品の認知度向上とブランディングを図る。
3. ICT化が進む本市の農業をアピールし、若手就農希望者の取り込みを強化。

②強み×脅威

1. 農業体験などを目的に、実際に土別を訪れる人を増やすことで、消費者との繋がりを強化。
2. 土別を訪れ、地元農畜産物を食した消費者に対し、継続的に購入してもらえるような仕組みを作る。

③弱み×機会、脅威

1. 他地域との差別化に向けた、「土別サフォークラム」のブランディングを強化。
2. ビジネスとして収穫体験やファームステイを実施し、「農業観光」を確立して農業者の収益確保につなげる。
3. 民泊と組み合わせた農業体験を行う短期移住者の受け入れ強化。

④弱み×脅威

1. 農業のICT化を研修する大学や研究機関と連携することによる、土別市農業の認知度向上。
2. 大手企業の農業分野への新規参入に伴う受け入れ体制の整備。

⑤ 商業・工業

【市民】

①強み×機会

1. 土別ならではの特産品や商店の魅力を訴求することによる、国道通過者の立ち寄り利用促進。
2. 大手企業の出張者や合宿者などを対象に、商店街利用を一層促進できるような仕組みを作る。

②強み×脅威

1. 後継者がいない事業所や店舗に対する、第三者による事業継承を促進する仕組み作りと事業継続支援。
2. 市民が地元の商店や事業所をさらに利用してくれる仕組み作り。

③弱み×機会、脅威

1. 地元農畜産物を活用した商品開発や新メニュー開発を行う事業者を支援する制度の充実。
2. 既存事業者の新たな分野への新規参入や事業転換への支援。

【来訪者】

①強み×機会

1. 安定的な販路の開拓をめざし、「土別サフォーラム」を扱う大手メーカーや大手チェーン店などへの売り込み強化。
2. 市内の事業所や商店の魅力を、インターネットを活用して発信することによる、IC利用客や出張客の立ち寄り促進。

②強み×脅威

1. 空き店舗の情報提供や起業のための助成制度を一層充実させることで、市内外の起業検討者の取り込みを図る。
2. 土別出身で、市外で活躍している飲食店経営者などに協力してもらい、消費地での土別産特産品の認知促進・販路拡大をめざす。

③弱み×機会

1. チェーン店にはない地元の店舗ならではの個性を磨き、その個性を強みにした情報発信を行う。
2. 土別の自然や気候を活かし、アウトドアメーカーと連携して出店やイベントを行うなど、スポーツ分野の新たなビジネスを展開。

④弱み×脅威

1. 店舗の一部改装によるカフェ事業など、既存の事業者の新たな客層の取り込み強化。
2. 既存の店舗や事業所の「わざわざ立ち寄りたくなる」魅力の磨き上げ。

⑥ 合宿・企業誘致

【市民】

①強み×機会

1. 士別で合宿したことがある合宿者の協力による、新たな情報発信の取り組み。
2. 受け入れ体制や補助金などの情報を一元化して発信することで、新たな合宿・企業誘致を促進する。
3. 誘致企業との連携による雇用と移住促進を組み合わせた施策。

②強み×脅威

1. 実績や評価を打ち出した誘致活動による、新たな合宿団体・企業の積極誘致。
2. 既存の合宿者や合宿団体との関係を一層強化し、安定的なリピーターを確保する。
3. 合宿をはじめとする来訪者に配慮した施設などのハード面以外の満足度向上への取り組み。
4. 近隣市町村と広域連携することでのスケールメリットを活かした合宿・企業誘致。

③弱み×機会

1. 海外選手や外国人観光客への対応など、外国語が話せる市民の活躍の場を創出。
2. 積極的な移住の受け入れによる働き手の確保。

④弱み×脅威

1. 新千歳空港付近の自治体など、遠方の自治体と連携した合宿・企業誘致施策の実施。
2. 市民の合宿・企業誘致受け入れの意識向上によるサポート体制のさらなる充実。

【来訪者】

①強み×機会

1. 合宿者や合宿団体の要望や意見を踏まえた誘致プロモーションの強化。
2. 広大な土地や雪質を活用したビジネスを展開する企業に対しての誘致施策の実施。

②強み×脅威

1. 季節ごとの合宿受け入れのキャパシティを意識したバランスの良い誘致活動の強化。
2. 市内に工場や試験場のある企業への働きかけによる合宿受け入れのサポート体制のさらなる充実。

