

第3次上富良野町観光振興計画 (案)

《ご自由にお持ちください》
パブリック・コメント実施中

～皆様のご意見をお寄せください～

■募集期間

令和6年1月25日(木)～2月25日(日)

■意見提出方法

任意の様式に案に対するご意見のほか、住所・氏名(団体名)・電話番号をご記入ください。
また、提出の際は役場窓口にご持参いただくか、郵送、FAX、電子メール、町民ポスト等をご利用ください。

■問合せ・提出先

企画商工観光課商工観光班 45-6983

目次

| | |
|----------------------------|----|
| 第1章 第3次上富良野町観光振興計画の策定にあたって | |
| (1)計画の趣旨 | 1 |
| (2)計画の位置づけと期間 | 1 |
| 第2章 観光の現状と課題 | |
| (1)北海道観光の現状 | 2 |
| (2)上富良野町の観光の現状 | 3 |
| (3)「第2次上富良野町観光振興計画」の取り組み評価 | 9 |
| (4)課題の整理と今後の方向性 | 14 |
| 第3章 観光の将来ビジョン | |
| (1)第3次上富良野町観光振興計画の基本コンセプト | 16 |
| (2)観光振興の基本方針と目標 | 17 |
| 第4章 観光振興アクションプログラム | |
| (1)観光振興アクションプログラムの推進体制 | 19 |
| (2)アクションプログラム(施策)の構成 | 20 |
| (3)アクションプログラム(施策)の主な取り組み | 21 |
| 第5章 資料編 (省略) | |

第1章 計画の策定にあたって



(1) 計画策定の趣旨

上富良野町は、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・美瑛地域が国内有数の観光エリアとして広く認識されるまでになりました。

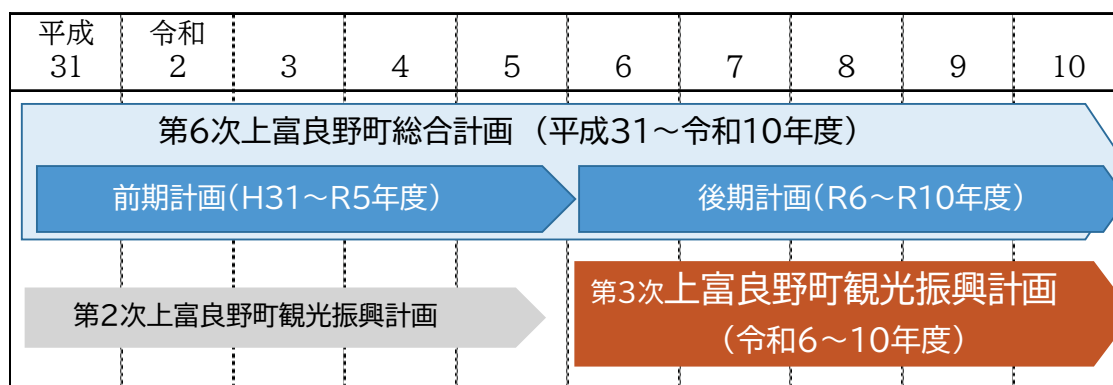
近年、経済情勢の悪化と旅行需要の停滞によって観光入込客数が減少に転ずる中、周辺観光地が新たな観光需要の掘り起こしやコンテンツ整備に成功し徐々に復調の兆しを見せる一方で上富良野町は観光客の取り込みに苦戦し、入込客数がピーク時の6割を下回る状況下で「上富良野町観光振興計画(第1期・第2期)」を策定し、安定して地域に活力をもたらす観光関連産業の振興を目指し、住民、事業者、観光協会及び行政が一体となって計画的に取り組んできました。

本計画は、前計画期間の大部分を新型コロナ禍による大きな制約とそれに伴う未知の課題への対応を余儀なくされ、さらにその影響を色濃く残す環境下において、上富良野観光の回復と町観光産業更なる発展により、町全体に輝きを持たせることを目標に策定するものです。

(2) 計画の位置づけと期間

本計画は、まちづくりの総合的な指針である第6次上富良野町総合計画に基づく個別計画として策定する計画であり、総合計画の分野別目標に掲げる「活力と交流あふれる産業のまち」の実現に向けて他の関連する計画と整合を図りながら取り進めるものです。

その計画期間は、「第6次上富良野町総合計画」後期計画と合わせ、令和6年度から令和10年度までの5年間と定めます。



第2章 観光の現状と課題

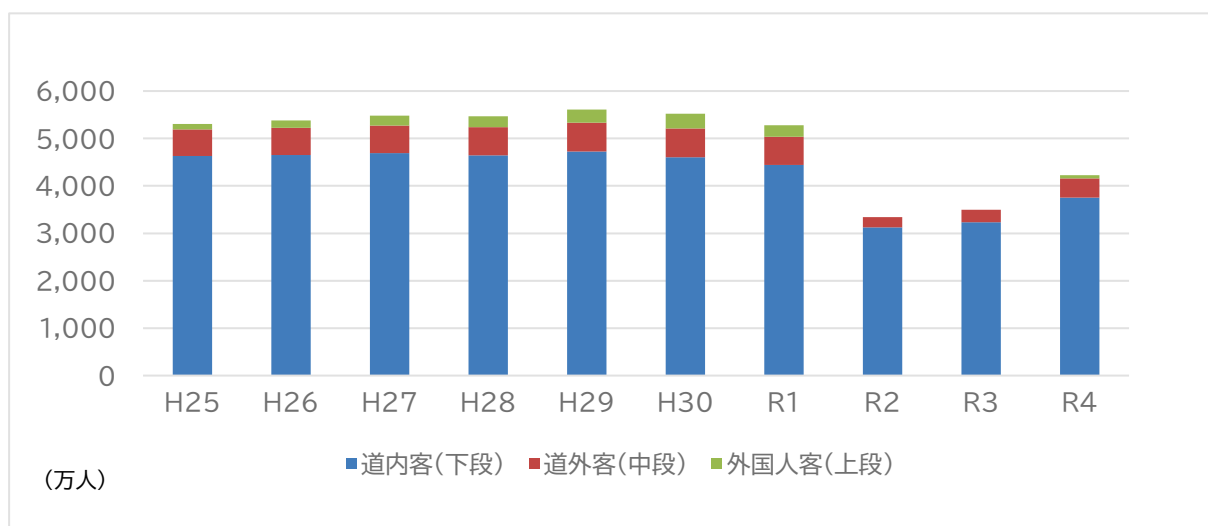


(1) 北海道の観光の現状

北海道全体で見ると、観光入込客数は堅調に推移していましたが、令和2年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅な減少が続いています。

訪日外国人観光客は、約10年前から新型コロナ禍前にかけて、国際空港路線の新規就航やビザ要件の緩和などを受けて、また円安基調に転じたことをはじめ経済情勢の安定から約2.5倍に増加しましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、国による水際対策などの施策により令和2年においてはほぼゼロとなりましたが、昨今では令和5年5月に新型コロナウイルスが感染法上5類に移行したことなどから大幅な回復傾向を見せています。

北海道観光入込客数10か年の推移（出典：北海道観光局 HP「北海道観光入込客数」より）



(単位:万人)

| | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 道内客 | 4,629 | 4,654 | 4,693 | 4,642 | 4,725 | 4,601 | 4,441 | 3,123 | 3,234 | 3,756 |
| 道外客 | 565 | 569 | 577 | 594 | 606 | 608 | 592 | 215 | 261 | 404 |
| 外国人客 | 115 | 154 | 208 | 230 | 279 | 311 | 244 | | | 69 |

