

《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

平成 31 年 2 月 27 日(水)～3 月 28 日(木)

■意見提出方法

任意の様式に素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

第2次上富良野町観光振興計画

上富良野町

— 目次 —

第1章 第2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
- (2) 計画の位置づけ
- (3) 計画期間

第2章 観光の現状と課題

- (1) 北海道の観光の現状
- (2) 上富良野町の観光の現状
- (3) 第1次上富良野町観光振興計画の取り組みの評価
- (4) 課題の整理

第3章 観光の将来ビジョン

- (1) 上富良野町がめざす観光将来像
- (2) 観光の基本方針と目標

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
- (2) アクションプログラムの構成
- (3) アクションプログラム（施策）の主な取り組み

■資料編

- ・ 上富良野町第2次観光振興計画について（諮問・答申）
- ・ 上富良野町観光開発審議会委員名簿
- ・ 上富良野町観光開発審議会条例

第1章 計画の策定にあたって



(1) 計画策定の趣旨

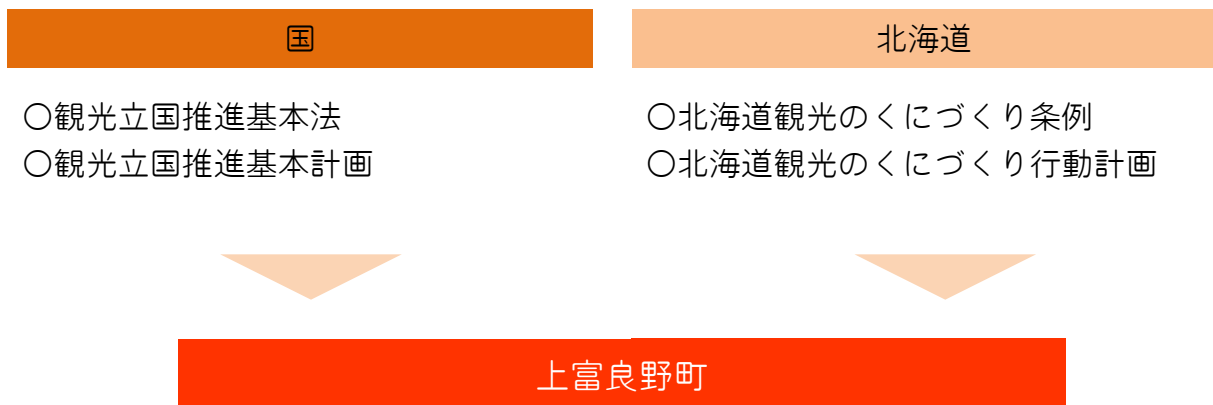
上富良野町は、ラベンダー観光が注目されてから著しく観光入込客数が増加し、最盛期を迎える平成13年には年間100万人を超えるまでに至り、隣接する市町村とあわせた富良野・美瑛エリアが国内有数の観光地として広く認識されるまでになりました。

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70万人を下回るなど年々減少し、地域観光関連産業の衰退が懸念されることから「上富良野町観光振興計画（計画年度：平成25年度～平成30年度）」を策定し、安定した地域観光関連産業を確立するため、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を進めてきました。

本計画は、前計画期間の終了を迎えるにあたり、訪日外国人観光客の著しい増加など目まぐるしく変化する観光動向に対応するため新たに策定したものであり、第6次上富良野町総合計画基本構想に掲げる「活力と交流あふれる産業のまち」を達成するため町民、観光関連事業者、観光協会や行政がそれぞれの役割を担い、観光振興を推進するための指針として策定したものであります。

(2) 計画の位置づけ

本計画は、国が定める「観光立国推進基本法」、北海道の「北海道観光のくにつくり条例」などと整合性を図りながら、本町の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「かみふ未来ビジョン」・分野別目標に掲げる「活力と交流あふれる産業のまち」を実現するための観光分野での個別計画として位置づけます。



第6次上富良野町総合計画



上富良野町観光振興計画

(3) 計画期間

本計画の期間は、「第6次上富良野町総合計画」前期基本計画と合わせ、平成31年度から平成35年度までの5年間として定めます。

第2章 観光の現状と課題

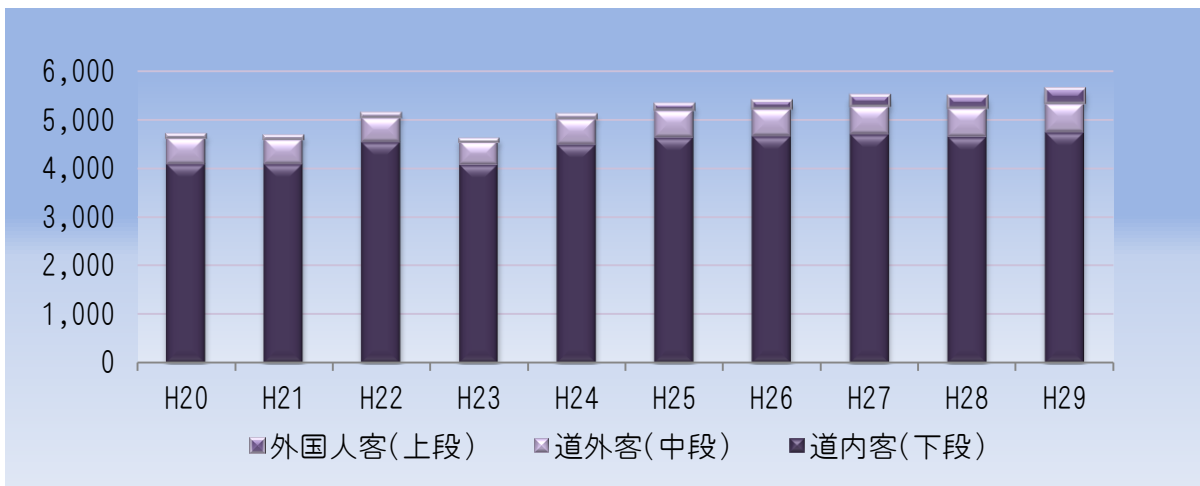


(1) 北海道の観光の現状

北海道の観光入込客数は、平成23年度の東日本大震災の影響により一時的に減少しましたが、以降は堅調に推移し、道名外からの観光客も着実に増加し、平成29年度は過去最高の5,610万人を記録しました。

