

上富良野町観光振興計画 (素案)

～あなたと創りたい かみふらの物語～

目次

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	1
	2. 上富良野町の進める観光地域づくり	3
2章	上富良野町観光を取り巻く現状と課題	
	1. 観光動向	6
	2. 上富良野町観光の現状と課題	7
	3. 観光振興計画における重点テーマ	33
3章	観光の将来ビジョン	
	1. 観光振興計画の基本コンセプト	36
	2. 顧客ターゲットのイメージと目標設定	37
	3. 観光振興計画の基本戦略	42
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	43
	2. 観光振興計画における行動計画	45

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、大雪山国立公園中部に広がる富良野盆地に位置し、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、観光地間の競争激化、団体旅行から個人旅行への旅行動態の変動など要因も含め、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

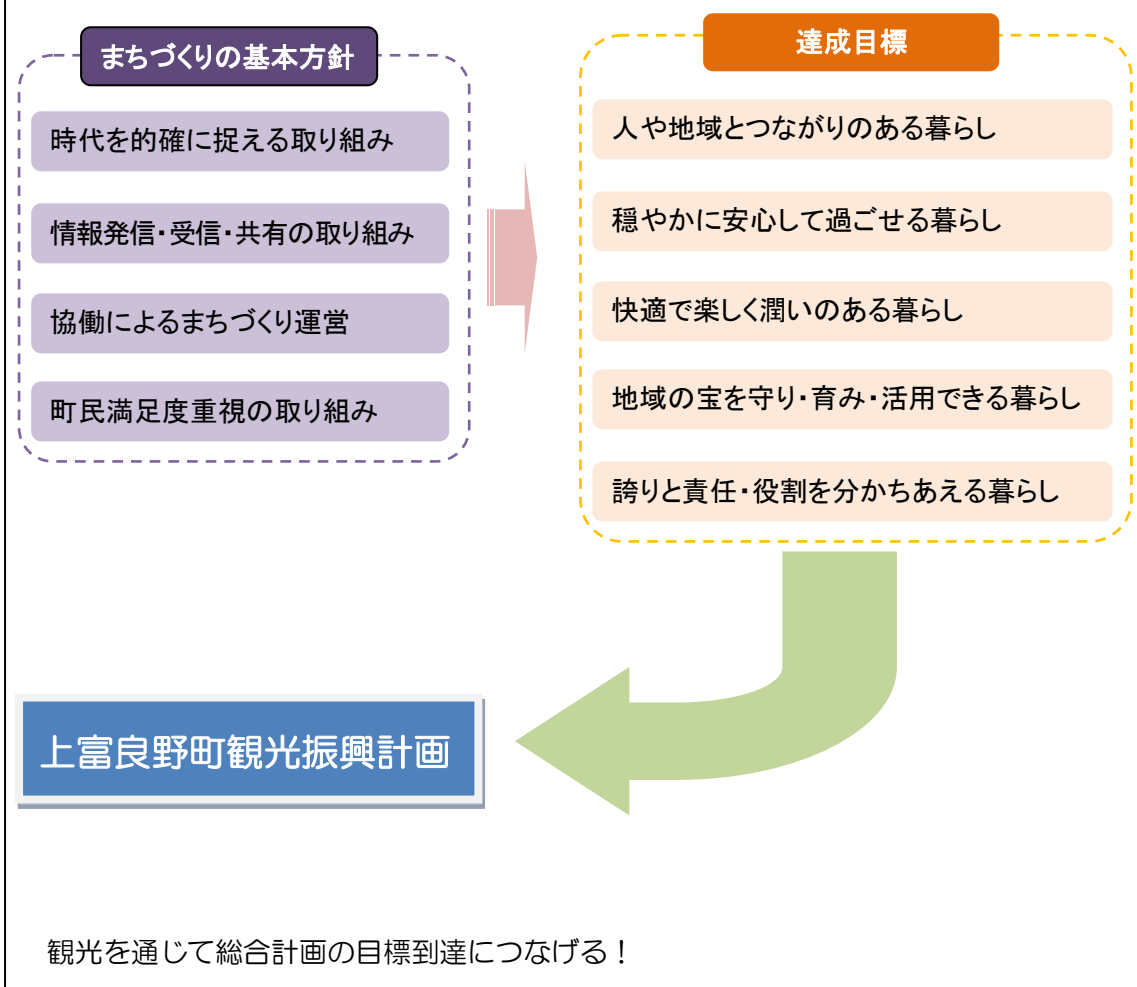
上富良野町観光振興計画は「第5次上富良野町総合計画（平成21年度～平成30年度までの10力年）」の基本理念を原則とし、平成25年度から平成30年度までの6年間を計画期間として定めます。

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～



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ものであれば、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。地域の一次資源を有効に活用した加工品やレシピに、多くの人が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

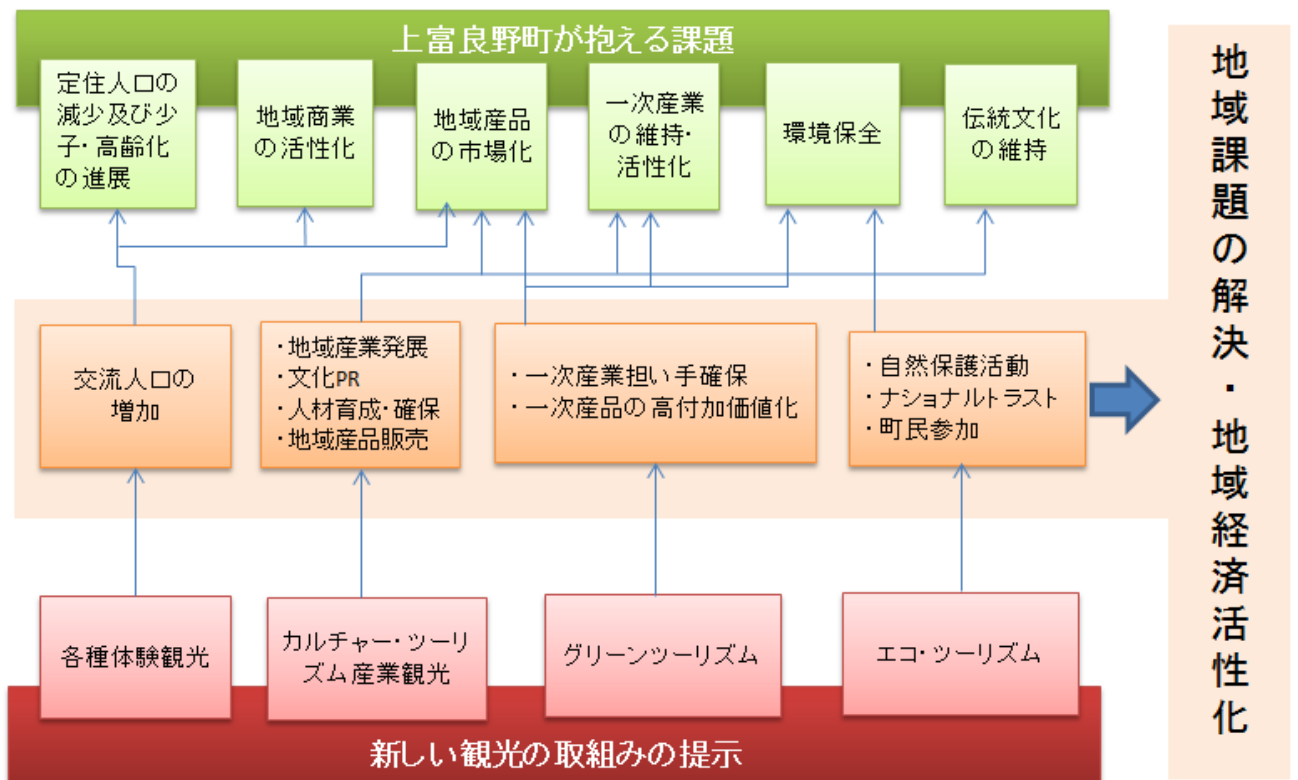
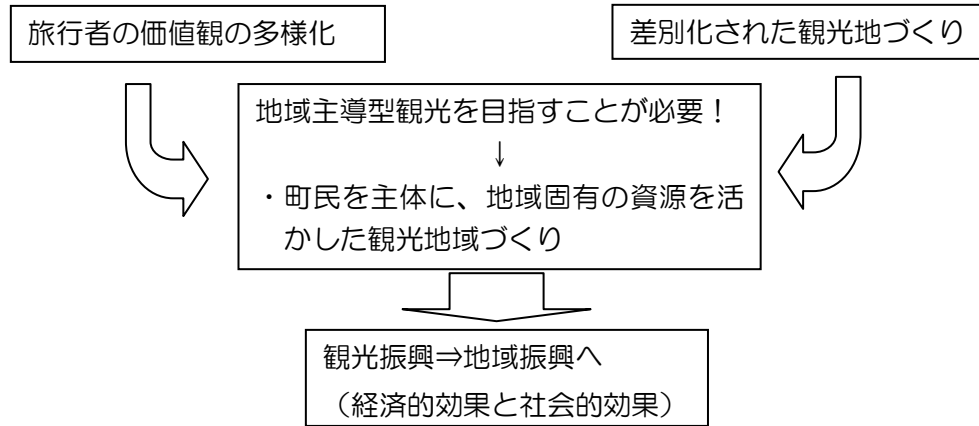
- ・観光のもたらす効果として、地域への経済効果があげられます。観光は裾野が広く、宿泊業者や農業者、加工業者、飲食店、土産品店、交通産業など様々な産業が関わりを持っている点で大きな特徴があります。
- ・例えば農家が農業体験のような形で観光客を受け入れる、地域の特産品を観光客が買う、美術館に訪れる、地域の飲食店で上富良野ならではの素材を使用した昼食をとる、観光客がタクシーを使って町内の観光施設へ訪問する、景勝地スポットの自動販売機で観光客が飲み物を買うなどは全て観光の一環と捉えることができます。
- ・さらに、このように観光客が使ったお金は事業者の売上・利益となり、従業者など

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。こうして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自信の回復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、自然や固有の産業など、特産品など地域資源は、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・小グループ化

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、「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、都市散策と言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とらえるところに特徴があります。また、農山漁村での体験を通じて地元の方々との交流や農業・漁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. 上富良野町観光の現状と課題

(1) 町内観光関連施設の現状・課題整理

町内の主な観光資源

平成 24 年 10 月 1 日現在

	場所	住所
自然・景観	かんのファーム フラワーランドかみふらの (ファーム富田)ラベンダーイースト 千望峠花と憩いの広場 十勝岳ラベンダーロード 日の出ラベンダー園 深山峠ラベンダーオーナー園	美馬牛峠 西 5 線北 27 号 東 6 線北 16 号 上富良野町千望峠 道道吹上上富良野線 東 2 線北 27 号 西 9 線北 33 号
温泉・宿泊	十勝岳温泉湯元凌雲閣 十勝岳温泉 カミホ口荘 吹上温泉保養センター 白銀荘 ヒュッテ バーデンかみふらの フロントニアフラヌイ温泉 富良野ホップスホテル いせや旅館 ウッディ・ライフ ペンションじょう舎 旅の宿 ステラ みのや旅館 ペンションランドスケープふらの ペンション風の道 Pension.Kens(ペンション・ケنز) コスモス・ファーム ペンションしえらぱん ノルテポトシ 洋風民宿ひつじの詩 宿泊 宝龍 旅の宿ミスター・ヌー 吹上露天の湯	十勝岳温泉 十勝岳温泉 吹上温泉 十勝岳温泉 新町 4 丁目 4 番 25 号 西 2 線北 25 号 中町 1 丁目 2 番 25 号 西 9 線 34 号(深山峠) 西 7 線北 26 号 基線北 27 号 105-3 中町 1 丁目 5 番 23 号 西 2 線北 28 号 西 11 線北 34 号 2521-1 西 12 線北 35 号 2224-28 西 2 線北 28 号 西 7 線北 33 号 西 5 線北 27 号 西 9 線北 34 号 3664 番地 7 本町 4 丁目 68 番 5 号 西 12 線北 35 号 2224-46 吹上温泉