(2) 上富良野町の観光の現状

■上富良野町の観光の現状

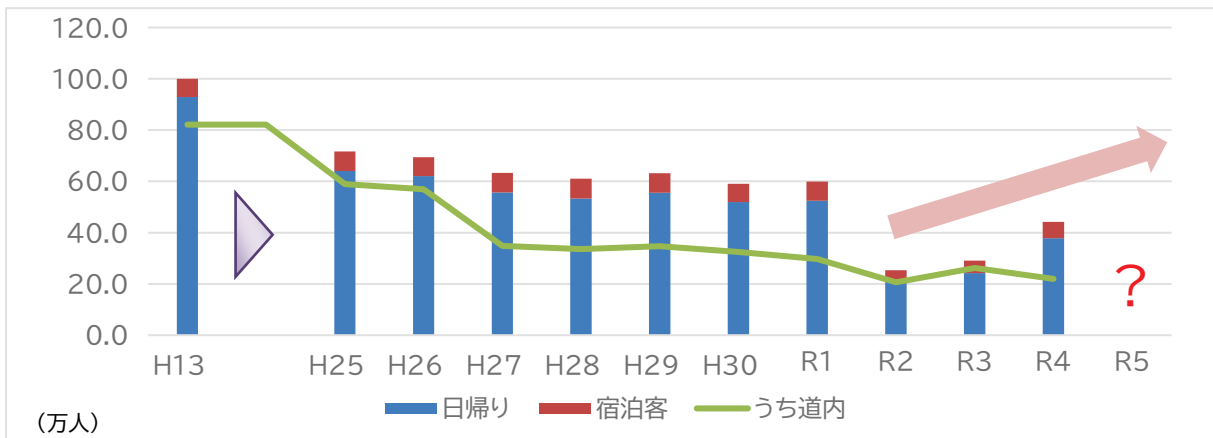
上富良野町は北海道のほぼ中央、北海道第二の都市である旭川市と観光都市である富良野市
の間に位置し、ラベンダー栽培発祥の地として、また、大雪山国立公園の南方十勝岳連峰の麓にあ
る恵まれた自然環境や豊富な温泉資源を有するまちとして多くの観光客に愛され、ピーク時(平成1
3年)には100万人の入込客数を記録しましたが、右肩上がりの北海道観光需要が一定の落ち着き
をみせて以降は、激化する国内・道内観光地の競争のなかで旅行客の取り込みやコンテンツ開発
に苦戦し、令和元年まで概ね 60 万人前後の入込数で推移していました。

令和2年以降に新型コロナウイルス感染症の影響下で入込数は大きく減少し、令和5年に入り大
幅な回復を見せてはいますが、町内観光産業にまだ深い影響を残しています。

本町を含む富良野・美瑛エリアは、北海道内において有数の観光地として認知され、エリア全体
での観光客数が増加傾向にあったことから、地域の魅力をどう活かしていくかが今後の入込回復
の鍵となります。

表 1 年次別観光客入込の推移

観光客入込数はピーク時の平成 13 年に 100 万人を超えましたが、近年は 60～70 万人で推
移し、新型コロナウイルス感染症の影響が出た令和2年には21万人にまで減少しています。新型
コロナウイルスの5類移行を機に急速な回復を見せていますが、減少したままの道内客(リピート
率の低下)の回復と併せて、引き続き観光客の呼び込み、引き込みが必要となっています。

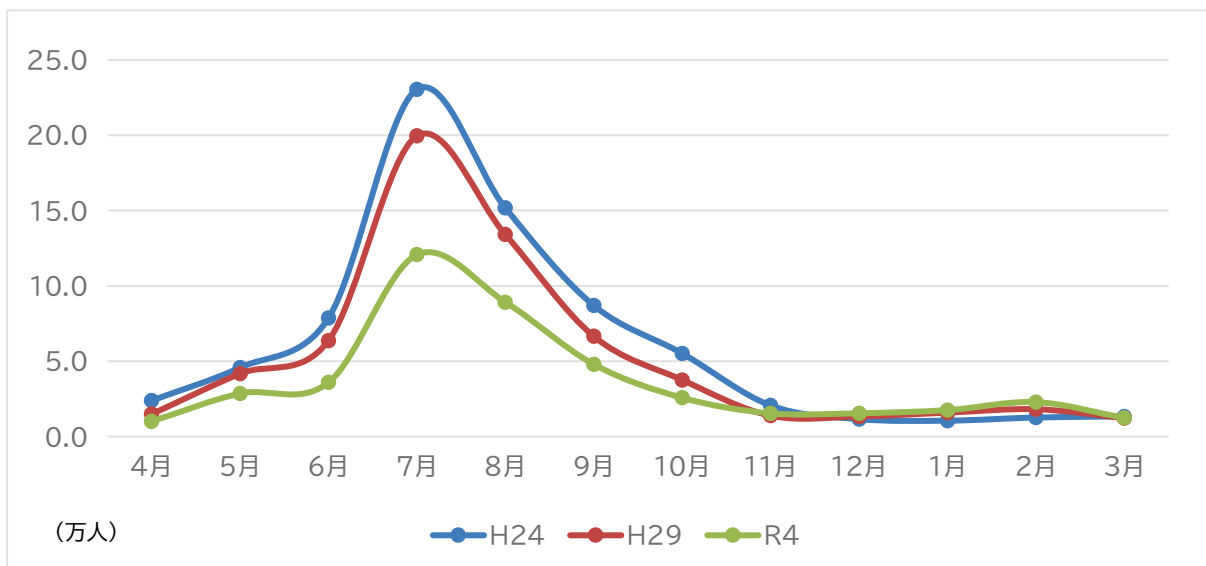


(単位:万人)

| 年度 | H13 | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|--------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 日帰り | 92.9 | 64.1 | 62.0 | 55.7 | 53.3 | 55.5 | 51.9 | 52.4 | 21.1 | 24.2 | 37.9 |
| 宿泊 | 7.1 | 7.7 | 7.4 | 7.6 | 7.7 | 7.6 | 7.1 | 7.4 | 4.3 | 4.9 | 6.3 |
| 合計 | 100.0 | 71.7 | 69.4 | 63.3 | 61.0 | 63.1 | 59.0 | 59.9 | 25.3 | 29.1 | 44.2 |
| (うち道内) | 82.1 | 58.9 | 57.0 | 34.8 | 33.6 | 34.7 | 32.5 | 29.7 | 20.6 | 26.2 | 22.0 |

表2 月別別観光客入込の推移

観光客入込を月別にみるとラベンダーが見ごろを迎える7月が最も多く、ラベンダー観光の地としてのブランド定着が進む一方で、時期が集中することで観光産業における慢性的な人手不足が深刻であり、オーバーツーリズムを生じさせる原因にもなっています。引き続き閑散期における観光客の取り込みを進め、安定して観光需要に対応する基盤をつくらなければなりません。