訪日外国人観光客は、国際空港路線の新規就航やビザ要件の緩和、また、円安基調をはじめとする経済情勢の安定から急増し、平成29年度は279万人を記録し、国内全体の約1割を占めるまでに至っています。

北海道観光入込客の推移（10ヵ年）



	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
道内客(下段)	4,079	4,085	4,532	4,068	4,475	4,629	4,654	4,693	4,642	4,725
道外客(中段)	559	529	521	487	544	565	569	577	594	606
外国人客(上段)	69	68	74	57	79	115	154	208	230	279

(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、北海道の第2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、多くの人々が訪れていますが、一時期の旅行ブームが衰退したことや国内・道内観光地の競争激化などから近年では、60万人規模の入込数で推移しています。

しかしながら、本町を含む富良野・美瑛エリアは、現在もなお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している状況にあることから本町にとっては、近年の横ばいの動向は、決して満足いくものではないと言えます。

表1 年次別観光客入込の推移

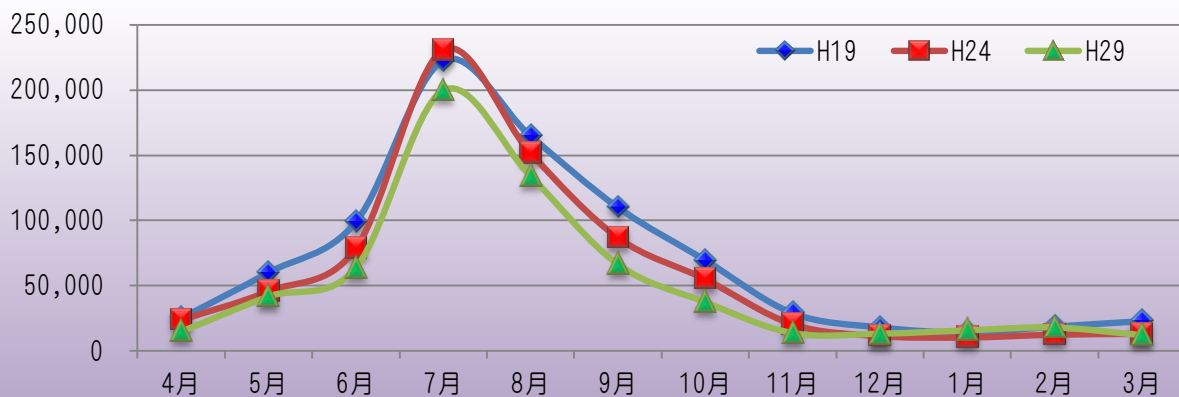
ピーク時の平成13年には100万人を超えたが、近年は60～70万人で推移。道内・道外からの観光客の来訪比率も変化し、現在も道内観光客が半数を占めているが、年々減少し、リピート率の低下と言える。



年度	観光入込客数		左のうち 道内観光客数	年度	観光入込客数		左のうち 道内観光客数
	日帰り	宿泊客			日帰り	宿泊客	
H13	929,100	71,300	821,300				
H20	773,300	70,700	692,800	H25	640,500	76,600	588,800
H21	730,200	71,400	658,300	H26	620,000	73,700	569,600
H22	700,800	67,900	631,300	H27	557,100	75,600	348,200
H23	590,200	63,600	537,000	H28	533,400	76,700	335,600
H24	673,000	68,300	608,600	H29	555,300	76,100	347,300

表2 月別別観光客入込の推移

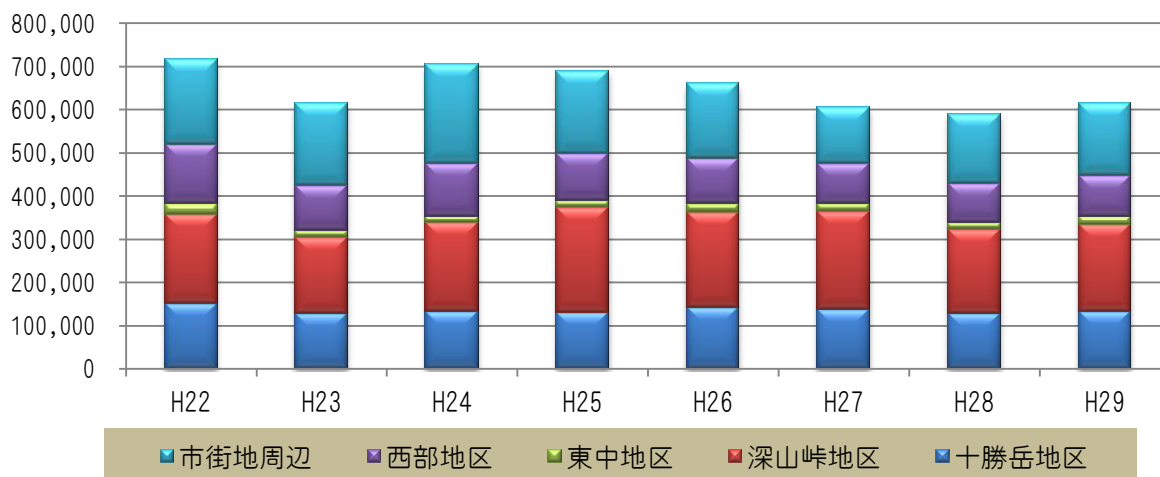
ラベンダーの開花時期である7月が最も多く、夏季に観光客が集中するなど花観光としてのブランドが定着している一方で、ここ10年で観光客が大きく減少し、苦戦している。



年度/月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
H19	69,794	29,273	18,295	14,461	18,882	23,099
H24	55,158	20,626	11,559	10,539	12,641	13,325
H29	37,538	13,822	13,348	15,901	18,127	12,241
年度/月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
H19	69,794	29,273	18,295	14,461	18,882	23,099
H24	55,158	20,626	11,559	10,539	12,641	13,325
H29	37,538	13,822	13,348	15,901	18,127	12,241