キャンプ場	上富良野町日の出公園オートキャンプ場 吹上温泉保養センター野営場(キャンプ場)	東2線北27号 吹上温泉
歴史・文化・伝統	後藤純男美術館 土の館(「北海道遺産」認定) トリックアート美術館(深山峠アートパーク) 風の丘アートステージ・ピラミッド (悠久の写真館・貝の美術館) 山岳美術館江幌小屋 フォトギャラリー山と丘 渡辺壽名 あきらフォトギャラリー	東4線北26号 西2線北25号 西8線北33号(深山峠) 西9線北34号(深山峠) 西6線北27号 丘町2丁目 (深山峠)
公園・遊園地	島津公園 日の出公園 見晴台公園	富町1丁目4番 東1線北27号 光町3丁目
イベント祭り	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)	日の出公園特設会場 十勝岳温泉郷 日の出公園・市街地公道 十勝岳温泉郷・見晴台公園 日の出公園
体験	ウッディ・ライフ きゃらうえい ふらの 陶房 景和窯 「深山園」丘のテラス 深山峠アートパーク 有限会社多田農園 GLASS PONTE(グラスポンテ) など	西9線北34号 字富良野原野1085-42 西4線北21号 西5線北31号(深山峠) 西8線北33号(深山峠) 東9線北18号 (深山峠)
スポーツ	日の出スキー場(上富良野町営スキーリフト) 上富良野町パークゴルフ場 など	東1線北27号 基線北27号
食べる	カントリーキッチン シットココ とんとん亭 コーヒー&レストラン サウンドブース 手打ちそば まん作 つた家 焼肉秀 まるます 増屋 など	東7線北18号 大町5丁目942-25 西町4丁目 西町2丁目1 錦町1丁目1-14 錦町2-5-18 緑町2-1-17 中町2-1-27
特産品	かみふらのポーク かみふらの豊味豚カレー など	
その他	上富良野駐屯地	南町4丁目

町内の主要観光関連施設・ポイント等の状況

①十勝岳（温泉・宿泊施設等）



十勝岳には優れた泉質の温泉が豊富であり、温泉や景観をウリにした旅館もあり、夏場は特に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、こうした取組は限定的でまだ十勝岳の温泉宿泊施設全体の取組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などが期待されます。

②その他宿泊施設



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を行っていますが、十勝岳の温泉宿泊施設と同様に、今後は特に秋～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市から美瑛町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」をウリ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」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～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方が訪れます。

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はか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、車での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ましたが、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。

また町内には、ガラスや陶芸などの工芸品づくり体験が出来る施設があるほか、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「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、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。

1999年には町民の皆様から、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印刷媒体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かったものですが、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「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

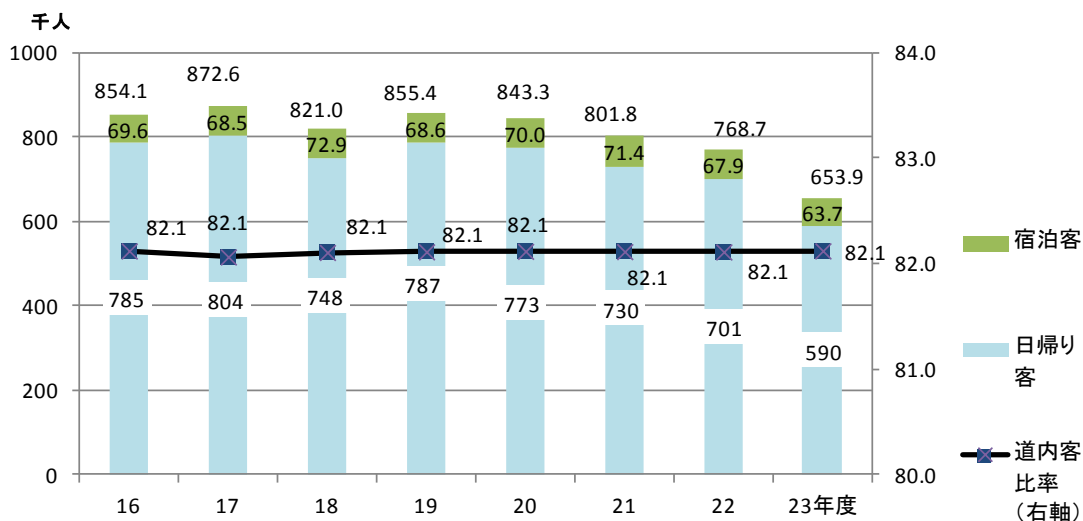
北海道の観光入込客数調査報告書によると、上富良野町の近年にかけての観光客入込は概ね 80 万人台で推移していますが、近年にかけて減少傾向にあり、平成 23 年度は 70 万人を下回りました。

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みると、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～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。

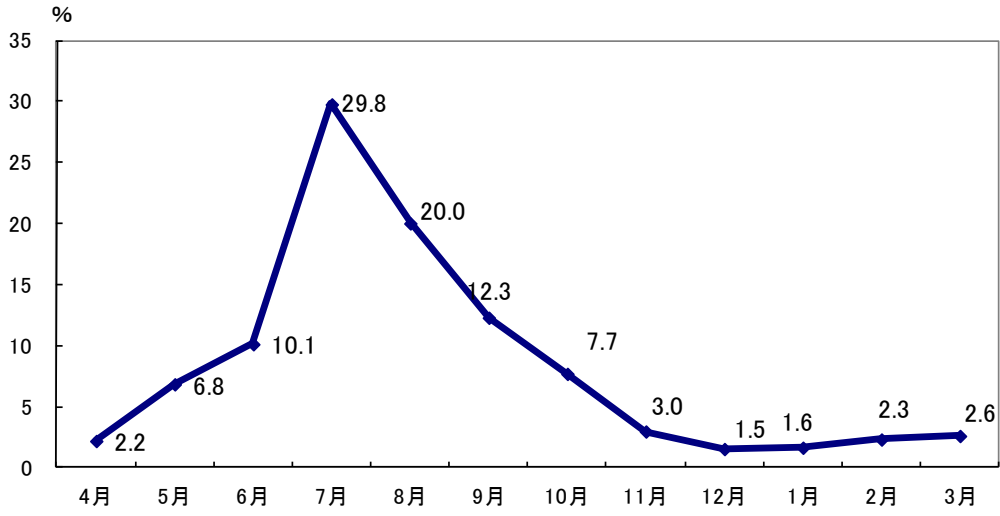
上富良野町は「花」、「温泉」、「芸術」、「登山」など多くの観光資源を有していますが、観光の現状は道内客を中心に夏場の観光に大きく依存していることが大きな特徴です。

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



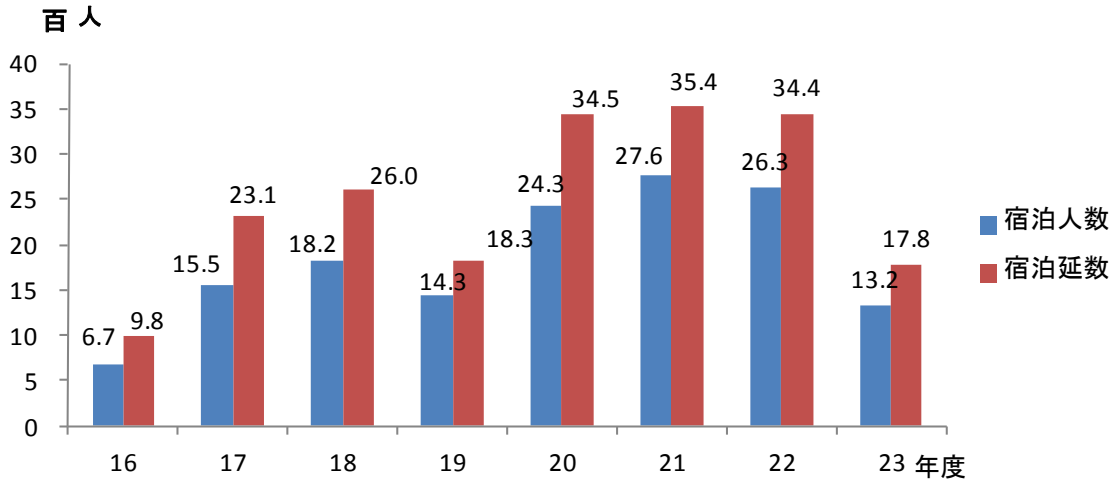
出所:北海道観光入込客数調査(平成 23 年度)

図表2 月別観光客入込比率（平成23年度）



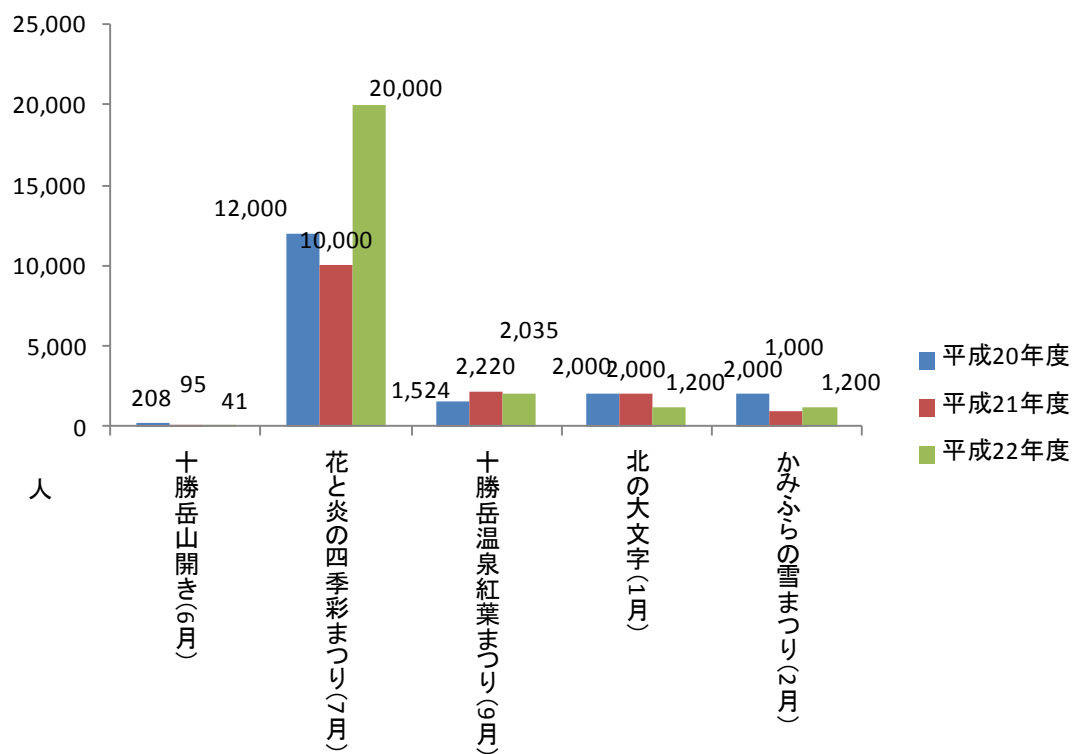
出所：北海道観光入込客数調査(平成23年度)

図表3 年次別外国人観光客入込動向



出所：北海道観光入込客数調査(平成23年度)

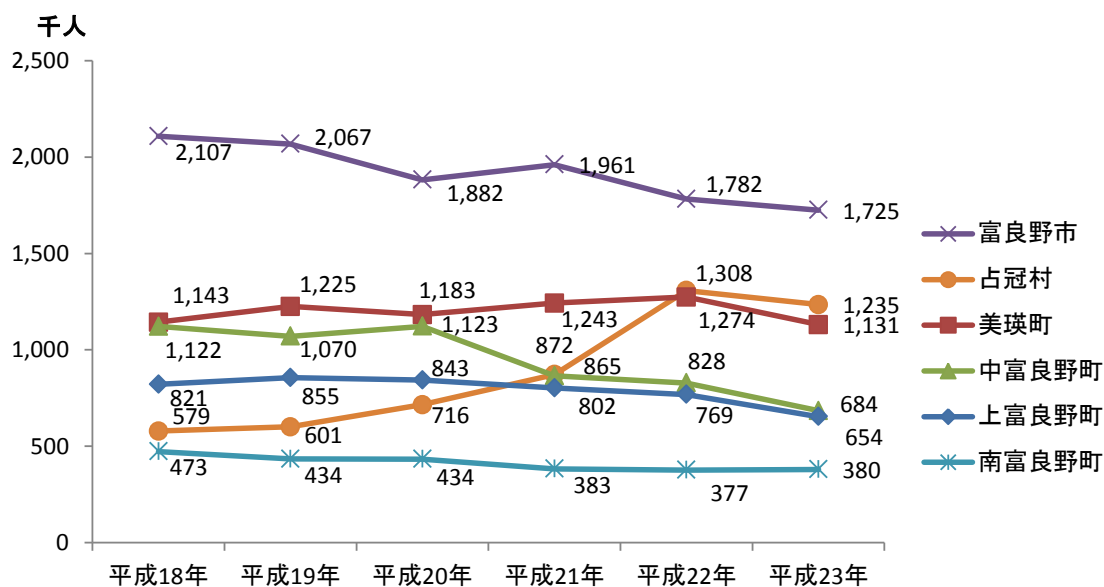
図表4 イベントへの参加人数



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、上富良野町の町民及び上富良野町内の観光施設・スポットを訪れた観光客と上富良野町内の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上富良野町民を対象としたアンケート結果