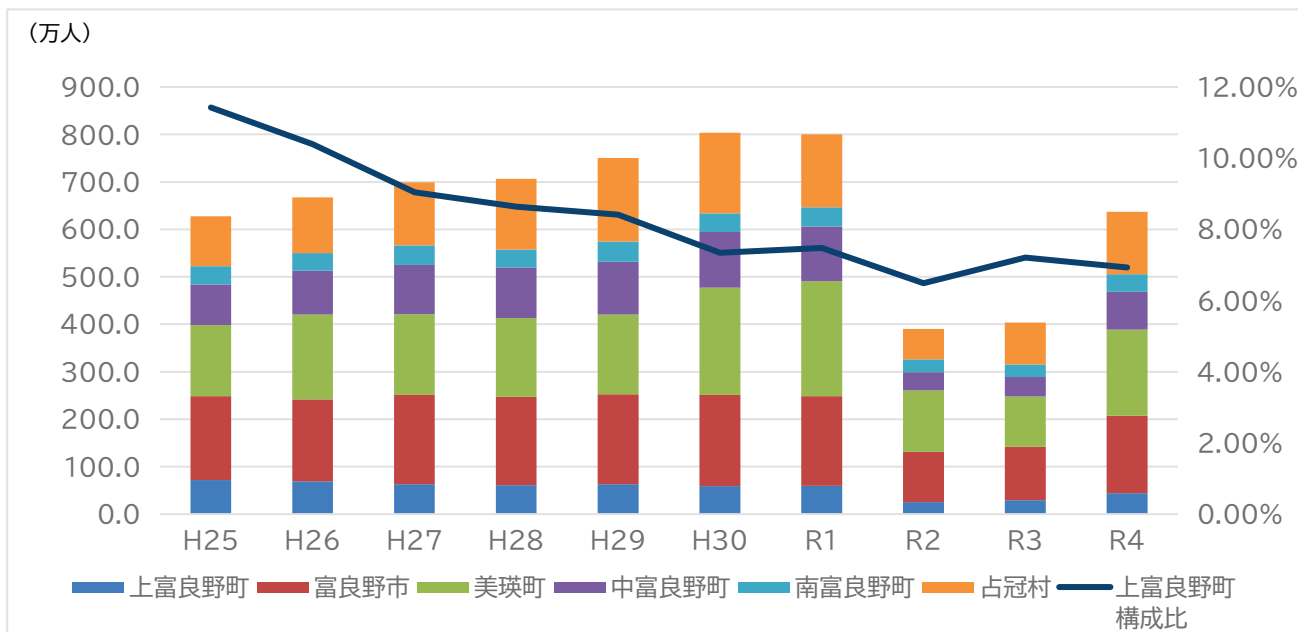


(単位:万人)

| 年度/月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | |
|------|-----|-----|-----|------|------|-----|------|
| H24 | 2.4 | 4.6 | 7.9 | 23.0 | 15.2 | 8.7 | |
| H29 | 1.5 | 4.2 | 6.4 | 20.0 | 13.4 | 6.7 | |
| R4 | 1.0 | 2.9 | 3.6 | 12.1 | 8.9 | 4.8 | |
| 年度/月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 計 |
| H24 | 5.5 | 2.1 | 1.2 | 1.1 | 1.3 | 1.3 | 74.1 |
| H29 | 3.8 | 1.4 | 1.3 | 1.6 | 1.8 | 1.2 | 63.1 |
| R4 | 2.6 | 1.5 | 1.5 | 1.8 | 2.3 | 1.2 | 44.2 |

表3 近隣市町村(富良野・美瑛広域エリア)観光客入込の推移

富良野・美瑛の広域観光エリアでみると全体の入込数は堅調に増加傾向を見せており、富良野・美瑛ブランドが引き続き強い魅力を持って観光入込を支えていることがわかります。
一方で上富良野町は入込数の微減が続いており、圏域に占める割合も同様に下降傾向が続いています。

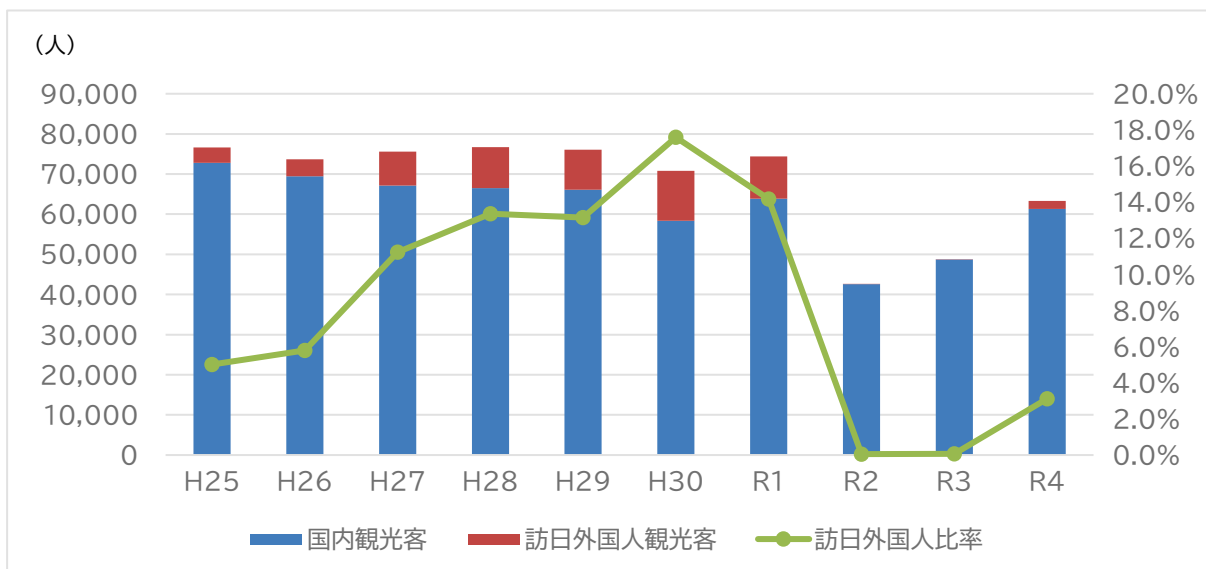


(単位:万人)

| 年度 | 上富良野町 | 構成比 | 富良野市 | 美瑛町 | 中富良野町 | 南富良野町 | 占冠村 | 合計 |
|-----|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| H25 | 71.7 | 11.42% | 176.9 | 149.4 | 85.6 | 38.7 | 105.4 | 627.7 |
| H26 | 69.4 | 10.39% | 172.1 | 179.1 | 92.2 | 37.5 | 117.2 | 667.5 |
| H27 | 63.3 | 9.05% | 188.0 | 169.8 | 104.2 | 41.0 | 132.9 | 699.3 |
| H28 | 61.0 | 8.64% | 186.0 | 166.0 | 106.8 | 37.9 | 148.7 | 706.4 |
| H29 | 63.1 | 8.42% | 189.4 | 168.0 | 111.1 | 42.9 | 175.7 | 750.2 |
| H30 | 59.0 | 7.34% | 191.9 | 226.2 | 117.3 | 39.1 | 170.4 | 803.8 |
| R1 | 59.8 | 7.48% | 189.0 | 241.9 | 115.2 | 40.9 | 153.5 | 800.3 |
| R2 | 25.3 | 6.49% | 106.0 | 129.5 | 38.4 | 26.9 | 64.3 | 390.5 |
| R3 | 29.1 | 7.21% | 112.7 | 106.2 | 41.2 | 26.0 | 88.6 | 403.9 |
| R4 | 44.2 | 6.93% | 162.9 | 181.9 | 79.2 | 37.0 | 132.2 | 637.3 |

表 4 宿泊数（訪日外国人観光客含む）の推移

観光入込のうち宿泊数の総数は、平成25年から令和元年までほぼ横ばいを維持していますが、同時期の観光入込数は2割弱減少しており、中規模以上のホテル旅館を含む宿泊施設が少ない上富良野町ではピーク時の観光宿泊需要の取りこぼしが相当数発生していることを示しています。一方で新型コロナ禍以前の訪日外国人宿泊者数は増加しており、昨今の円安傾向を追い風とした外国人客の取り込みが今まで以上に課題となっています。



(単位:人)