表3 地区別観光客入込の推移

大型の観光土産店施設や観光農園での集客低迷により、市街地周辺や西部地区での苦戦が見られる。十勝岳地区のような目的化されているエリアや深山峠地区のような国道など主要幹線道路に隣接しているエリアは苦戦の程度が低い。

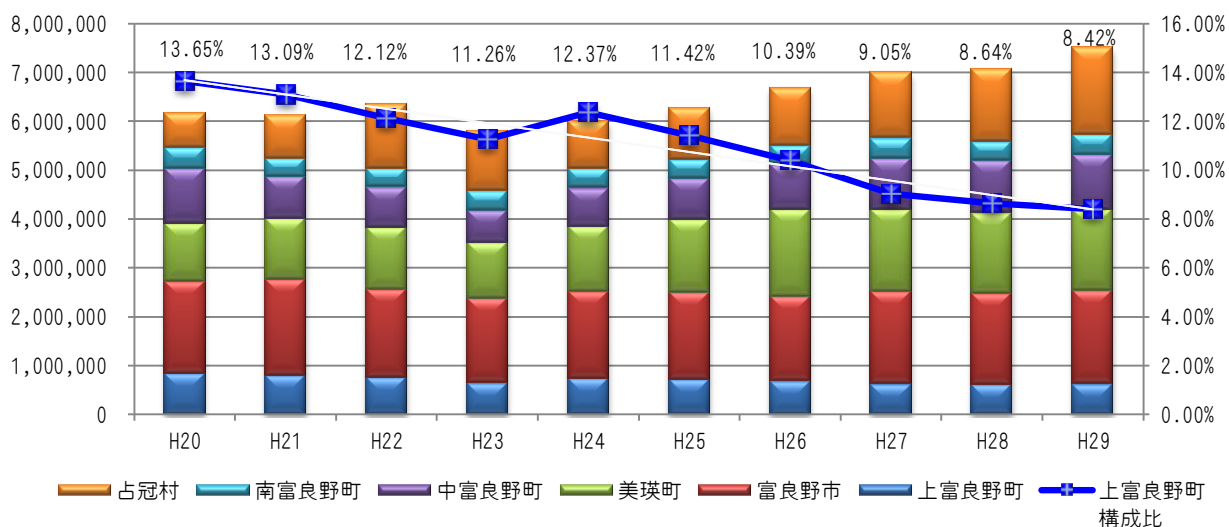


	十勝岳地区	深山峠地区	東中地区	西部地区	市街地周辺
H22	150,754	206,790	25,000	139,221	195,920
H23	129,068	176,358	16,000	103,933	189,909
H24	133,013	205,421	14,961	124,000	229,138
H25	131,782	241,526	15,361	111,040	190,836
H26	143,370	220,173	18,616	105,403	172,424
H27	138,827	226,059	18,830	93,238	128,443
H28	130,426	192,077	15,525	92,589	159,220
H29	133,667	199,562	20,774	92,947	167,360

※西部地区：江花・草分・江幌静修区域内

表4 近隣市町村(富良野・美瑛広域)観光客入込の推移

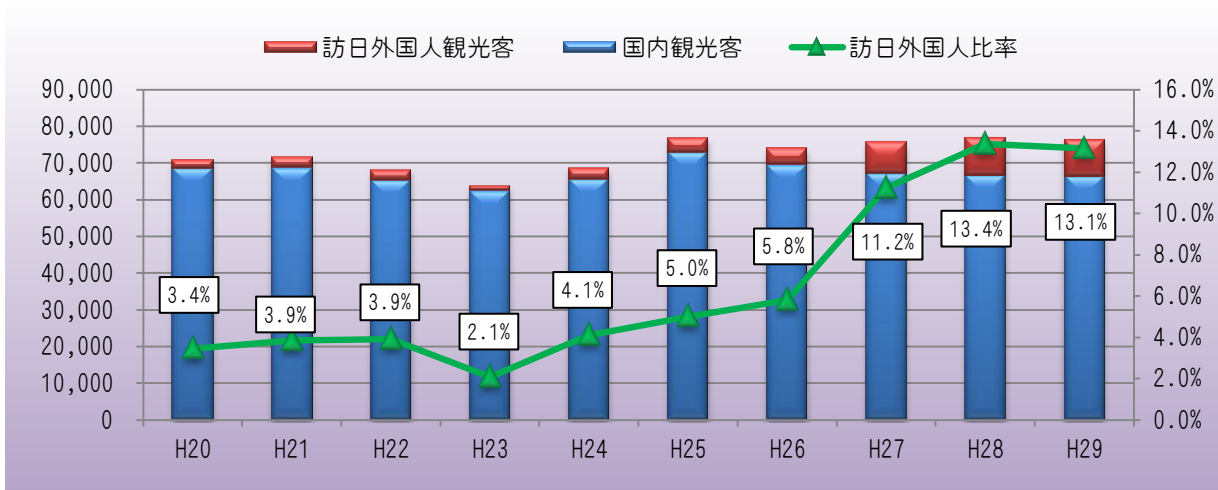
富良野・美瑛エリア全体の伸びと比較して上富良野町の観光客の伸びは、構成比率で前年割れしているとおり鈍化している。対前年比で見ると占冠村(トマム)の伸びが顕著であり、訪日外国人観光客の増加が一目瞭然である。