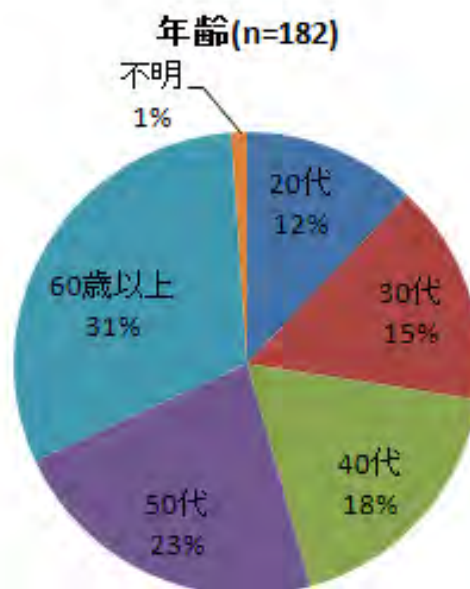
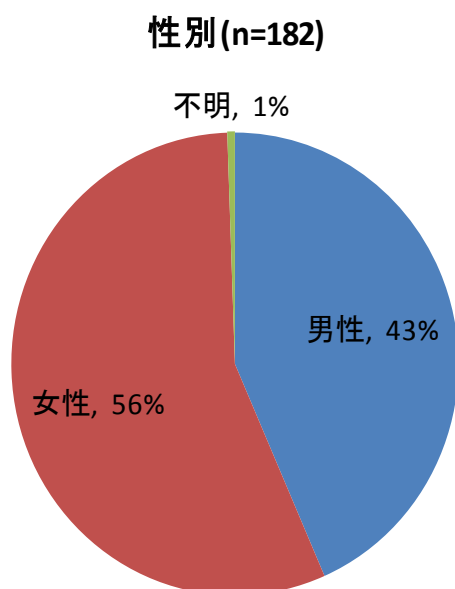
【調査の概要】

調査時期：平成 24 年 6 月中旬～下旬

調査方法：町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

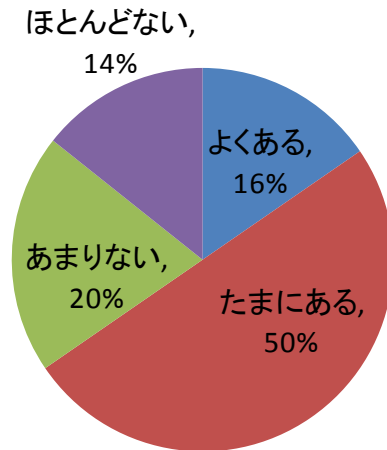
回収数：182 件（回収率 30.3%）

《回答者属性》

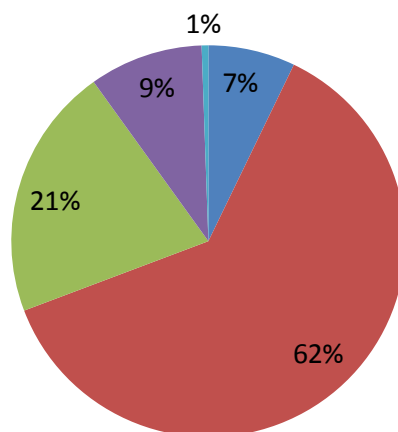


◆観光客から地域の観光資源について尋ねられることがあるものの、観光関連施設やポイント・店などを十分回答出来ていない回答が3割近くに達しており、上富良野町を訪れる観光客への丁寧な対応が出来ていない可能性がある。

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(n=182)



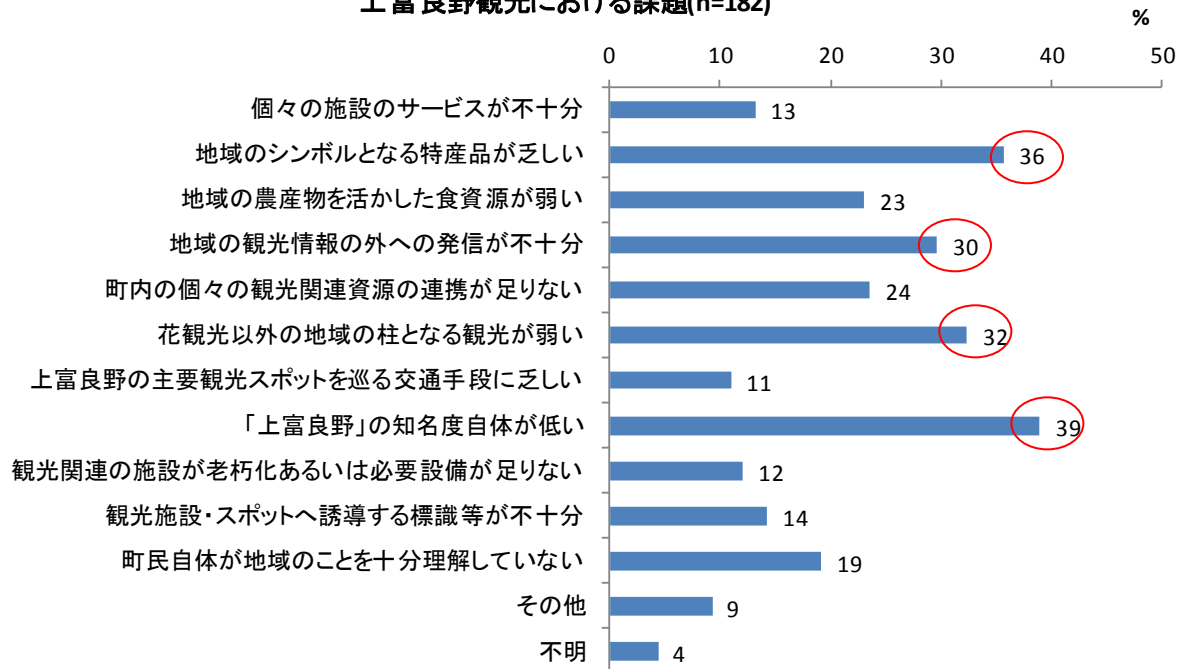
観光客から尋ねられたことにどの程度答えられるか(n=182)



- 町内の施設やポイント・店などであれば、ほとんど答えられる
- 町内の施設やポイント・店などであれば、ある程度答えられる
- 町内でも知らない施設やポイント・店が多く、あまり答えられていない
- 町内の観光関連施設やポイント・店などは、ほとんど分からない
- その他

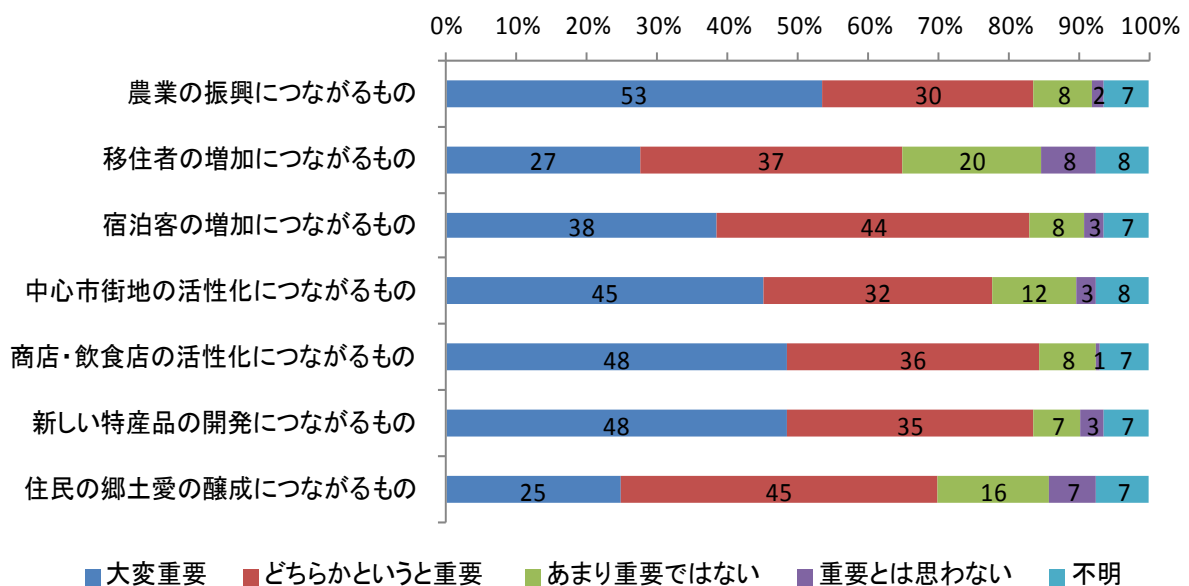
◆上富良野観光における課題として「『上富良野』の知名度自体が低い」「地域のシンボルとなる特産品が乏しい」「花観光以外の地域の柱となる観光が弱い」「地域の観光情報の外への発信が不十分」などが多く認識されており、「上富良野」の認知度向上につながる情報発信と情報発信の中身となる素材が必要と考えられる。

上富良野観光における課題(n=182)



◆観光振興計画を進める上で「農業の振興」「中心市街地の活性化」「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り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上富良野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

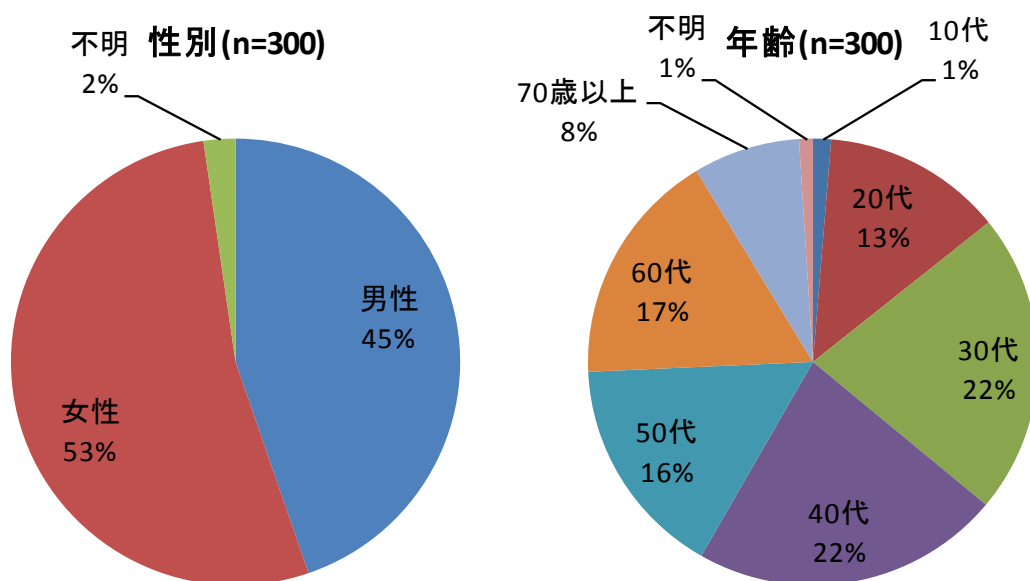
【調査の概要】

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

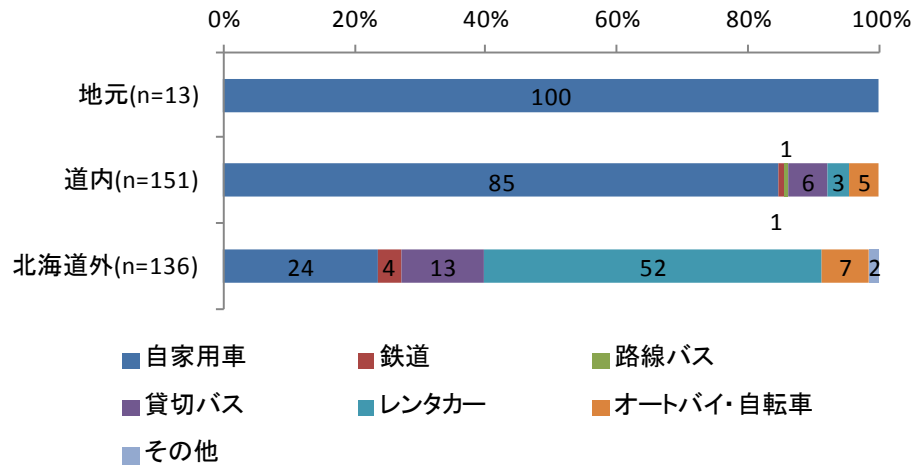
回収数：300 件

《回答者属性》

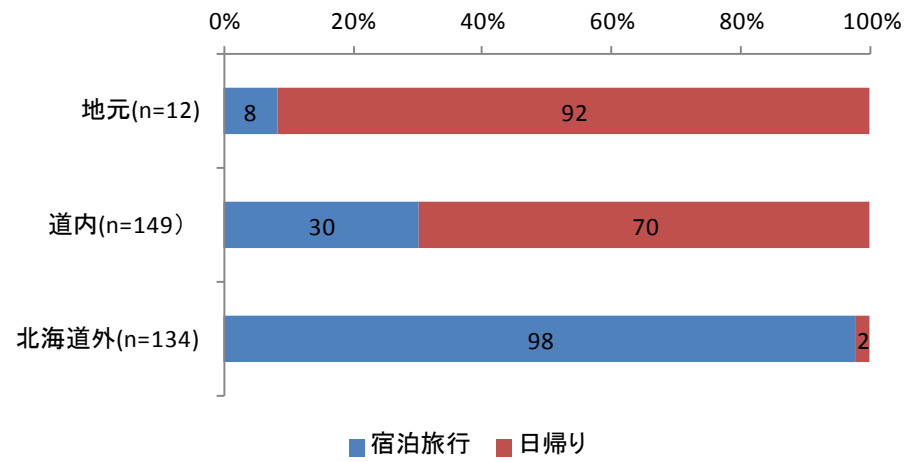


◆上富良野町観光の主な交通手段として、レンタカーを含めて多数が「車」となっている。また、道外客は宿泊がほとんどであるが、道内客は日帰りが多くなっている。さらに回答者の3割は、上富良野町に観光を目的に年に数回訪れる人も多く、上富良野町そのものをメインの観光目的地にしている人も目立つ。