③弱み×機会、脅威

1. 少人数で対応できるビジネスの誘致。
2. アクセスの悪さを改善するカーシェアリングやライドシェアサービスなどの実施。

⑦ 雇用・労働者福祉

【市民】

①強み×機会

1. 働く世代ごとのニーズにあわせた、働きたい人と雇用したい事業者のマッチング強化。
2. 子育て主婦層やシニアなどの労働力を活用する柔軟な働き方の浸透。

②強み×脅威

1. 地元での就職率向上のための、地元高校生・企業の結びつきを強める施策の強化。
2. 季節労働者の通年雇用を促す仕組みのさらなる推進。

③弱み×機会

1. 都心部の企業と連携し、士別にいながらにして都心の企業に勤めることができる仕組みや体制の整備。
2. 既存企業の新規業態への転換などの支援。

④弱み×脅威

1. 市内企業の合同研修や市外への研修についての助成制度のさらなる充実。
2. 士別出身大卒者の U ターン就職を促す仕組みの整備。

【来訪者】

①強み×機会

1. 農業やサフォーク羊の畜産業に従事したい人たちを取り込む施策の検討。
2. 災害が少ないことを強みとした積極的な企業誘致による新たな雇用先の確保。
3. 大学との連携による若手学生とのさらなるネットワーク強化と構築。

②強み×脅威

1. 地方から士別へ訪れる季節労働者の安定雇用先の確保による定住促進。
2. 「田舎で暮らす」ことのメリットを訴求する移住プロモーション。

③弱み×機会

1. 事業承継したいと考える人材と後継者のいない事業者のマッチング。
2. 外国人労働者の受け入れ整備と積極雇用。
3. 市外からの労働者の居住先として空き家の積極活用。

④弱み×脅威

1. 移住者に対する助成制度のさらなる充実。
2. 士別出身の大卒者などの U ターン就職を促す施策の充実。

⑧ 地域間交流・移住

【市民】

①強み×機会、脅威

1. 新規就農希望者をターゲットにした移住促進施策の実施。
2. 市内農業者と都市部の未婚女性のマッチングを促進。
3. 外国人労働者の定住受け入れ整備。
4. 合宿や長期出張目的で土別を訪れた人を対象とした移住促進。

③弱み×機会、脅威

1. 住居や仕事など移住後の生活をトータルでサポートできる官民連携した組織の構築。
2. 「土別に住む魅力」を訴求するインターネットを活用した積極的な情報発信。
3. サフォーク羊の畜産業など、特徴ある仕事を起点にした移住促進。

【来訪者】

①強み×機会

1. 新千歳空港や旭川空港などに直行便がある道外エリアを対象に、アクセスの良さを強みにした移住プロモーションを実施。
2. 新規就農希望者に対して、土別に住んでテレワークで仕事をしながら少しずつ農業を体験していく取り組みなどの提案。

②強み×脅威、機会

1. 企業のサテライトオフィスの積極誘致。
2. アトリエやスタジオなど、広い場所を求めている芸術家などを対象にした移住促進。

④弱み×脅威

1. 夏は土別、冬は暖かい地域に住む二地域居住を積極的に提案。
2. 空き家・廃校などを利用した起業支援。

⑨ 都市計画・交通

【市民】

①強み×機会、脅威

1. ライドシェアサービスの推進により、公共交通機関が網羅できない場所や時間帯をカバー。
2. 市民による公共交通機関利用を推進する施策の充実。

③弱み×機会、脅威

1. 若手芸術家を招へいし、空き家や空き店舗を使ったアート作品を屋外展示してもらうなど、まち並み景観改善に向けた取り組みの実施。
2. 高速を降りて土別に立ち寄りたくなるような新たな立ち寄りコンテンツの開発