	上富良野町	富良野市	美瑛町	中富良野町	南富良野町	占冠村	合計
H20	843,300	1,881,500	1,182,900	1,122,500	433,600	715,600	6,179,400
H21	801,800	1,960,800	1,242,600	864,900	383,100	872,000	6,125,200
H22	768,700	1,782,300	1,273,900	827,900	380,200	1,307,900	6,340,900
H23	653,900	1,724,700	1,130,600	684,200	377,000	1,234,500	5,804,900
H24	741,300	1,779,600	1,332,000	780,400	391,500	966,500	5,991,300
H25	717,100	1,769,000	1,494,100	855,600	387,200	1,054,200	6,277,200
H26	693,700	1,721,100	1,791,000	922,200	375,300	1,171,700	6,675,000
H27	632,600	1,880,300	1,698,300	1,042,400	410,300	1,328,800	6,992,700
H28	610,100	1,859,800	1,659,500	1,068,400	379,000	1,487,300	7,064,100
H29	631,400	1,894,300	1,679,500	1,110,900	429,400	1,756,700	7,502,200

表5 宿泊数（訪日外国人観光客含む）の推移

宿泊数の総数は、直近5か年では大きな増減はなく、平成27年から訪日外国人の宿泊が大きく伸びていることが、宿泊数維持の主要因となっている。

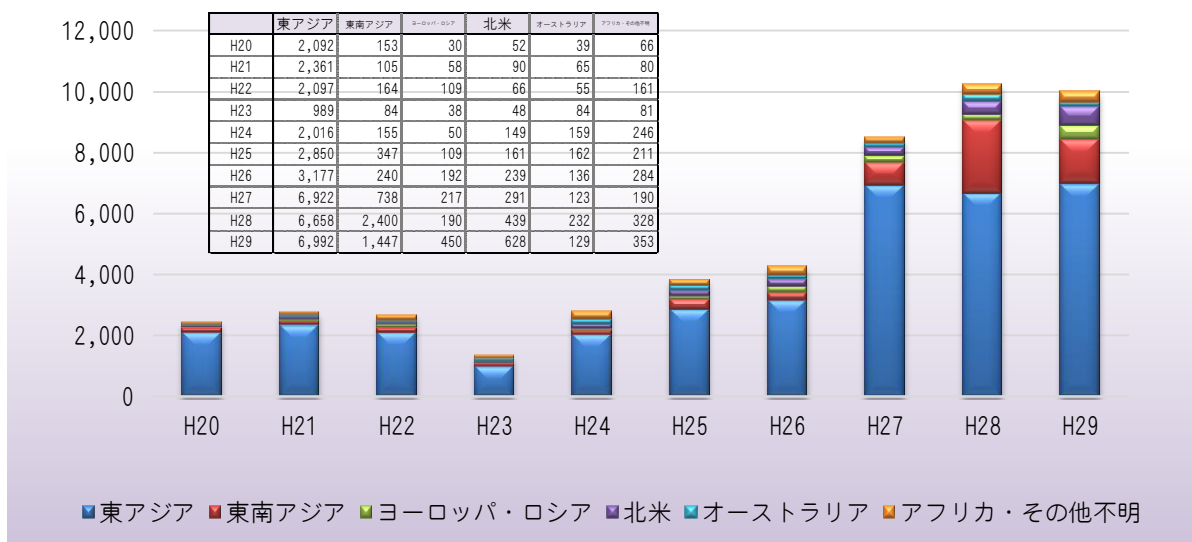


単位(左)泊、(右)%

年度	国内客宿泊数	訪日外国人宿泊数	年度	国内客宿泊数	訪日外国人宿泊数
H20	68,268	2,432	H25	72,760	3,840
H21	68,641	2,759	H26	69,432	4,268
H22	65,248	2,652	H27	67,115	8,485
H23	62,280	1,320	H28	66,453	10,247
H24	65,504	2,796	H29	66,101	9,999

表6 国別訪日外国人観光客宿泊数の推移

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割を占め、東南アジアからの宿泊を加えると8割以上を占めるのが本町の特徴である。また、ヨーロッパ、北米、オーストラリアからの宿泊は下期(冬季)が大半を占めている。



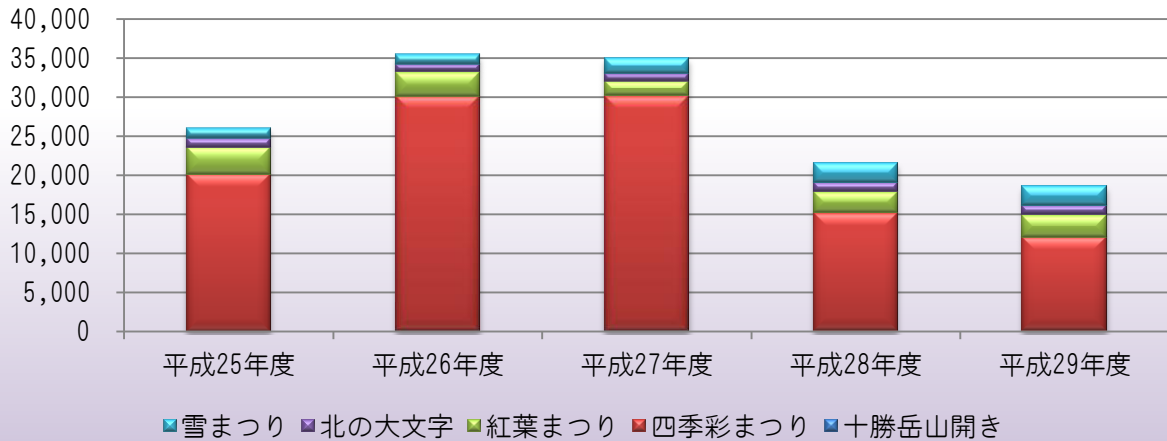
(国別詳細)

年度	東アジア				東南アジア							
	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	マレーシア	タイ	インド	インドネシア	フィリピン	ベトナム	
H20	40	101	551	1,400	86	6	61	0				
H21	107	112	234	1,908	63	34	8	0				
H22	144	104	187	1,662	111	22	31	0				
H23	60	173	179	577	76	4	0	4				
H24	146	270	373	1,227	97	13	44	1	0	0	0	
H25	358	155	916	1,421	163	82	71	5	16	10	0	
H26	374	362	1,408	1,033	94	30	89	0	6	2	19	
H27	1,334	1,028	2,586	1,974	294	188	178	19	29	21	9	
H28	948	1,090	3,234	1,386	413	482	1,258	38	88	108	13	
H29	1,229	1,180	2,830	1,753	504	328	415	6	132	58	4	