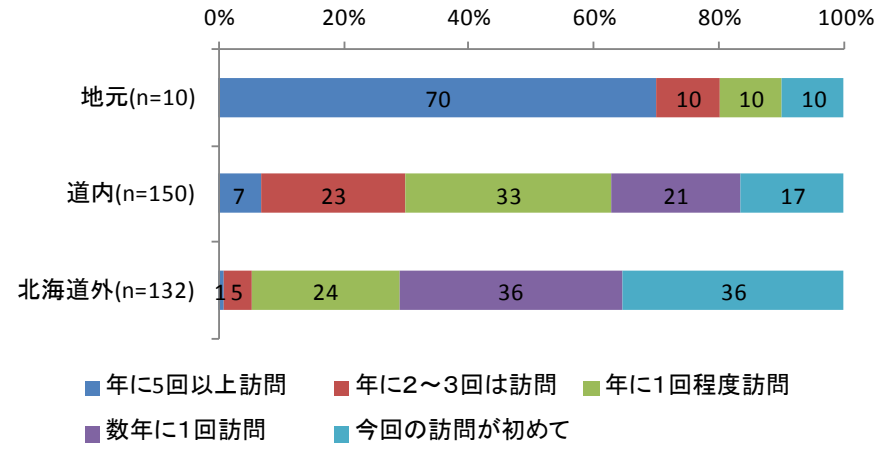
主な交通手段(居住地別)



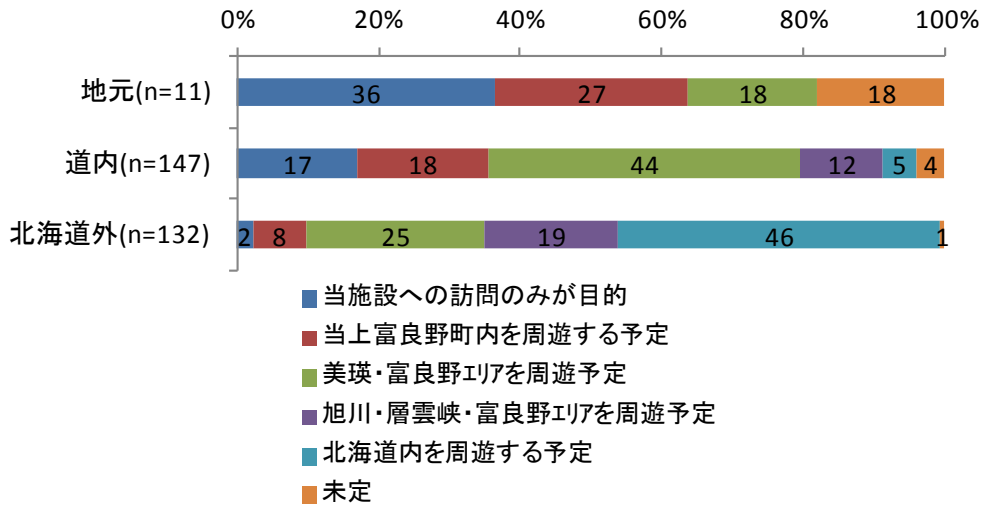
宿泊旅行か日帰り旅行か(居住地別)



観光を目的とした上富良野町への訪問回数(居住地別)

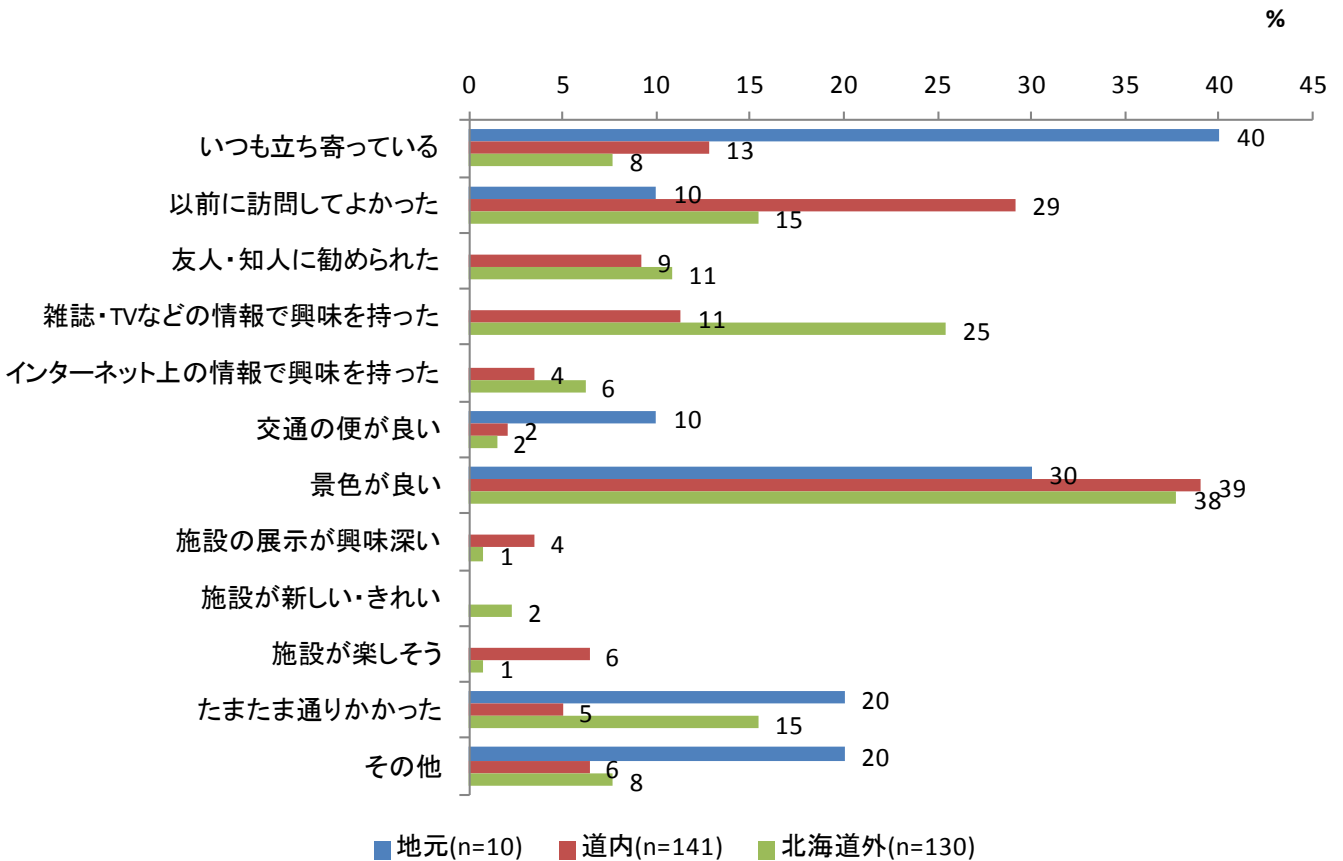


今回の旅行行程について(居住地別)

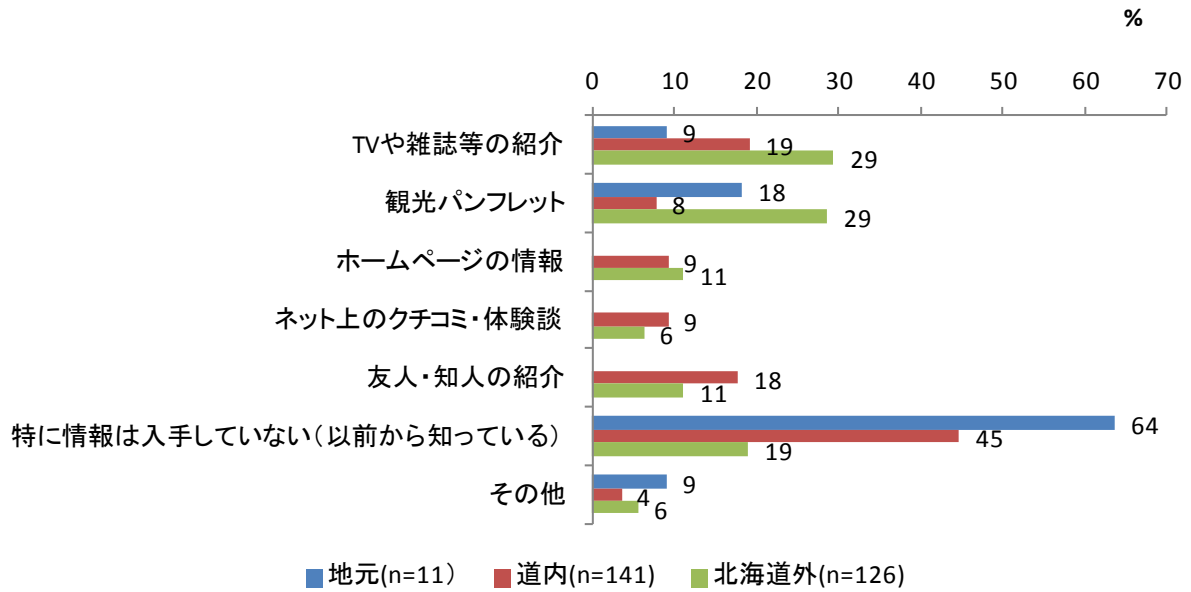


◆上富良野町を訪れた理由として「景色が良い」「以前に訪問してよかった」「いつも立ち寄っている」が多くなっており。形式の良さを魅力に決まったポイントに訪れる人が多いことが伺える。また訪れた観光地に関する情報入手方法として「特に情報は入手していない」という回答が多いものの、「TV や雑誌」、「観光パンフレット」等をあげる回答が多く主要な情報源となっている。さらに上富良野町訪問の満足度は総じて高く、観光客にとって魅力ある観光地であることが伺える。

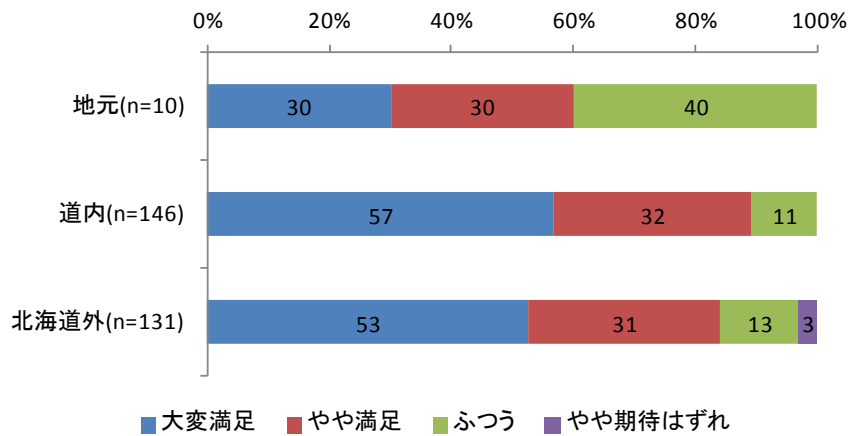
ここを訪れた理由(居住地別)



この観光地に関する情報の入手方法(居住地別)