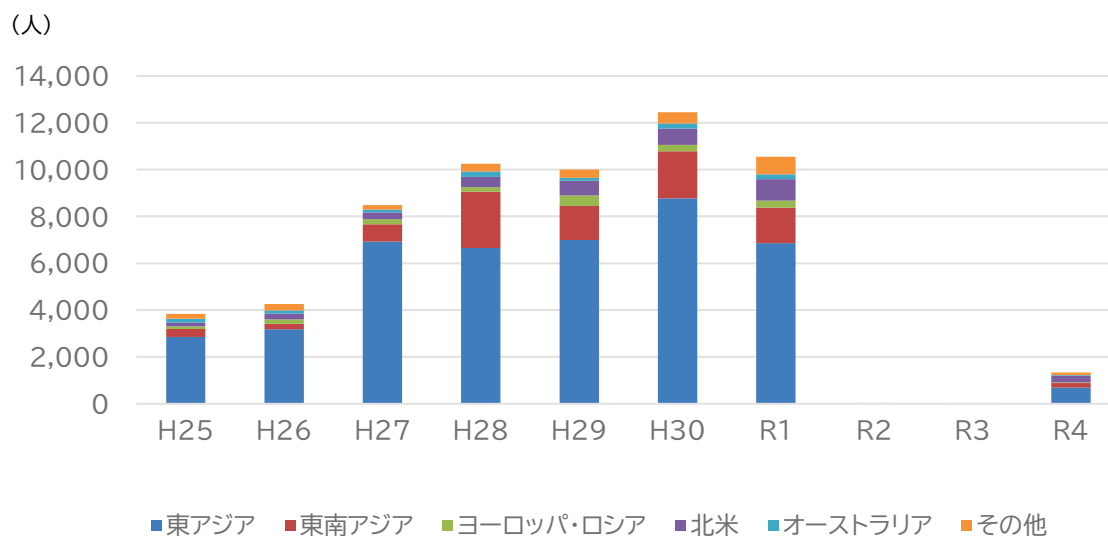
| 年度 | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 国内観光客 | 72,760 | 69,432 | 67,115 | 66,453 | 66,101 | 58,349 | 63,854 | 42,578 | 48,671 | 61,327 |
| 訪日外国人観光客 | 3,840 | 4,268 | 8,485 | 10,247 | 9,999 | 12,451 | 10,546 | 22 | 29 | 1,337 |

表5 地域別訪日外国人観光客宿泊数の推移

訪日外国人宿泊者を地域別に見ると、中国、韓国、台湾、香港を合わせた東アジアからの宿泊客が全体の7割、東南アジアを加えると8～9割を占めるのが本町の特徴です。とりわけ台湾・中国は各3割を占め、近年では韓国からの旅行者数が顕著な伸びを見せています。

また、冬季にはヨーロッパ、北米、オーストラリアからの宿泊が大半を占めており、バックカントリースキーなどの冬季観光コンテンツに期待が寄せられます。

昨今の円安傾向が追い風となっている一方、外国人富裕層の訪町も一定数あることから、より付加価値の高い富裕層向けコンテンツの開発も望まれます。



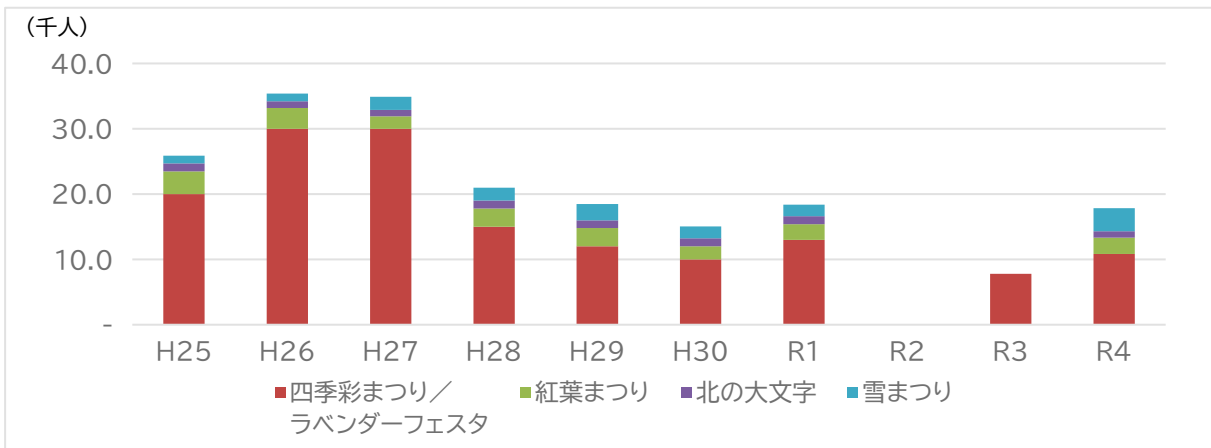
(単位:人)

| 年度 | 東アジア | 東南アジア | ヨーロッパ・ロシア | 北米 | 豪州 | その他 |
|-----|-------|-------|-----------|-----|-----|-----|
| H25 | 2,850 | 347 | 109 | 161 | 162 | 211 |
| H26 | 3,177 | 240 | 192 | 239 | 136 | 284 |
| H27 | 6,922 | 738 | 217 | 291 | 123 | 190 |
| H28 | 6,658 | 2,400 | 190 | 439 | 232 | 328 |
| H29 | 6,992 | 1,447 | 450 | 628 | 129 | 353 |
| H30 | 8,766 | 2,019 | 266 | 701 | 219 | 480 |
| R1 | 6,857 | 1,523 | 300 | 917 | 203 | 746 |
| R2 | 6 | 5 | 6 | 0 | 3 | 2 |
| R3 | 10 | 0 | 0 | 14 | 0 | 5 |
| R4 | 695 | 193 | 27 | 284 | 28 | 110 |

表 6 イベントの集客数の推移

町内で開催するイベントでの集客数は最も規模の大きい「花と炎の四季彩まつり」(令和元年をもって終了)で最大約3万人であり、北の大文字など四季彩イベントや民間団体が行う他の催しを含めても本町で行うイベントの集客性については近隣または同規模自治体に比べ十分とは言えません。

一方で四季彩まつりの後継イベントともいえる「ラベンダーフェスタかみふらの」の入込総数が令和5年に4万人を数えるなど、新型コロナ禍を越えて道内や近隣でのイベント需要に大きな変化が見られ、観光需要を的確にとらえ、既存イベントのブラッシュアップとあわせ、持続性のある新たなイベントの開発にも期待が寄せられます。



※「花と炎の四季彩まつり」は令和元年をもって終了しました。後継的イベントとして令和3年度より「ラベンダーフェスタかみふらの」を実施しています

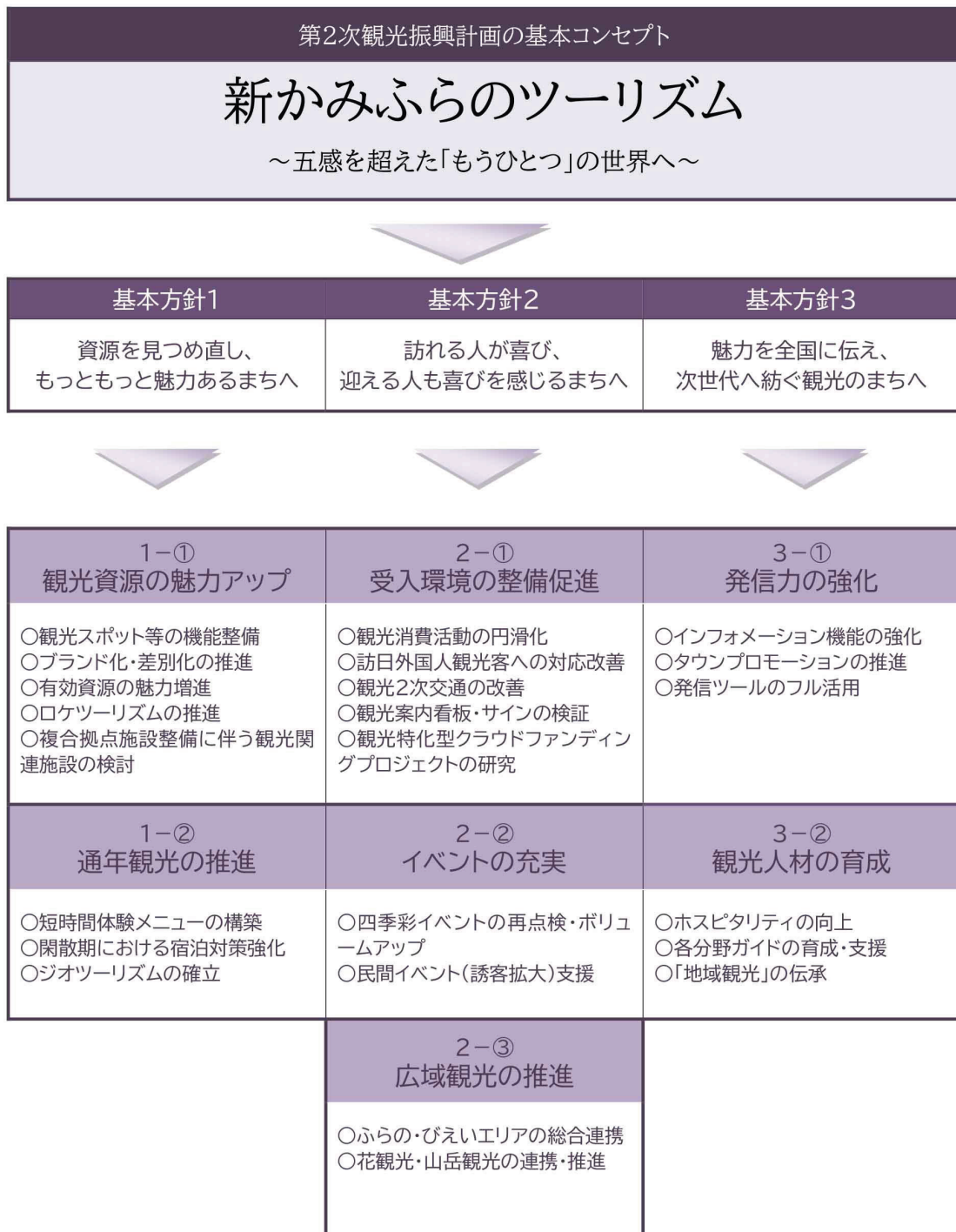
(単位:千人)

| | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|----|-----|------|
| 四季彩まつり/ ラベンダーフェスタ | 20.0 | 30.0 | 30.0 | 15.0 | 12.0 | 10.0 | 13.0 | - | 7.8 | 10.8 |
| 紅葉まつり | 3.5 | 3.2 | 1.9 | 2.8 | 2.8 | 2.0 | 2.4 | - | - | 2.5 |
| 北の大文字 | 1.2 | 1.0 | 1.0 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | - | - | 1.0 |
| 雪まつり | 1.2 | 1.2 | 2.0 | 2.0 | 2.5 | 1.8 | 1.8 | - | - | 3.5 |
| 合計 | 25.9 | 35.4 | 34.9 | 21.0 | 18.5 | 15.0 | 18.4 | - | 7.8 | 17.8 |

(3) 「第2次上富良野町観光振興計画」の取り組み評価

平成31年3月に策定した第2次上富良野町観光振興計画(計画期間:平成31年度～令和5年度)では、町民との協働による観光地域づくりを進め、まちの魅力の一層の向上と産業・地域社会の発展を実現することを目的とし、下図にある基本コンセプトと各テーマを定めて5年の取り組みを実践してきました。

ここでは、それぞれの取り組みを評価し、効果性や今後の持続性について検証します。



①観光資源の魅力アップ

○観光スポット等の機能整備

・具体的な課題整理には至っていませんが、引き続き訪れる人の立場で適切な管理に努めます。特に西11線道路(ジェットコースターの路)については路上駐車、歩行者の車道進入、農地への立ち入りなど大きな課題が明らかになっており、第3期計画で重要課題として位置づけます。

○ブランド化・差別化の推進

・ビール用ホップなど上富良野特有の農作物を活用した上富良野ブランドの構築に努めています。また、推奨品認定制度の検証・見直しを進めるとともに商標等に関する研修を実施しブランディングと密接に関わる知的財産権の活用について官民共に理解を深めています。

○有効資源の魅力増進

・地域おこし協力隊や地域活性化起業人など、町外から様々な知見を持ってまちづくりに参画する人材を軸に、サンプラー(太陽柱)や紫蘇の香りなど、町民が見逃しがちな上富良野の魅力にスポットを当て、観光コンテンツに磨き上げる取り組みを進めました。

○ロケツーリズムの推進

・「ロケサポートかみふらの」を設立し、道内外、国外の製作者のニーズに適合するロケ環境の整備とサポートに取り組みました。同時に権利処理スキルの向上を図り、メディアが持つ強い拡散力を地域づくりに生かす土台作りと、映画作品や俳優のファンを招き、もてなし、上富良野のファンになってもらう取り組みに努めました。

②通年観光の推進

○短時間体験メニューの構築

・スノーシューツアー、南極観測隊の装備体験、ラベンダー刈り取り体験、移動型足湯など、観光の主軸として、或いは隙間を埋めるコンテンツとしてのメニュー開発を進め、観光客が複数・多様な体験をすることで長期滞在へ繋げるよう試みました。

○閑散期における宿泊対策強化

・新型コロナ対策と並行した宿泊助成キャンペーンを行い、観光閑散期かつコロナ対策の巣ごもり期における宿泊拡大に努めました。
・観光庁事業を活用し、富裕層等にも対応しうる温泉宿客室の高付加価値化の取り組みを支援しました。

○ジオツーリズムの確立

- ・令和4年1月に「十勝岳ジオパーク」が日本ジオパークに認定され、ジオガイドの育成やジオガイドツアー等の取り組みを進めています。

評価

基本方針2 訪れる人が喜び、迎える人も喜びを感じるまちへ

①受入環境の整備促進

○観光消費活動の円滑化

- ・地域住民の日常消費はもちろん、観光客、特に外国人観光客の円滑な観光消費を促進するためにキャッシュレス化を進め、その足掛かりとして導入が軽易なバーコード決済導入を促進するキャンペーンを実施しました。

○訪日外国人観光客への対応改善

- ・屋外表示や飲食店のメニューなど多言語化を進めています。また、近年増加傾向にある外国人観光客に対応するため、もてなしの技術向上、接客の心理的負担の緩和などを目的としたセミナー開催により、インバウンドを迎え入れる風土の構築を図っています。

○観光2次交通の改善

- ・タクシー事業等について具体的な対策には至りませんでした。電動自転車の貸し出しや、町営バスのダイヤ見直しを行い、観光客の移動の安全、円滑化に努めました。

○観光案内看板・サインの検証

- ・ラベンダーシーズンの日の出公園周辺やジェットコースターの路など、交通安全と円滑な誘導が必要な場所について重点的かつ迅速に対応できるよう、不断の検証・対応に努めました。

○観光特化型クラウドファンディングプロジェクトの研究

- ・クラウドファンディングについてその有効性、活用のポイントについて十分な検証・研究がなされており、今後における有効活用が期待されています。

②イベントの充実

○四季彩イベントの再点検・ボリュームアップ

- ・現在夏季と冬季に限られている「四季彩」イベントに、春や秋の豊かさと美しさを楽しむイベントを加えるよう引き続き検討を進めます。
- ・「ラベンダーまつり」「十勝岳火まつり」をいしずえとする「花と炎の四季彩まつり」が平成31(令和元)年の開催をもって終了し、新型コロナ禍を経てその後継ともいえる「ラベンダーフェスタかみふらの」に引き継がれ、徐々に入込の回復が図られています。

○民間イベント(誘客拡大)支援

- ・民間イベントの支援については有効な制度設計には至りませんが、引き続きイベント開催または参加に対する支援が図られるよう制度研究・設計を進めてまいります。

③広域観光の推進

○ふらの・びえいエリアの総合連携、花観光・山岳観光の連携・推進

- ・上川地方、富良野美瑛区域、大雪山国立公園など、立地や目的を共にする地域と連携し、広域的かつ効率的な観光の推進に努めています。

評価

基本方針3 魅力を全国に伝え、次世代へ紡ぐ観光のまちへ

①発信力の強化

○インフォメーション機能の強化

- ・JR 上富良野駅、見晴台公園、深山峠ラベンダー園にそれぞれ観光案内所を開設し、観光ボランティアガイドによる観光案内を実施しています。また、各公共施設には「らべとんWi-Fi」を設置し、国内外観光客に良好な通信環境を提供しています。