年度	ロシア・ヨーロッパ				北米		オーストラリア	アフリカその他	
	ロシア	イギリス	フランス	ドイツ	アメリカ	カナダ	オーストラリア	アフリカ	不明・その他
H20	7	12	5	6	46	6	39	8	58
H21	0	24	21	13	55	35	65	4	76
H22	20	33	44	12	42	24	55	14	147
H23	0	10	24	4	43	5	84	0	81
H24	0	12	38	0	133	16	159	0	246
H25	0	16	89	4	134	27	162	0	211
H26	10	34	125	23	173	66	136	0	284
H27	10	34	147	26	243	48	123	0	190
H28	3	58	101	28	250	189	232	0	328
H29	0	132	272	46	526	102	129	0	353

表7 イベントの集客数の推移

十勝岳山開き(登山)を除くイベントの集客数は、全体でも3万人を超える程度であり、他の民間イベントを含めても本町が催す観光・物産イベント等の集客力は強いものとは言えません。



	十勝岳山開き	花と炎の 四季彩まつり	紅葉まつり	北の大文字	雪まつり
H25	74	20,000	3,485	1,200	1,200
H26	90	30,000	3,136	1,000	1,200
H27	96	30,000	1,916	1,000	2,813
H28	95	15,000	2,773	1,200	1,200
H29	95	12,000	2,813	1,200	2,500

(3) 「第1次上富良野町観光振興計画」の取り組みの評価

平成24年12月に策定した第1次上富良野町観光振興計画(計画期間:平成25年度～平成30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前後期各3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とします。

(観光振興計画の基本コンセプト)

「あなたと創りたい かみふらの物語」

～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～

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

テーマ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

①町民や上富良野ファンの参加による地域の観光資源発掘プロジェクト

・2～3時間かみふらののに寄りませんかワーキング(H25)



町民参加によるワークショップを通じて地域の魅力を再発見し、その情報を広く提供することで2～3時間滞在観光を推進し、観光入込客数の増加につなげる。

■ワークショップテーマ

「2～3時間滞在型観光ルートの作成」

第1回 平成25年11月15日

第2回 平成25年12月11日

第3回 平成26年1月15日

第4回 平成26年2月15日

- ・インバウンド・閑散期対策の意義を考える研修(H28)
- ・インバウンド観光客を地域で受け入れるために研修(H28)
- ・インバウンド外国人受入れ研修(H28)

②町民を対象とした地元再発見ツアー

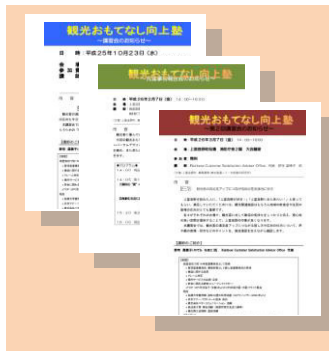
- ・観光ボランティアによる研修会・町内観光施設見学(H25～)
- ・観光閑散期対策フィールドワーク(H28)

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

- ・西小学校4年生総合学習「観光」ほか(H25～H28)

④観光人材育成プロジェクト

- ・観光おもてなし向上塾(H25～H26)



第1回：満足度を高める観光客との接し方

観光客の満足度を高めるため、観光関連施設だけではなく地域の飲食店や地域住民を対象に「接し方のポイント」「心構え」など観光客に喜んでいただける観光地域づくりを学びました。

第2回：高齢化社会を背景としたユニバーサルデザイン観光の事例

高齢化社会を背景としたUD（ユニバーサルデザイン）観光の事例など観光客の満足度を高めるための観光地域づくりのポイントを学びました。

第3回：観光客の満足度アップにつながる応対を実践的に学ぶ

観光客に対して歓迎の気持ちをしっかりと伝え、居心地の良い空間を提供するための接し方や応対の仕方について声や顔の表情・所作などの演技演習を学びました。

- ・観光情報の効果的受発信に向けたIT活用塾(H25)
- ・サイクリングツアーガイド／フットパスガイド研修(H27)
- ・上富良野ならではの「おもてなしスタイル」ワーキング(H26)
- ・効果的な外国人観光客受け入れのため地域おこし協力隊(H28)
- ・現役ガイドも知りたい！アウトドア講座(H28)

【評価】

町全体で観光のまちとしての共通認識を図る取り組みとしては、数多くの機会を提供することができ、評価することができます。また自然、豊かなフィールドを活用した人材育成への取り組みも積極的に行われました。

①グリーンツーリズム、アウトドアなどニューツーリズムのプログラム化

- ・軽トラ市による独自の取り組み(H25～)
- ・全道フットパスの集い in かみふらの／フォーラム(H25～)
- ・かみふらの十勝岳ヒルクライム大会(H25～)
- ・サイクリングガイド・フットパスガイド開始によるツアーの実施(H27)

- 日時 2015年10月3日(土)・10月4日(日)
- ツアー内容
 - 1日目:バスで巡る上富良野風景
 - 2日目:十勝岳(白銀荘～望岳台)フットパス【ガイド3名】
- 参加者状況
 - 1日目:15名(男8名、女7名)※フットパス班9名、サイクリング6名
 - 2日目:フットパス班9名(男4名、女5名)



②戦略的短時間周遊型プログラムの構築

- ・滞在型体験観光ガイドブック「楽旅かみふ」の作成(H25)
- ・かみふらの八景ラリー(H28)
- ・サイクリングマップ作成(H28)

③宿泊客拡大に向けたプログラム構築

- ・地元食材を使用した飲食店等の調査(H25)
- ・上富良野産大麦・ホップを100%使用した「まるごとかみふらのプレミアムビール」発売開始(H28)

④上富良野ならではの特産品や料理の開発

- ・見晴台公園野菜直売所(H26)
- ・豊味豚カレー富良野・美瑛カレー街道キャンペーン(H26～)
- ・富良野ラベンダーティー(ポッカサッポロ)新発売(H28)