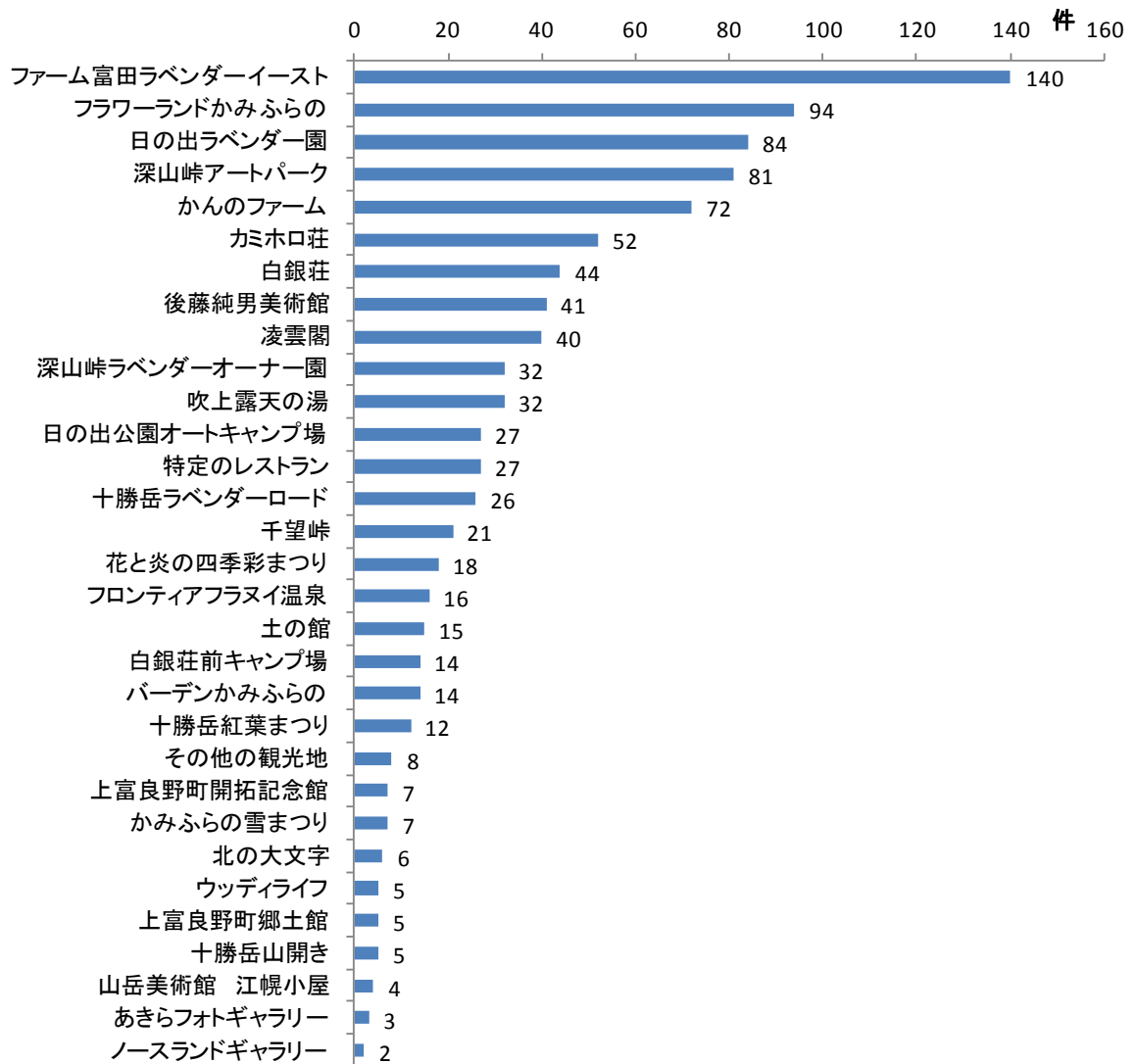


この観光地を訪れた感想(居住地別)

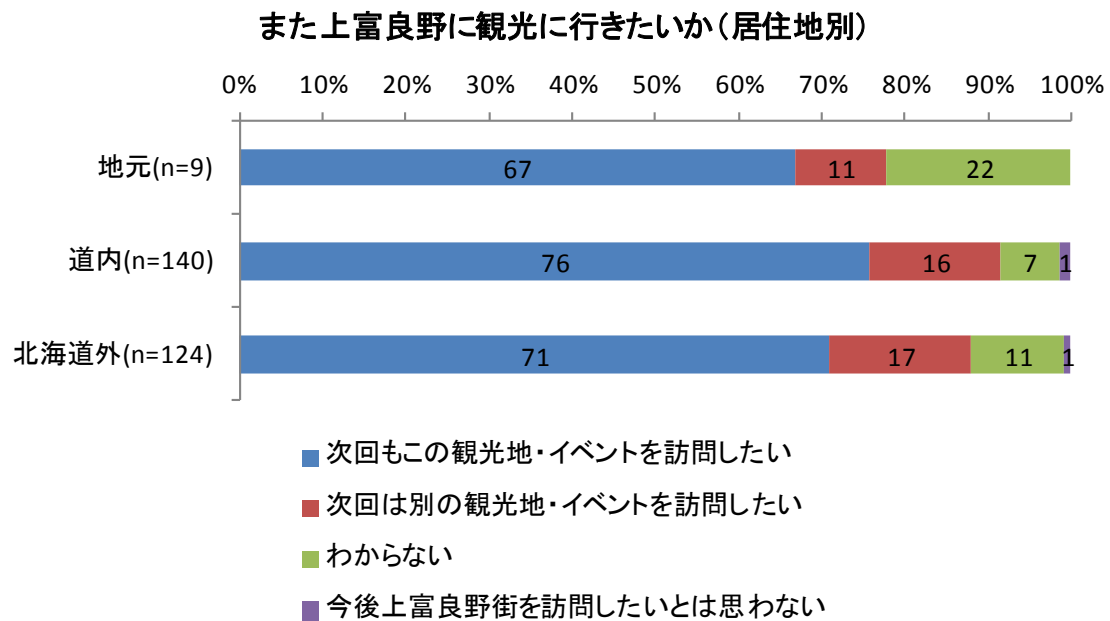


◆上富良野町の観光施設等でこれまで訪問・参加経験のあるものについて、「ファーム富田ラベンダーイースト」「フラワーランドかみふらの」「日の出ラベンダー園」などが多く、「花（ラベンダー）」に関係する施設が多数となっている。

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、上富良野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。



③上富良野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】

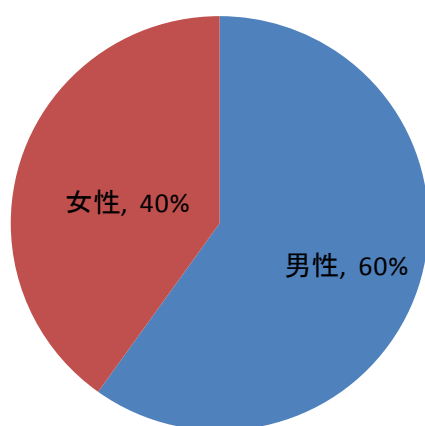
調査時期：平成 24 年 7 月下旬～8 月中旬

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

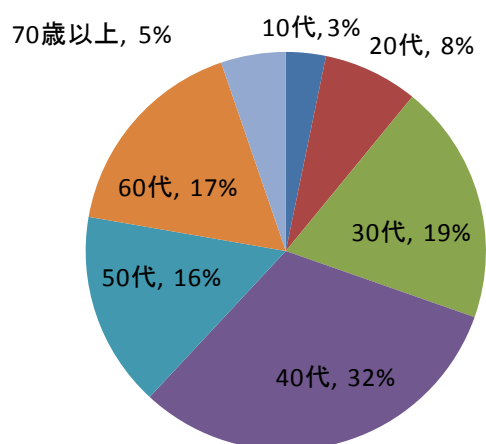
回収数：247 件（温泉旅館等：177 件　ペンション：70 件）

《回答者属性》

性別(n=247)

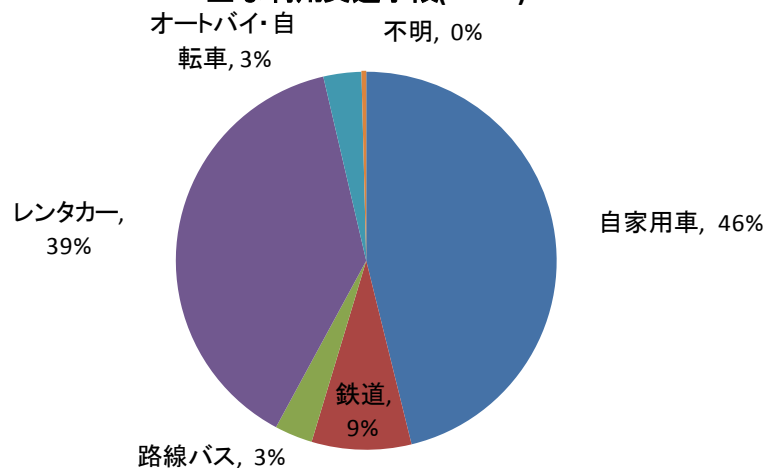


年齢(n=247)

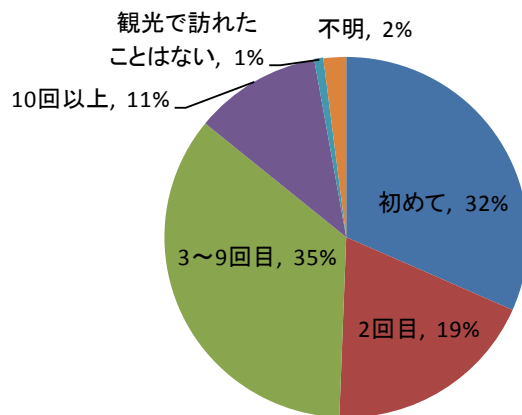


◆上富良野町観光の主な交通手段として、レンタカーを含めて多数が「車」となっている。また、今回上富良野町への訪問が「初めて」という回答が3割程度あったものの、7割近くは複数回訪れておりリピーター客が多い。今回の旅行では、北海道内の観光客は「美瑛・富良野エリアを周遊予定」の人が多くなっているが、道外客は広く「北海道を周遊する予定」という回答が多く、行動範囲が広がっている。一方で上富良野町そのものを観光の目的地の中心に置いている回答も道内客で3割程度存在している。

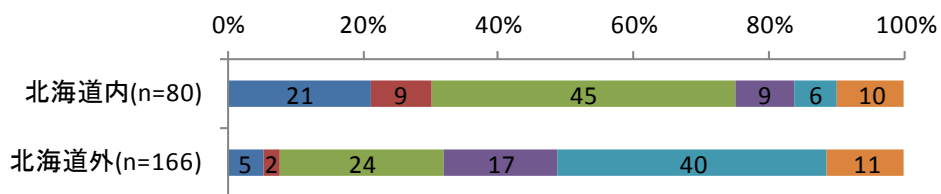
主な利用交通手段(n=247)



観光目的とした上富良野町へのこれまでの訪問回数(n=247)



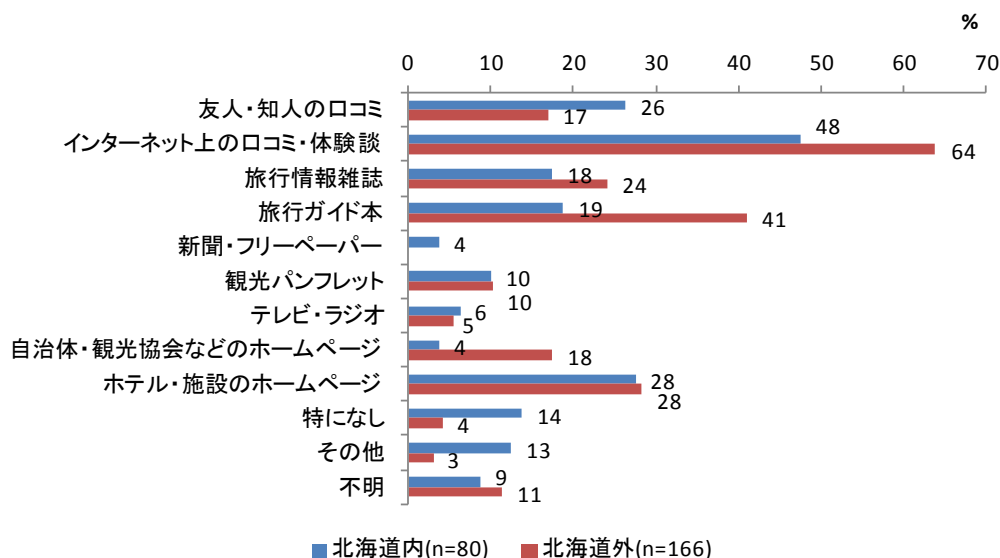
今回の旅行予定について(居住地別)