○タウンプロモーションの推進

- ・札幌圏、首都圏、友好都市である三重県津市をはじめ、道内外で観光プロモーションを実施し上富良野の魅力を発信しています。また基本方針1の①ロケツーリズムを地域のプロモーションに活用する取り組みを進めています。

○発信ツールのフル活用

・観光協会のHP や各種 SNS アカウントをはじめ、移住定住施策を主とした「かみふライフ」など、Instagram、フェイスブック、X(旧 Twitter)を活用した情報発信の取り組みを進め、かつメディア・媒体の変化・多様化に対応するよう研究に取り組んでいます。

②観光人材の育成

○ホスピタリティの向上

・セミナーを開催しインバウンドをはじめとしたもてなしスキルの向上に向けた取り組みを進めています。

○各分野ガイドの育成・支援

・十勝岳ジオパーク認定を受け、ジオガイドの養成が着実に進んでいます。また、専門家を招聘しガイド向けセミナーを実施するなど、十勝岳観光を安全に推進するため取り組みを進めています。

○「地域観光」の伝承

・三浦綾子『泥流地帯』の映画化プロジェクトを通じ、上富良野の開拓の歴史や十勝岳噴火災害の惨禍と復興の軌跡を伝承し、さらにジオパークの取り組みとして郷土館展示の大幅リニューアルを行い、上富良野の歴史と誇りを次の世代に繋げる取り組みを進めています。

(4) 課題の整理と今後の方向性

□観光特性の分析の変化

第2次上富良野町観光振興計画に基づく個別のプロジェクト・取り組みの結果の検証を踏まえ、前期計画に引き続き町の観光分野に関する特性を整理します。

<SWOT 分析(※) による特性の整理>

| | |
|--|--|
| Strengths (強み) <ul style="list-style-type: none">○訴求力が高くバラエティ豊かな資源○ふらのエリアとしての知名度○移住者など外部からの高い関心○山岳・丘陵・盆地帯の特有かつ明確な四季○極めて高い地質的価値○未曾有の災害から再興した地域力○観光客の受け入れキャパシティの余力○旭川空港との好アクセス | Weaknesses (弱み) <ul style="list-style-type: none">○観光資源に対する低い自己評価○受け身のおもてなし気質○富良野・美瑛エリア内での埋没感○夏季観光への極端な偏重○主軸となる観光アイデンティティの不足○観光事業者(絶対数)の不足○二次交通(交通インフラ)の不備○宿泊キャパシティの不足 |
| Opportunities (機会) <ul style="list-style-type: none">○近隣観光地域との連携○ジオパークなど新たな観光コンテンツ開発○個人旅行(着地型)との相性○国や道、観光振興機関との連携○未知の資源が秘める高いポテンシャル | Threats (脅威) <ul style="list-style-type: none">○自然災害による直接的な影響○地域間競争、競合地域の台頭○都市間移動で通過されやすい立地○宿泊キャパシティの不足による利益逸失○トレンド変動による観光需要の変化 |

※SWOT分析は、組織やプロジェクト、地域などの現状を把握し、戦略を策定するための手法の一つで、Strengths(強み)、Weaknesses(弱み)、Opportunities(機会)、Threats(脅威)の4つの要素で構成されます。

□見えてくる課題と取り組みの方向性

第2次上富良野町観光振興計画に基づく取り組みを総括すると、新型コロナ禍における特殊環境にあったことを踏まえても、観光入込客数の増加という明確な目標の達成にはいまだ多くの課題が山積していると言えます。一方で観光入込客数そのものが町内観光産業にどれだけの経済効果をもたらすか(或いは目標達成できなかったことでどのような損害・利益逸失があったか)についての評価検証は困難であり、町全体の活性化につなげるという本来の観光振興の目指す役割を鑑みると、現状は観光入込客の絶対数の下降そのものよりも、近隣観光地域との比較において相対的に地域全体に埋没感、閉塞感をもたらされることによる町民活力の低下が重大な懸念であり、当面の課題としては当地域内で「上“富良野”」のブランド力と集客力の向上を目指していくことが肝要です。

町の観光特性のSWOT分析によると、上富良野町には数多くの「強み(Strengths)」があり、他の地域に決して見劣りしない魅力にあふれていますが、中には生かしきれていないものも多く見られます。逆に「弱み(Weaknesses)」の多さも目立ちますが、一つ一つ検証すると明確な課題を持って取り組めば「機会(Opportunities)」に繋げていくことが十分に可能な内容であることがわかります。

これらのことから、第3期計画においては豊かで可能性に満ちた数々の「強み」をシビック・プライドの源として伸ばし・生かしながら、機会を経て強みに繋げられるWeaknesses(弱み)に焦点を当て、「かみ“ふらの”」のブランディングを進めていかなければなりません。

「弱み」を「機会」に
Weaknesses Opportunities

「機会」を「強み」に
Opportunities Strengths

第3章 観光の将来ビジョン



(1) 第3次上富良野町観光振興計画の基本コンセプト

第6次上富良野町総合計画では、まち全体の将来像を「暮らし輝き 交流あふれる 四季彩のまち・かみふらの」と定めています。個別計画に位置する第3次上富良野町観光振興計画では、以下のとおり基本コンセプトを定め、上富良野の愛すべき観光資源の更なる磨き上げに取り組んでまいります。



豊かな大自然が織りなす上富良野固有の魅力。五感を非日常に誘う香り、豊かで多彩な味覚。グルメからアクティビティまで、上富良野町民や観光産業、行政に携わるもの全てがその顕在・潜在する魅力に気づき、掘り起こし、シビック・プライドの源として活かしながら、訪れる人に驚きと感動と癒しをもたらす「いつかまた戻ってきたいもう一つの故郷」を目指します。

(2) 観光振興の基本方針と目標

ア 観光振興計画における基本方針

上富良野町の観光振興コンセプト「かみ“ふらのプライド」を実現するために、次の基本方針を定め、方針ごとの施策につなげ取り組んでいきます。

基本方針1 地域観光資源の正しい評価

何もない？何でもある？本当はすごい上富良野の地域資源

上富良野が元来持っている、訪れる人を魅了する多彩で魅力的な地域(観光)資源を私たち自身が再認識し、「何もない町」から「なんでもある町」へ自己評価を高め、大きな可能性を有する観光資源の付加価値を向上し、魅力的な観光地づくりに繋げる取り組みを進めます

基本方針2 ホスピタリティの機運醸成

来て満足、迎えて充実。ホスピタリティ豊かなもてなしの町へ

豊かな自然の恵みと同様に上富良野の大きな武器である人間力。積極的に観光客を呼び込み、訪れた人へのもてなしで「旅行者」を「上富良野のファン」にさせるホスピタリティを精神・スキル両面で磨き上げる取り組みを進めます。