- H26、H27の2年間、ポッカサッポロと飲料水の原料として使用できるラベンダーの栽培・研究進め、H28年3月28日に「富良野ラベンダーティー」がポッカサッポロから新発売。H29年4月3日からはラベンダーの華やかな香り立ちを高めたラベンダーティーにリニューアル。H30年8月27日には、GABAを28mg加えた機能性食品「富良野ラベンダーティーRelax」を発売。
- 富良野ラベンダーティーを愛飲していたことがご縁となり、声優・歌手・ピアニストとして活躍する、牧野由依さんがかみふらのPR大使に委嘱された。

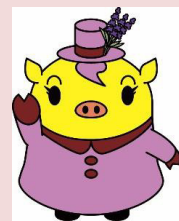


- ・特産品開発支援事業補助金の制度化(H28)

⑤イベントの魅力拡充

- ・ゆるキャラ「らべとん」制作・イベント活用(H25～)

- キャラクターへの投票と名前の募集を行い全国から519通の応募があり、上富良野町ご当地キャラクター選考委員会において審査・選考し「らべとん」に決定。
- H25年7月28日四季彩まつりにおいて、らべとん初披露
- イベント等出演 H26年度23回 H27年度23回 H28年度19回 H29年度24回 H29年には貸出用としてもう1体製作。



- ・チャリ旅グルメマップ作成(H26)
- ・かみふらの収穫祭開催(H27～)

⑥オフシーズン（冬）の集客に向けたプログラム

- ・十勝岳エリアスノーボードツアー開催(H26・H27)
- ・十勝岳エリア(三段山・翁遊歩道等)フィールドワーク (H27)
- ・「かみくら」を活かした観光プログラムの開発(H27～)
- ・スノーシューツアー・絶景(写真)ツアー(H27～)
- ・冬季間閉鎖道路を活用した白金カップ・クロスカントリースキー記録会(H29)

【評価】

まちのゆるキャラ「らべとん」制作によるイベントやプロモーションでの活用、地元産物を活用した商品の開発など資源の磨き上げとしては評価できる。オフシーズンの集客対策としてのプログラムの開発は、滞在時間の幅を広げ、宿泊を増加させるためのものとして、今後も取り組んでいかなければなりません。

テーマ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

①主要な観光関連施設・スポットのハード面の整備

- ・かみふらの八景深山峠ラベンダーテラス設置(H25)
- ・日の出公園ラベンダー園・十勝岳ラベンダーロードのラベンダー再生(H25～)
- ・街なか賑わいテント設置(H26)
- ・日の出公園山頂までのアクセス道路の拡充・駐車場の整備・トイレ洋式化・案内看板(H28)



- ・かみふらの八景標柱更新(H28)

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

- ・サイクルサイン(ピクトグラム)整備(H27)



- ・主要道路における「観光案内・観光施設説明看板」内容・設置場所調査(H28)

【評価】

観光施設のメインである日の出公園ラベンダー園の道路や駐車場、トイレの整備など利便が向上した。一方で「かみふらの八景」などの景観スポットにおいては十分な駐車スペースの確保が整っていないことから地域からの苦情等も発生しており、今後改善に向けた取り組みが継続して必要である。

テーマ4 観光情報の効果的なりまとめと発信

①観光テーマに応じた町内のモデルルートの取りまとめと効果的な情報発信

- ・タウンガイドを作成し町内のお勧め施設・店・ポイント等の案内資料作成(H25～)
- ・サイクリングマップ作成(H28)

②観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記

- ・観光協会のHP・観光ガイドに観光スポットや会員施設のマップコードを掲載(H25～)
- ・観光協会のHPの外国語対応リニューアル(H28)

③ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報受発信

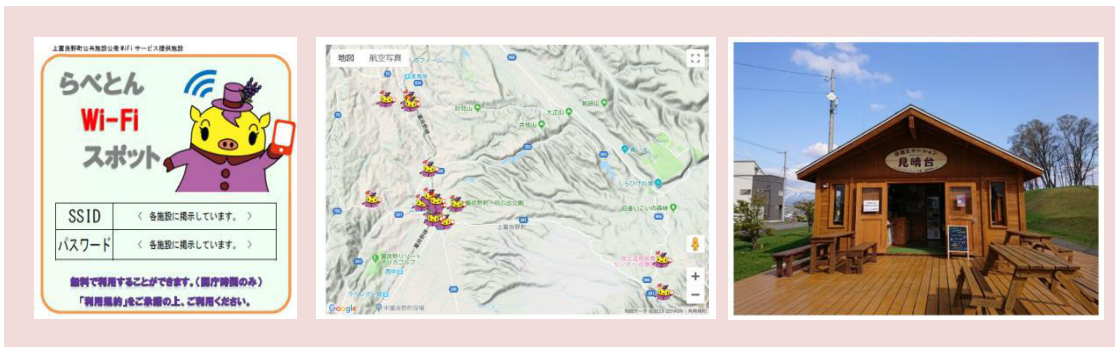
- ・ツイッターやブログでの情報発信の強化(H25～)



- ・十勝岳登山道・吹上温泉グーグルトレッカー撮影及びビストリートビューによる情報発信(H26)

④観光案内所の整備

- ・JR 上富良野駅観光案内所、見晴台公園、観光案内所でWi-Fiスポットの整備(H25)
- ・観光・防災Wi-Fi(日の出公園展望台ほか13施設)(H27)



- ・かみふらのライブカメラ配信(ジェットコースターの路、千望峠、日の出公園展望台)(H27)
- ・YOUTUBEチャンネルの開設(H27)
- ・観光・防災Wi-Fi(十勝岳・吹上温泉5施設)(H29)