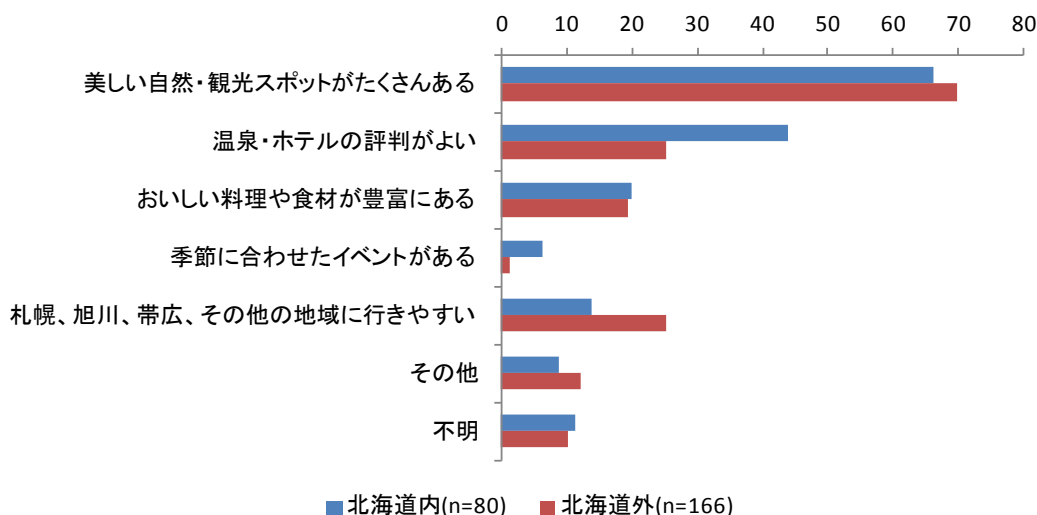
- 当施設への宿泊が目的であり、その他特に決まった予定はない
- 上富良野町内を周遊する予定
- 上富良野町を含めた美瑛・富良野エリアを周遊する予定
- 旭川・層雲峡～美瑛・富良野までを周遊する予定
- 広く北海道を周遊する予定
- 不明

◆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、こうした上富良野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)

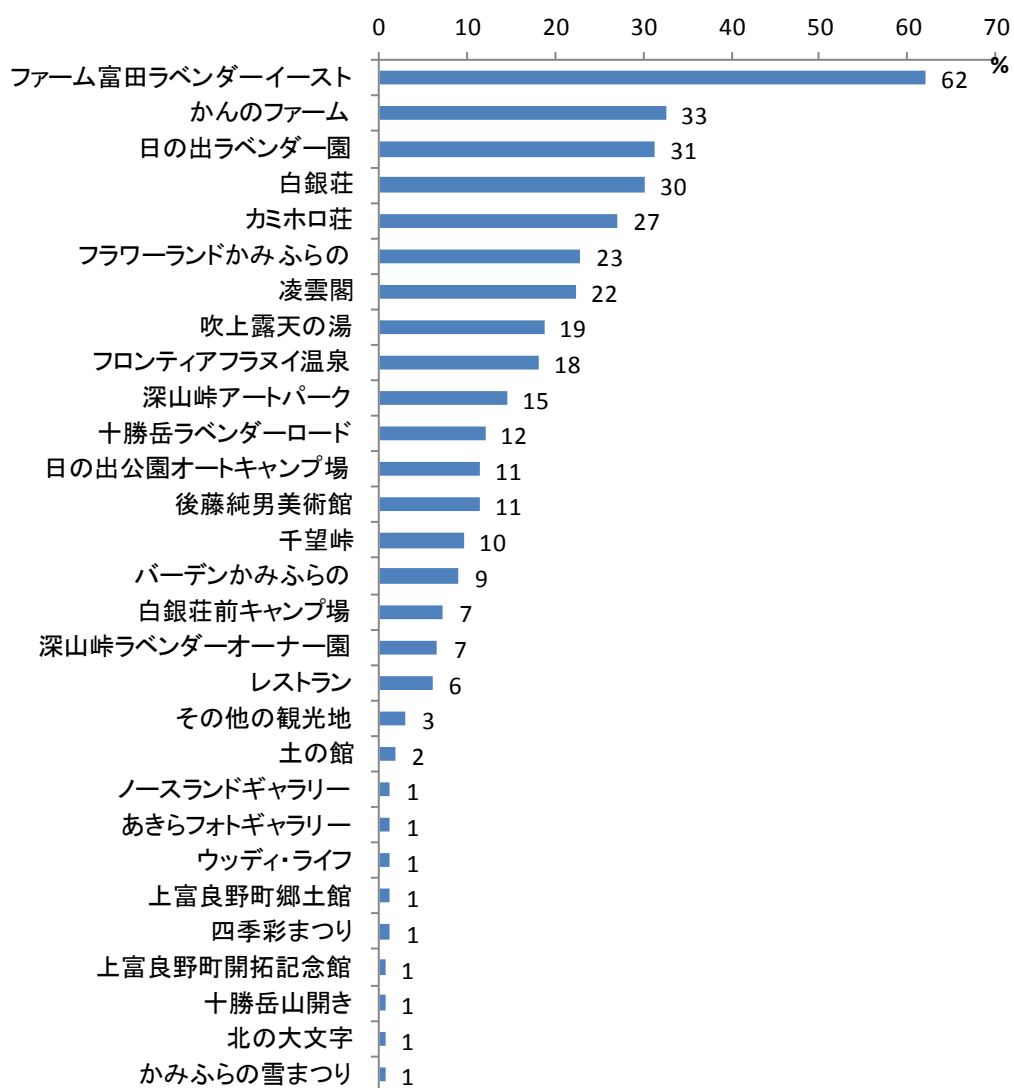


上富良野への訪問の決め手となった町の魅力(居住地別)



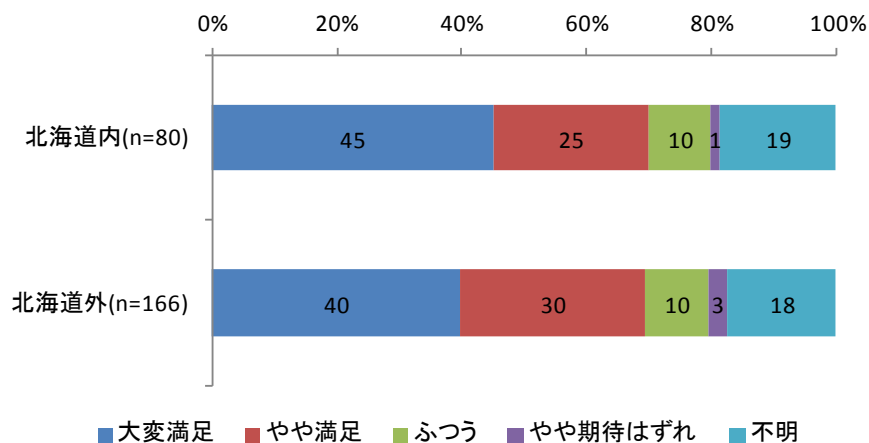
◆町内で訪問経験のある観光施設として「ファーム富田ラベンダーイースト」「かんのファーム」「日の出ラベンダー園」など「花（ラベンダー）」に関する施設が多くなっているほか、「白銀荘」「カミホロ荘」「凌雲閣」「吹上露天の湯」など温泉施設が多数となっている。

これまで訪問したことがあるもの(n=166)

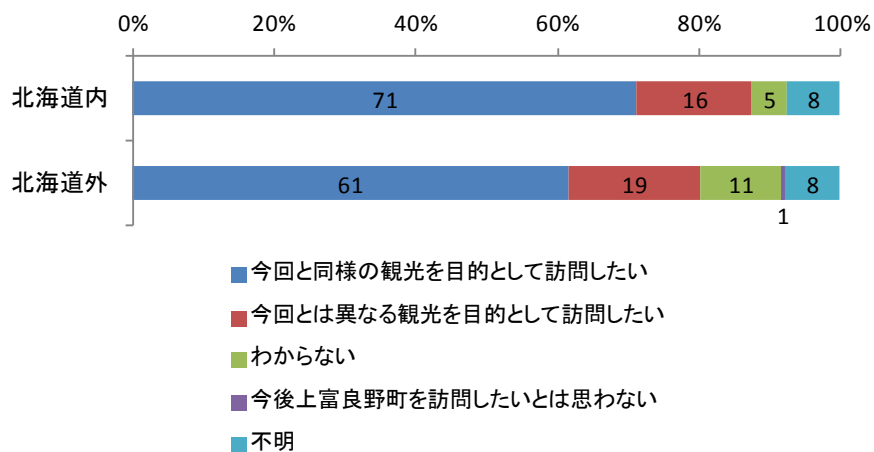


◆上富良野町を訪問した感想は「大変満足」が全体の4割程度、「やや満足」が2~3割程度と高く、また上富良野町を訪問したいかという問いについては「今回と同様の観光を目的として訪問したい」という回答が多い一方で「今回とは異なる観光を目的として訪問したい」という回答も2割弱あり、町内の様々な観光を楽しみたいという潜在ニーズはあるものと考えられる。

上富良野町を訪問した感想(居住地別)

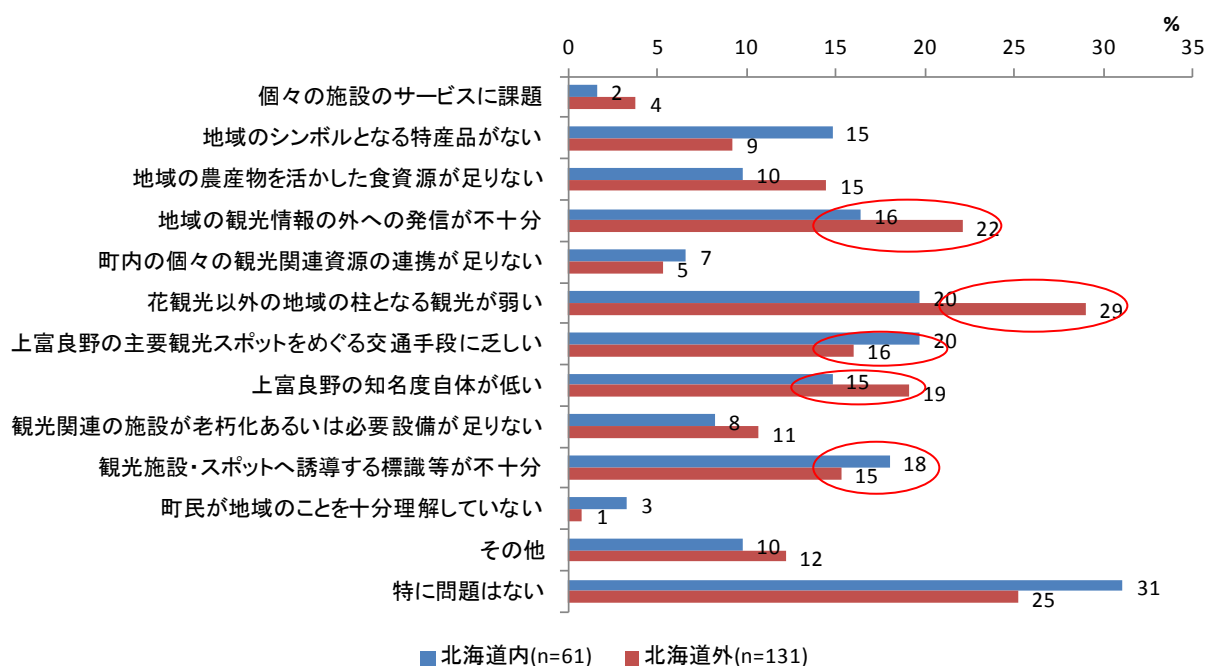


また上富良野町を訪問したいか(居住地別)



◆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。
花だけでなく上富良野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】 ※機会を逸し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