基本方針3 発信力の向上

自慢のふるさと“かみ“ふらの。魅力を正しく・速く・広く伝えるために

来て、食べて、薫って、見て触れてほしい上富良野の魅力。全道・全国・世界の旅行者に「上富良野へ行きたいな」と思わせる情報発信を、正しく、速く、広く進めていきます。

基本方針4 観光インフラの整備

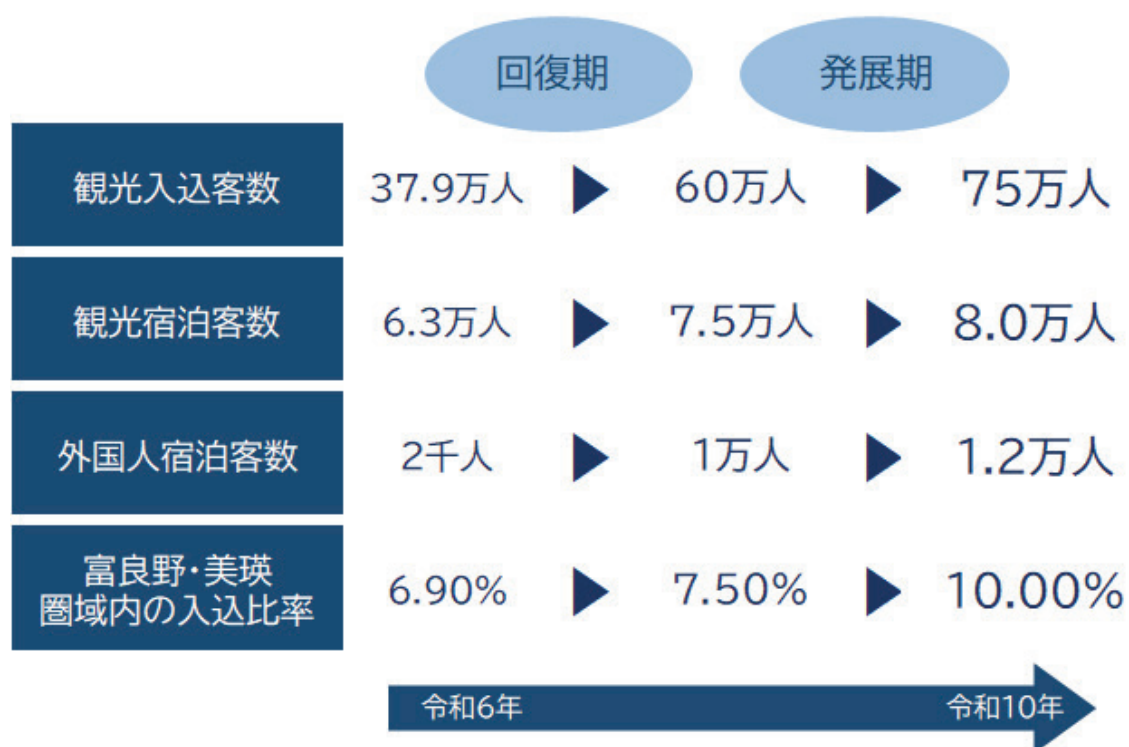
他地域に埋もれない観光インフラの整備で土台づくり

観光地として注目されてから数十年、旅行形態の多様化やインバウンドの増加など、観光需要や動向の変化に応じてビュースポットの整備だけでなくオーバーツーリズム対策など、ハード・ソフト両面にわたって観光インフラの整備を進めていきます。

イ 観光振興計画における数値的目標

本計画では、上記の基本方針に基づく取り組みの目標として第6次上富良野町総合計画において定める成果指標の達成をめざし取り組みを行っていきます。

取り組みの段階として、いまだ影響を色濃く残す新型コロナ禍からの「回復期間」と、長期的な振興に向かう「発展期間」の存在を意識して目標を設定します。



第4章 観光振興アクションプログラム



(1) 観光振興アクションプログラムの推進体制

本計画で掲げるアクションプログラム(施策)のすべては、町全体の観光振興、そして地域の活性化につなげていくために、町民、民間事業者・団体、行政それぞれが役割を分担し、互いに連携し、共有の目標達成に向かって取り組んでいくものです。

それぞれの主体が担う役割を次のように整理します。

住民

観光を含むすべての「地域づくり」の担い手であり理解者として、また地域の魅力を最大限に捉え、それを次代に伝え繋ぐ役割に努めます

観光産業の最も密接な当事者として利益を正しく追求しながら、観光振興の担い手として地域の活性化の土台づくりと関わりに努めます

事業者

観光協会

観光に関わる事業者若しくは個人の共同体として同一目標である観光産業の振興の一義の担い手として町観光産業の振興と発展に努める

観光振興においてそれぞれが行う多様な取り組みを支え、繋げ、奨め、或いは主導し、強く広い責任をもって地域の活性化を図ります

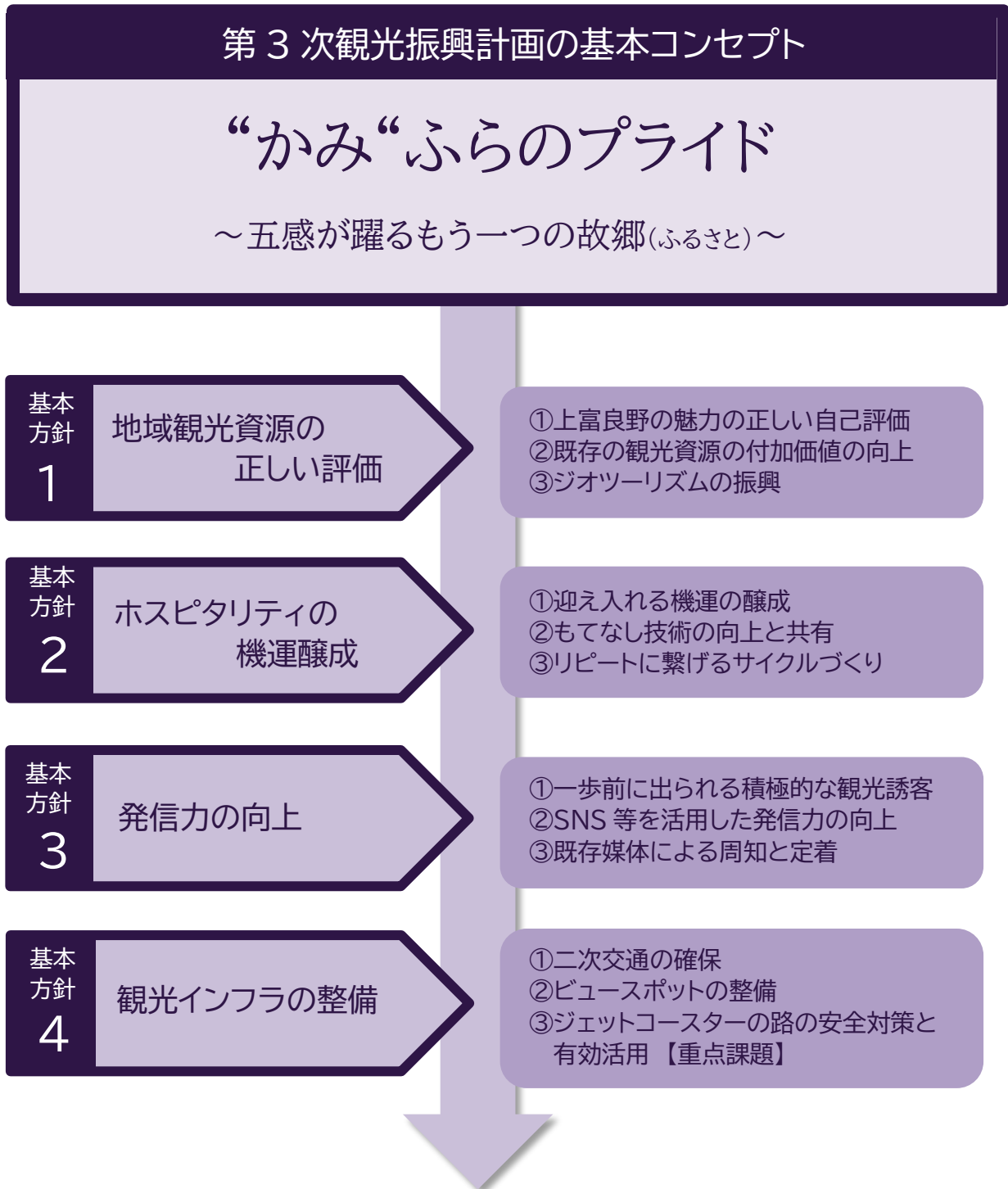
行政

観光戦略会議

観光事業者や住民、観光協会、行政による観光戦略会議を設置し、アクションプログラムの評価・検証を行うほか計画的なプログラムの配分により本計画の目標達成をめざします。