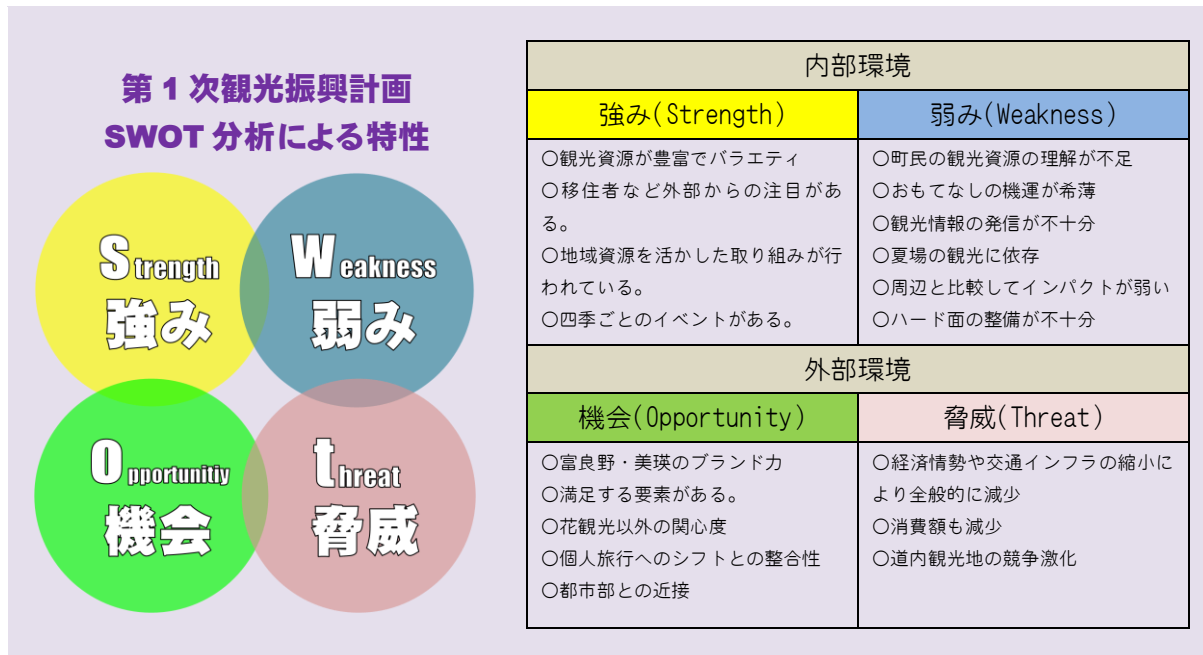
【評価】

SNSなど動く情報をリアルタイムに発信することで観光客の誘導に大きく効果があらわれており、また、通信環境の整備も多くの地点で整備が進み、今後も情報発信強化のための環境整備を常に検討していかねばなりません。

(4) 課題の整理

□観光特性の分析の変化

第1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、「SWOT分析」を用いて本町の観光振興に関する特性を整理します。



SWOT分析による特性の整理

(前計画との比較)

強み (Strength)		弱み (Weakness)	
<ul style="list-style-type: none"> ○豊富でバラエティな観光資源 ○移住者など外部からの関心・注目 ○地域資源を活かした取り組み ○四季ごとのイベント実施 	<ul style="list-style-type: none"> 継続 継続 継続 継続 	<ul style="list-style-type: none"> ○町民の観光資源の理解不足 ○おもてなしの機運が希薄 ○観光情報の発信が不十分 ○夏場の観光に依存 ○インパクトの弱さ ○ハード面の整備が不十分 ○交通インフラの不便 	<ul style="list-style-type: none"> 改善 改善 改善 継続 継続 継続 新規
機会 (Opportunity)		脅威 (Threat)	
<ul style="list-style-type: none"> ○富良野・美瑛のブランドカ ○満足する要素がある。 ○花観光以外の関心度 ○個人旅行へのシフトとの整合性 ○都市部との近接 	<ul style="list-style-type: none"> 継続 継続 継続 継続 継続 	<ul style="list-style-type: none"> ○観光客数や観光消費額が経済情勢 などに影響されやすい ○道内観光地の競争激化 	<ul style="list-style-type: none"> 継続 継続

□見えてくる課題

第1次観光振興計画の取り組みやSWOT分析による特性の検証から今後の課題を次のようにまとめました。

1

豊富な観光資源がありながらも活かしきれていない！

上富良野町は、これまでラベンダーや雄大な山岳風景、豊富な温泉資源そして優良な農畜産物など季節ごとにバランスのとれた財産（資源）がありながらも、フルに活用できていない状況と思われます。第1次観光振興計画の中でもさまざまな取り組みを進めてきましたが、さらなる展開が必要です。

2

訪れる人々のニーズに沿った受入れや展開が必要！

観光で訪れる人は、旅行（観光）の目的もそれぞれで異なり、国内観光客でいえば、各世代（年齢層）で求めるものが違い、海外からの観光客にあつては、より多くの受入対応が必要となります。それぞれのニーズを的確に把握し、それぞれに見合ったもてなしやサービスの展開により解決していかなければなりません。

課題

3

観光地として施設の整備が整っていない！

団体ツアーの減少や海外からのFITが主流となり、旅行者自身が公共交通機関やレンタカーを利用した自由な移動により、「行ってみたい場所」を自ら選択できる時代となっています。そう思われる観光地になるためには、観光施設機能や交通インフラの不便さを解消し、魅力ある観光地づくりを追求していかなければなりません。

4

**脱！マンネリ化
新たなアイデアを実現！**

観光地の競争激化を乗り越えるためには、常に新しいアイデアを模索し、トライし続けなければなりません。旅行者は「新しいもの」に敏感で、これまでと同じようことをしては、リピートされません。

イベントを含むさまざまな取り組みの脱マンネリ化を進め、常に情報を提供していかなければなりません。

□新たな計画への方向性

今後は「まちの強みや弱み」に基づく課題を一步一步解決するため、まちが目指す観光地づくりの方向性を明確にし、取り組みを進めていかなければなりません。

「かみふらの」がめざす観光振興の方向性

○誰が来ても、いつ来ても受け入れる観光地づくり

○来て喜ばれる、もう1度来て喜ばれる観光地づくり

○観光に携わる人が潤う観光地づくり

○新しいチャレンジで賑わう観光地づくり



第2次上富良野町観光振興計計画基本方針

第3章 観光の将来ビジョン



(1) 上富良野町がめざす観光将来像

第6次上富良野町総合計画では、まち全体の将来像として「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、個別計画に位置する第2次上富良野町観光振興計画では「感動と喜びにあふれる上富良野」をめざす将来像と設定するとともにメッセージとして全国に発信していきます。