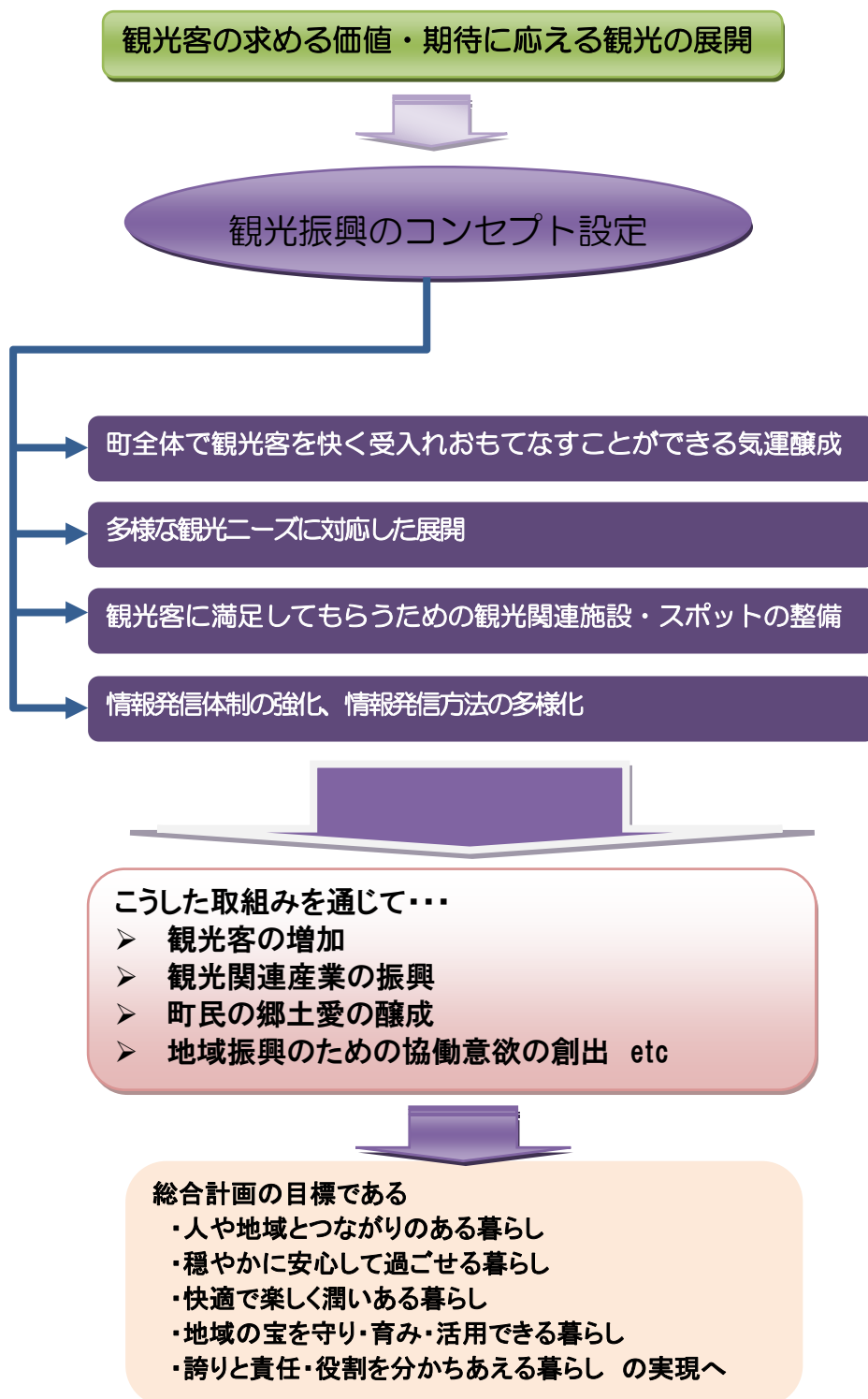
SWOT 分析による上富良野町の観光の特徴整理

		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 など 	<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 など
外部環境	機会 (Opportunity)	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; background-color: #ffe0b2;"> <h3 style="text-align: center;">観光振興に向けた取組み方向</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ 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組みを行うためのビジョンが必要 ○ 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 ○ 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しとともに、観光客に価値・よさが伝わる情報発信の方法を検討 ○ 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 ○ 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 </div>	
	脅威 (Threat)		
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 富良野～美瑛の全国的にブランド力のある観光エリアの中心に位置し、花観光の時期は観光客の行き来が非常に多い ・ 富良野～美瑛観光において上富良野町をメインの目的地にする人も多く、来れば満足してもらえる要素が多い ・ 上富良野町の花以外の観光関連資源に対する観光客の関心も高い ・ 小グループ・個人の価値追求型の観光に関心が高まっており、上富良野町の観光関連資源との整合性が高い ・ 札幌、旭川といった都市部との近接性 など 	
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 景気の低迷、航空路線の縮小等に伴ない観光客が全般的に減少傾向 ・ 消費動向全体と同様に、観光における消費額も減少傾向 ・ 近接自治体を含めて、道内で観光客の獲得に向けた競争が激化 など 	

(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置します。

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。



3章 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、上富良野町を訪れる観光客にも、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頂くことを期待したメッセージとなっています。

【観光振興の基本コンセプト】

「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、上富良野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して頂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

- ・十勝岳の登山客やフットパスなどはどちらかというと中高年層が多くなっています。

○宿泊客の中心層

- ・十勝岳の温泉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、友人同士などターゲット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。

上富良野町を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、近年にかけて、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の温泉宿泊施設などを利用しながら、スキーやスノーボードを担いで十勝岳の斜面でウィ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上富良野町の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、上富良野町の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。

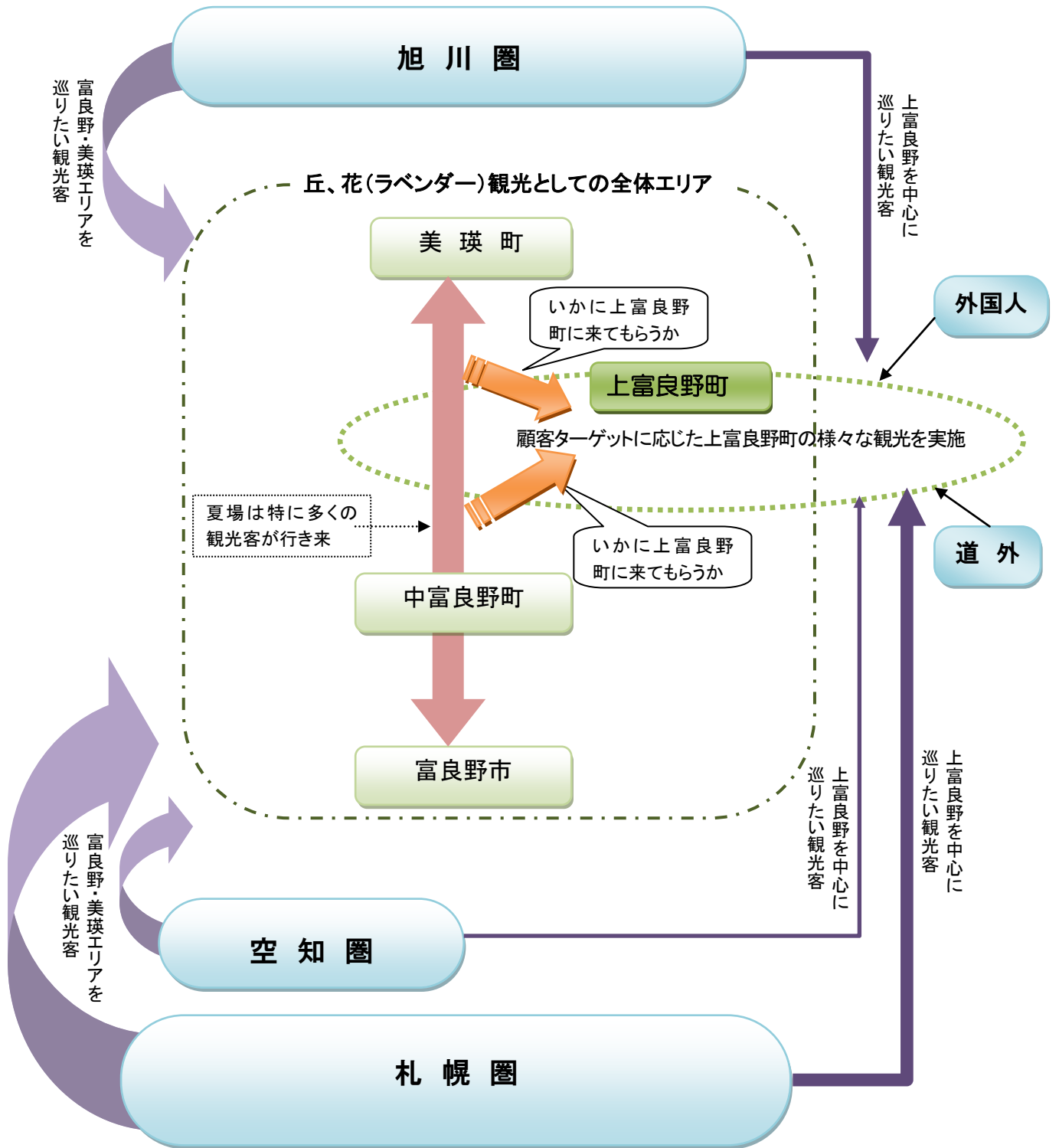
今後目指す顧客ターゲットのイメージ

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。 ※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
飲食店利用	
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	
十勝岳温泉旅館	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

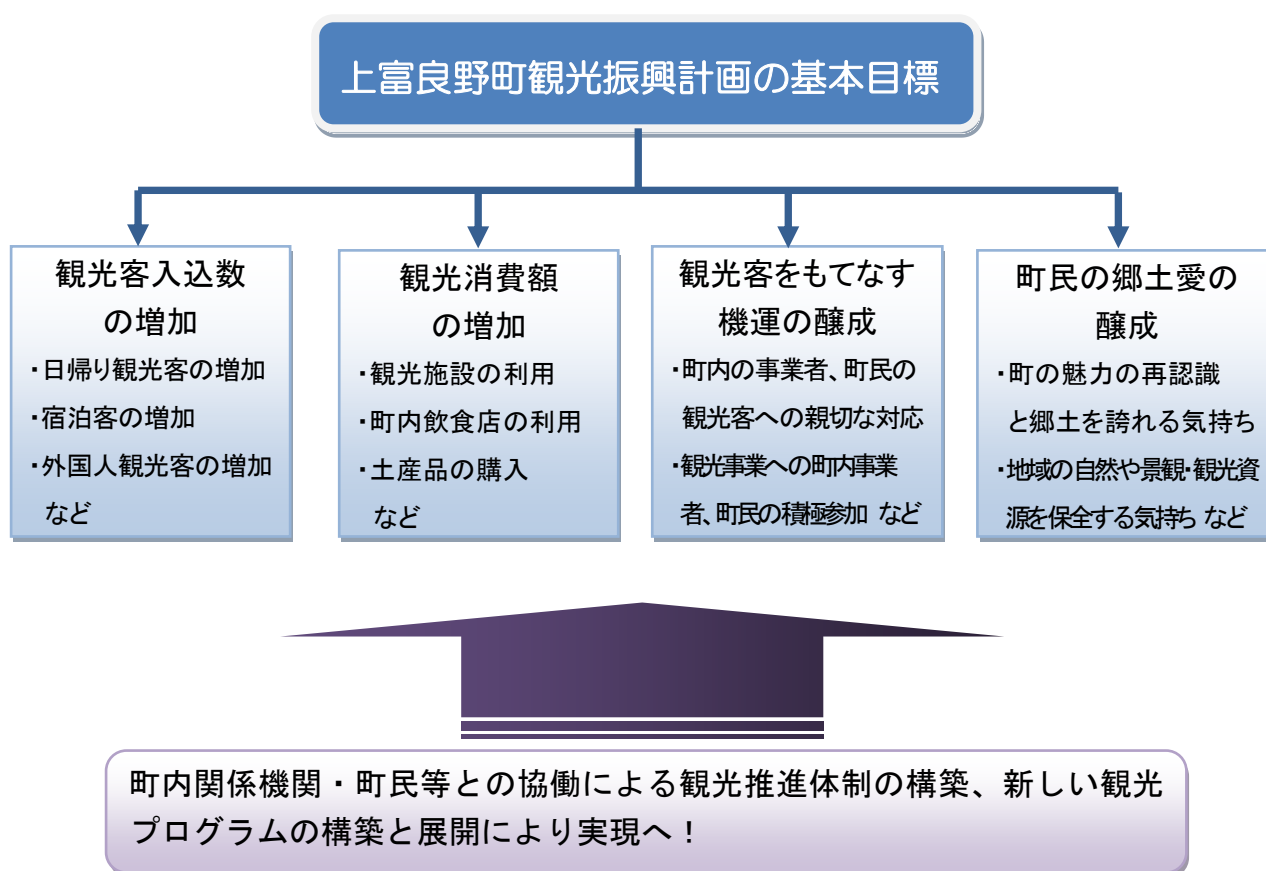
対象顧客のイメージ



(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、観光客入込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、上富良野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、観光客入込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。



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（「見る」「食べる」「聞く」「体験する」「香る」「人とふれあう」）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。