【来訪者】

①強み×機会

1. 公共交通機関を利用した市内観光ルートの提案。
2. 周辺自治体と協力し、JR・バスを利用した観光を推進。

②強み×脅威

1. カーシェアリングサービスを活用した観光客の新たな交通手段の確保。
2. 「モノコックバス」を活用したバス好きをターゲットにした観光プロモーション。

③弱み×機会、脅威

1. 海外の方でも公共交通機関が利用しやすいような外国語への対応。
2. 商店街、中心市街地の賑わいとなるような施設や道の駅の設置。

(3) 士別市観光振興基本計画策定委員名簿

No.	所属団体名	氏名
1	団体推薦（士別観光協会）	喜多 武彦
2	団体推薦（士別商工会議所） 観光推進検討委員会	金子 博之
3	団体推薦（朝日商工会）	片貝 直人
4	団体推薦（士別青年会議所）	五十嵐 翔悟
5	団体推薦（JA北ひびき）	榎本 淳美
6	団体推薦（サフォーク研究会）	金子 雅志
7	団体推薦（中心商店街振興組合） 観光推進検討委員会	輿水 信弘
8	団体推薦（士別ハイヤー） 観光推進検討委員会	稲毛 幸雄
9	団体推薦（士別軌道）	山崎 修次
10	団体推薦（ブルーシーズ）	中山 義之
11	団体推薦（しべつクル〜ル） 観光推進検討委員会	大友 歩美
12	団体推薦（地域おこし協力隊）	加藤 純規
13	一般公募	浦島 琴音
14	一般公募	水戸 郁子
15	観光推進検討委員会	菊地 仁
16	観光推進検討委員会	木村 友洋
17	観光推進検討委員会	渡辺 英次
18	観光推進検討委員会	千葉 洋介
19	観光推進検討委員会	苔口 千笑
20	観光推進検討委員会	村中 吉宏
21	観光推進検討委員会	中川 卓
22	観光推進検討委員会	中田 久美子
23	士別市経済部	井出 俊博
24	士別市経済部商工労働観光課	徳竹 貴之
25	士別市経済部商工労働観光課観光係	小林 真二
26	士別市経済部商工労働観光課観光係	菅原 聖弘
27	士別市経済部商工労働観光課観光係	佐々木 大輔

(4) 士別市観光振興基本計画策定委員会の開催経過

No.	開催日	委員会名称
1	平成30年6月7日	第1回 士別市観光振興基本計画策定委員会
2	平成30年6月27日	第2回 士別市観光振興基本計画策定委員会
3	平成30年7月25日	第3回 士別市観光振興基本計画策定委員会
4	平成30年9月27日	第4回 士別市観光振興基本計画策定委員会
5	平成30年10月19日	第5回 士別市観光振興基本計画策定委員会
6	平成30年11月8日	第6回 士別市観光振興基本計画策定委員会
7	平成30年11月21日	第7回 士別市観光振興基本計画策定委員会
8	平成30年12月26日	第8回 士別市観光振興基本計画策定委員会
9	平成31年1月17日	第9回 士別市観光振興基本計画策定委員会
10	平成31年1月31日	第10回 士別市観光振興基本計画策定委員会
11	平成31年2月15日	第11回 士別市観光振興基本計画策定委員会
12	平成31年3月18日	第12回 士別市観光振興基本計画策定委員会
13	平成31年3月28日	第13回 士別市観光振興基本計画策定委員会

(5) パブリックコメントの実施状況

- ① 募集期間 平成31年2月25日（月曜日）～3月26日（火曜日）
- ② 意見提出者数 1名
- ③ 提出方法 持参1名
- ④ 担当部署 経済部商工労働観光課

No.	寄せられた意見	市の考え方
1	<p>士別市の観光振興基本計画について提言させていただきます。</p> <p>日向温泉と日向森林公園を地元の有する市民として、日向温泉の利活用が有効に活かされていない要因として思われることとにその所轄が畜産林務課であり、日向温泉と周辺の施設は、士別の観光資源として道北1市3町広域的な観光ルートとして位置づけされるべきである。従ってその視点からすると、商工労働観光課に日向温泉と周辺施設を織り込む機構改革をすべきと思う。そうすることで日向温泉を含めた全市の観光振興につながり効果が期待されると考えられる。日向温泉が林業センターとして設立された経緯があるもののいつまでもこの状態を継続することにはならないと考え検討を願います。</p>	<p>日向温泉（日向保養センター）及び日向森林公園については、農業振興課の所管する施設となっており、指定管理制度により管理・運営されております。</p> <p>現在、日向保養センターや日向スキー場について、本市観光パンフレットや市ホームページなどによる情報発信、PRに努めているほか、近隣の3町（和寒、剣淵、幌加内）と着地型観光推進協議会を組織し、4地域の連携による観光の魅力や情報発信にも努めております。</p> <p>今後も、同協議会及び本市の誘客に関する取り組みにあたっては、ご提言のとおり、日向保養センターとその周辺施設（日向スキー場や日向森林公園など）を含めた一層の情報発信やPRも必要であり、市民の皆様や市内関係団体などのご意見等も取り入れながら、所管する農業振興課（2019年度からは畜産林務課）やスポーツ課との連携により、日向温泉及び周辺施設を含めた本市観光の振興を図って参ります。</p> <p>なお、上記の市の考え方を、基本計画書21ページ中「重点施策④」及び「基本計画前期の実施事業案」へ反映しました。</p>