(2) アクションプログラム(施策)の構成

本計画で定める基本方針のもとに推進するアクションプログラムを次のとおりとし、着実に実践します。



(3) アクションプログラム(施策)の主な取り組み

基本 方針

1

地域観光資源の正しい評価

①上富良野の魅力の正しい自己評価

・セミナーや体験プログラムの実行

若い世代や転入者が早期に上富良野の魅力に触れられる取り組みを進めます

・外部評価の共有

移住者の声やメディアなど客観的な(高い)評価を共有し、上富良野の魅力・資源のポテンシャルを信頼できる土壌づくりを進めます

②既存の観光資源の付加価値の向上

・商標や地域団体商標を活用したブランド力の向上

特色があり高い付加価値を持つ上富良野町独自の有形・無形財産の差別化とブランド力の向上を目指します。

・ロケツーリズムの実践

抜群の町内ロケーションを積極的に露出し、ロケ地観光客を呼び込むことで地域の価値を高める取り組みを進めます。

・提供するコンテンツの高付加価値化と多様化

国内旅客だけでなくインバウンドの国別需要を把握するなど旅行需要の変化に対応します。

③ジオツーリズムの振興

・十勝岳ジオパーク推進協議会の取り組みとの連携

地域住民や訪れる人が上富良野の特色や特異性と地質的な結びつきを理解することで多面的な観光振興効果が期待できます。

① 迎え入れる機運の醸成

- ・観光客と地域住民の触れ合い機会の提供

町内周遊プログラムなど地域と密な関わりを持てる旅行商品の誘引を図ります。また観光客の感動や笑顔を住民や観光事業者に届け、観光客を迎え入れる機運を醸成します。

- ・他の大型観光地の状況や取り組みの周知・共有

観光振興の経済的役割とともに重要な、受け入れ・もてなしのモチベーションの向上を図ります。

② もてなし技術の向上と共有

- ・セミナー開催などによるもてなしスキルの向上

実践的なセミナーを開催し、常に高水準の接客スキルを維持します。

- ・インバウンド接客スキルの向上

増加するインバウンドへの苦手意識や敬遠傾向の解消と、接客、誘引技術の向上を図ります。

③ リピートに繋げるサイクルづくり

- ・口コミ拡散の促進

SNSに上げたい魅力あるコンテンツの提供、キャンペーン等によるクチコミ拡散の促進などに取り組みます。

- ・満足度の共有

観光コンテンツや店舗情報を集約し、観光客の満足度を次の旅客に共有しリピートにつながる満足の循環を作りあげます。

① 一歩前に出られる積極的な観光誘客

・誰もが気軽に地元情報発信できる土壌の形成

SNS 発信等を促進し自信を持って「“かみ“ふらの」への愛着を発信できる住民気質を醸成します。

・国内外観光ツアーの誘引

大きな消費活動が期待できるバスツアーについて、国内外の旅行事業者へ町内誘引を働きかけます。

・観光系メディアへの積極的な露出

定型の町内イベント情報だけでなく見過ごしがちな魅力も余さず積極的に発信します。

・イベント等でのプロモーション技術の向上

道内外で開催されるイベントでの効果的なプロモーションを行うためのノウハウの蓄積を図ります。

② SNS やインターネットを活用した発信力の向上

・多様化する広告手法、媒体の研究と有効活用

常に変化、多様化する広告宣伝媒体、手法について不断の研究と有効活用を図ります。

・インフルエンサーの発信力の活用

個人、集団のインフルエンサーの大きな情報発信力を地域情報の拡散に活用できるようその方策を探ります。

③ 既存媒体による周知と定着

・テレビ、新聞、雑誌の有効活用

既存メディアの有用性を再確認し、幅広い層へ地域・観光情報を発信するとともにイメージの定着を図ります。

① 二次交通の確保

・バス、タクシー運行の課題解消

観光客が上富良野町に降り立ってから各観光ポイント等までの移動手段(二次交通)について大部分を担っているタクシーや町営バスについて、事業運営やドライバーの確保等の支援を検討します。

・新たなモビリティの活用

自転車、電動自転車をはじめ、新たに市場に投入される電動キックボードなどのモビリティについてその有用性や活用方法等について検証、導入を図ります。

② ビュースポットの整備

・「かみふらの八景」の保全と活用

平成11年の選定から四半世紀が経過しており、その間の環境変化や旅行動態の変動に対応した検証をすすめていきます。

③ ジェットコースターの路の安全対策と有効活用

重点課題

かみふらの八景(以下「八景」)、特にジェットコースターの路(西11線道路)は多くの旅行者が訪れ「上富良野を代表する風景」として愛されており、八景の中でもトップクラスの集客力を持っています。一方、住民の生活や農業の営みに利用される一般町道でもあり、様々な観光障害を引き起こし今後のトラブルも懸念される箇所でもあります。

■現状と課題

ジェットコースターの路には北32号附近にかみふらの八景の標柱が立てられており、上富良野有数の景勝地としてメディアでの取り上げも多く、上富良野の印象付けに大きく貢献していますが、周辺の駐車帯、路側帯に自動車を止め、道路上で南向きにカメラやスマートフォンで写真・動画撮影が多く行われ、交通や安全面に大きな課題があり、さらに訪れる観光客の数に比例し、農地の立ち入りやゴミのポイ捨てについても指摘されています。

以下に現状抱えている課題と期待する効果について整理します

| (1)発生している・懸念される観光障害 | (2)期待される観光資源としての活用 |
|---------------------|--------------------|
| ア 路上駐車 | ア 国道からの引き込み |
| イ 車道への立ち入り | イ 市街地への誘導 |
| ウ ごみのポイ捨て | ウ 眺望の確保 |
| エ 農地への立ち入り | エ 販売等による収益確保 |
| | オ メディア活用(ロケ誘致含む) |

これまで(1)の課題については啓発看板設置による周知や見回りにより対応しているところですが、これらの課題を有することから(2)の観光資源としての活用については積極的な誘客やPRが難しく、慎重にならざるを得ませんでした。一方で SNS 等の普及から年々注目が高まり、町内景勝地としてのPR力・集客力は群を抜いているのが実態です。

本計画期間においては、この(1)課題を解消し(2)の効果を最大限に発揮するよう、本件を重点課題として取り組みます。

■施策の方向性

観光客の動線としては、車載・モバイルともに大半のナビゲーションシステムが、旭川方面からは国道237号道路交点から入り南向きに、町内や富良野方面からは北28号道路から入線し北(旭川)向きのルートを示します。どちらの場合も八景標識の位置まで明確なビューポイントが示されないことから、到達前に任意の場所で撮影、または八景標識を通り過ぎて駐車しそのまま撮影したり、ごく一部については農地へ立ち入ったりするなどの行為が見られることとなります。

また、観光ポイントとしての課題としては、現状では特産品販売や駐車料など当該路線で収益を得る手段がなく、また立ち寄った観光客へのPR機会もないことから町内への引き込みにも十分に寄与しているとは言えません。

以上のことから望まれる対策の一例として、

| |
|---|
| ○路線内での駐車場整備 最大の懸念である交通安全のため、一定数収容できる駐車スペースの整備 |
| ○ビューポイント表示と誘導 旭川方面、富良野方面からの入線や西11線道路走行時に「迷い駐車」とならないための誘導 |
| ○売店設置等による収益化 特産品の販売や飲食の提供による収益化とトイレ整備などによる多人数観光への対応 |
| ○十勝岳と農地景観の活用 南向きに西11線道路を望む景観だけでなく、東向きに十勝岳を望む景勝と、その間に見える農地の美しい景観をビューポイントとして整備 |
| ○撮影スポットの戦略的配置 撮影デッキやフェイク農地、ラベンダーなどの立入可能な畑など写真映えスポットへの誘導による農地立ち入り、路上駐車解消 |

などが考えられます。本計画推進機関にこれらのことを念頭にジェットコースターの路(西11線道路)の観光障害解消と有効活用の検証・研究・実践に取り組みます。

パブリックコメントに係る第3次上富良野町観光振興計画案は以上です