上富良野町の5種の癒しによる展開

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

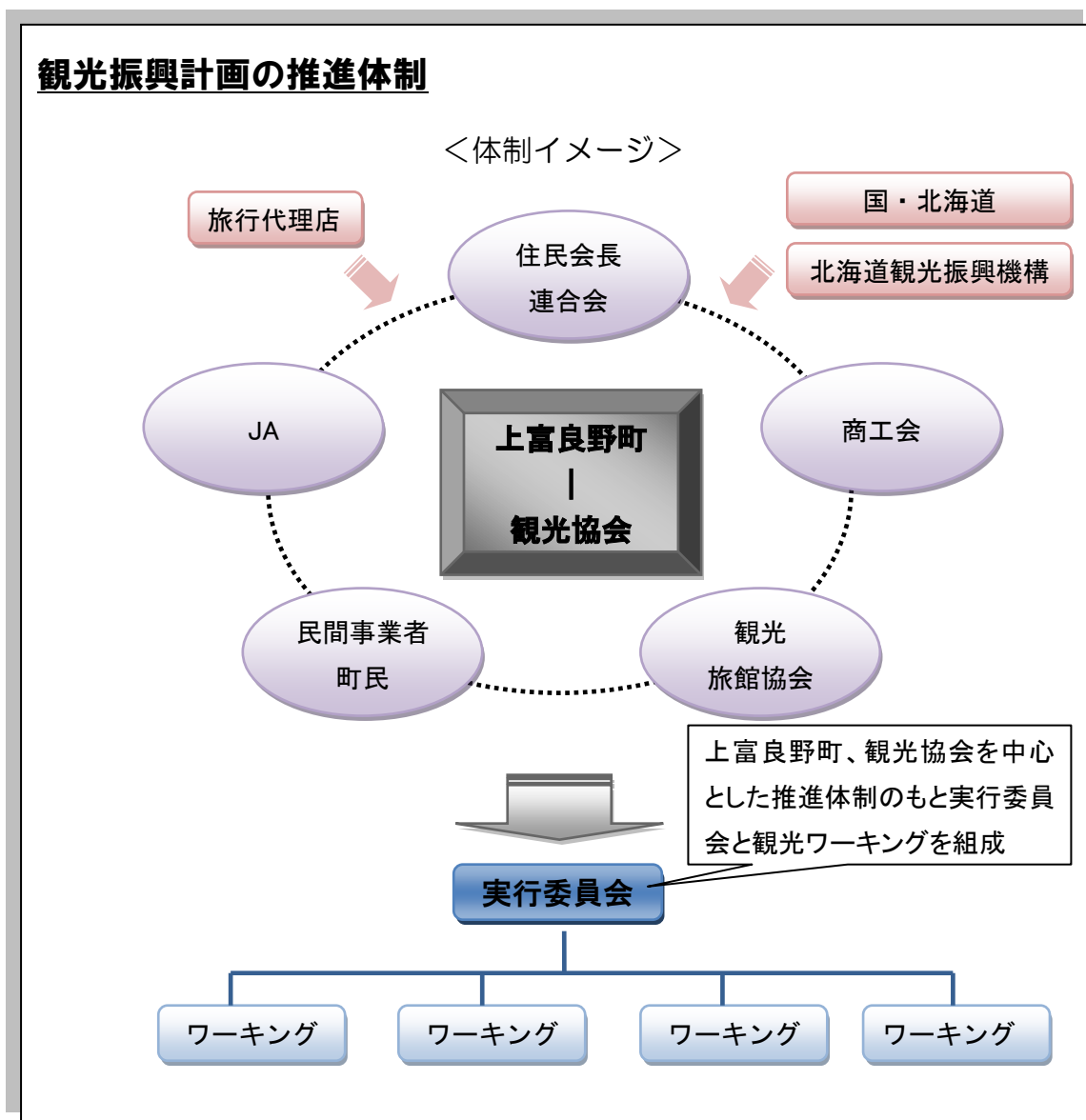
五感の癒し要素を必要に応じて組み合わせるなど、顧客ターゲットの求める価値・期待に応じた観光事業を展開する！

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 ぶ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なら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成します。



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頂きながら「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（例）>

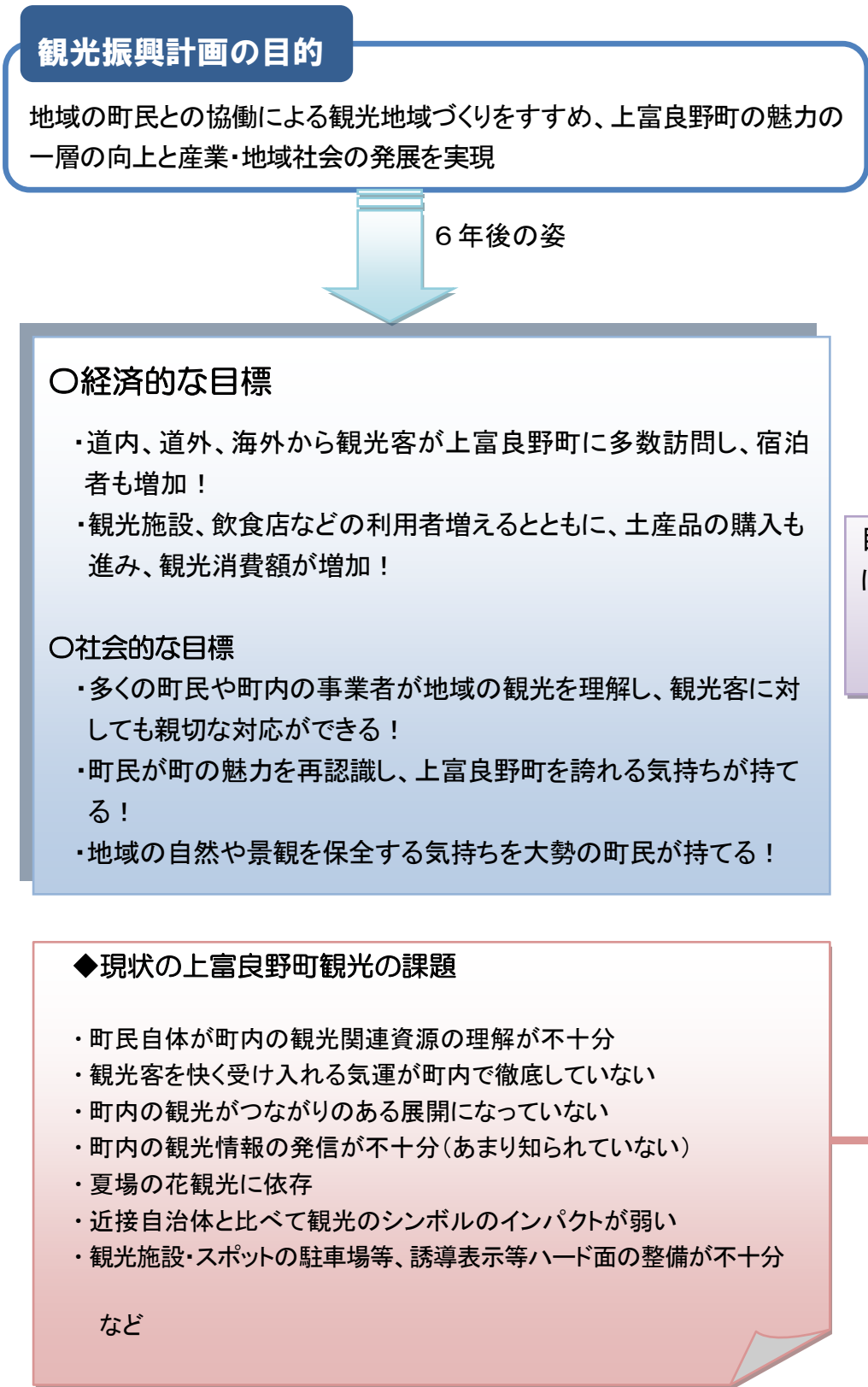
<ワーキングの課題とテーマ例>

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事が出来るイベントの企画、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～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。
宿泊客拡大ワーキング	・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時間上富良野により 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。

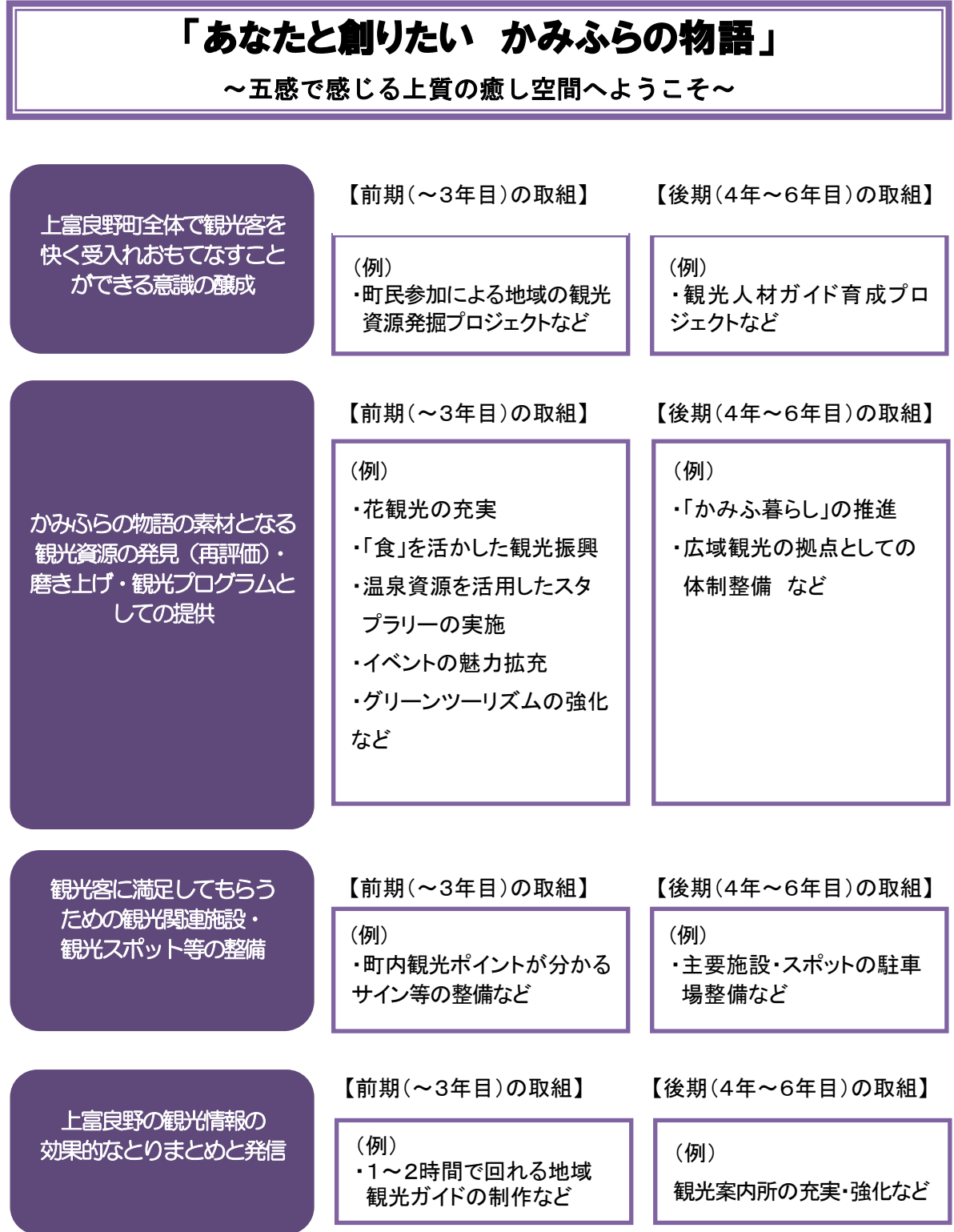
※いずれのワーキングにおいても「五感の癒しにつながる」メッセージを意識して取組みます。

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）



【上富良野町の観光振興の基本コンセプト】



平成 25 年度には、観光振興計画の周知およ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などを目的に、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。

(2) 行動計画

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入れおもてなすことができる意識の醸成

到達目標	<ul style="list-style-type: none">➤ 町民の多くが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
-------------	--

【プロジェクト例】

- ①町民参加による観光資源発掘プロジェクト
- ②町民を対象とした地元再発見ツアー
- ③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
- ④観光人材育成プロジェクト
- ⑤ボランティアガイド育成プロジェクト など

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

到達目標	➤ 観光の付加価値を高めリピーターを増加させる
-------------	-------------------------

【プロジェクト例】

- ①花観光の充実
- ②「食」を活かした観光振興
- ③温泉資源を活用したスタンプラリーの実施
- ④イベントの魅力拡充
- ⑤「かみふらの暮らし」の推進
- ⑥グリーンツーリズムの強化
- ⑦広域観光の拠点としての体制整備 など

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

到達目標	<ul style="list-style-type: none">➤ 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
------	--

【プロジェクト例】

- ①主要な観光関連施設・スポットのハード面の整備
- ②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

④上富良野の観光情報の効果的なとりまとめと発信

到達目標	<ul style="list-style-type: none">➤ 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。
------	--

【プロジェクト例】

- ①町内のモデルルートのとりまとめと効果的な情報発信
- ②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
- ③観光案内所の整備 など