上富良野町の新たな将来像

感動と喜びにあふれる上富良野へ

～ かならず みたくなる あのふうけい ～

北海道の真ん中にある美しく、どこことなく懐かしさを感じるまち
ありのままの上富良野を、ありのままに伝え
また来たくなる上富良野をめざします。

私たちのまちは、幸いにもたくさんの観光資源を享受し、引き継がれ現在に至っています。この資源(財産)をさらに磨きをかけ、多くの人に来てもらう、見てもらえる、そしてまた来たいと思われる観光地づくりをめざしていきます。

(2) 観光振興の基本方針と目標

□観光振興計画における基本方針

上富良野町の新たな観光将来像「感動と喜びあふれる上富良野へ」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ていきます。

基本方針 1

今ある資源を見つめ直し、もっともっと魅力あるまちへ…

上富良野が持つ多くの観光資源をもう一度よく見てみよう。きっとまだ知られていないことや今あるものを最大限活用することでさらに魅力が高まり、新たな価値として観光振興につなげていきます。

基本方針 2

訪れる人が喜び、迎える人も喜ぶまちへ…

観光地としてこれまで観光事業者はもちろん、多くの町民が関わり、受入れに対する意識の醸成と必要な観光地整備を行ってきました。

これからも国内問わず多くの観光客が上富良野を訪れます。訪れる人が満足し、リピートする。迎える私たちも楽しく交流を深め、いつでも受け入れる環境が整った観光のまちへつなげていきます。

基本方針 3

魅力を全国に伝え、世代へ伝える観光のまちへ…

上富良野の魅力を伝え続けることは、私たちの永遠のテーマです。

美しい景観、美味しい農畜産物、そして今日まで至る上富良野の生い立ちは、ここを訪れる人だけではなく、ここに住み、ここで営む次の世代へ伝え、つなげていかなければなりません。

「伝える力」を強化し、最終的な交流人口の増加を実現します。

□観光振興計画における数値的目標

第2次観光振興計画では、上記の基本方針のほか数値的目標として計画期間の終了である平成35年度までに第6次上富良野町総合計画において定めている成果指標(ベンチマーク)の達成をめざし取り組みを行っていきます。

これらは、進捗状況を常に把握し、検証しながら目標の実現に進まなければなりません。



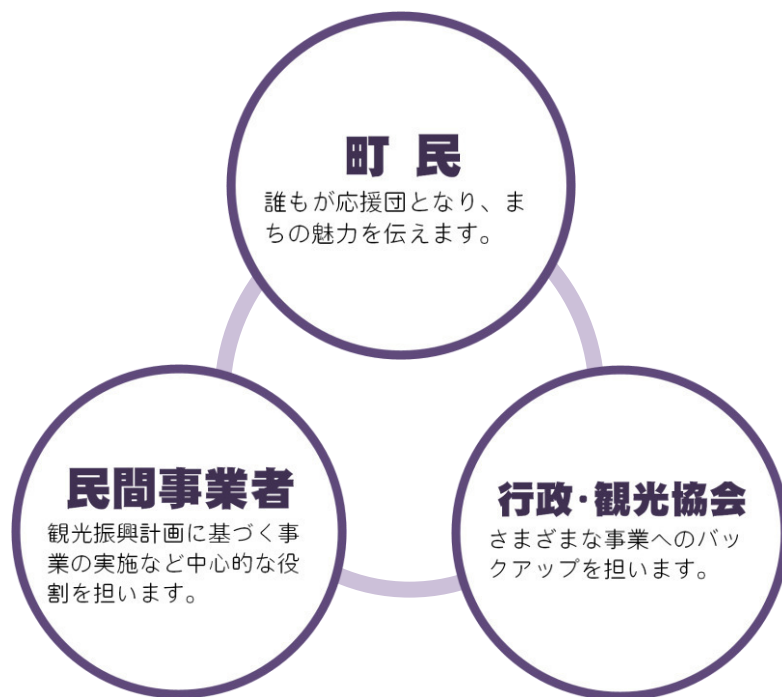
第4章 観光振興アクションプログラム



(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。

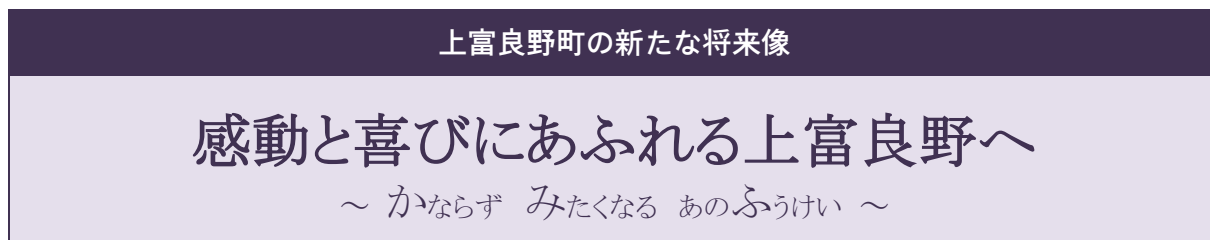
それぞれの主体が担う役割を次のように整理します。



主体	役割
町民	○町内居住者及び労働者、町民団体、ボランティアや学生などのすべてが「上富良野」の理解者であり、応援団にもなります。 ○町民ひとりひとりが情報発信者となり、上富良野の魅力を伝えます。
民間事業者 団体	○観光関連事業者・団体は、観光振興に関する具体的事業を実施する主体になります。 ○本計画を推進するための中心的役割を果たし、円滑な事業の企画立案調整を行います。
観光協会 行政	○本計画を推進するため、他の主体との連携・調整を図り、さまざまな事業をバックアップする役割を担います。

(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。










基本方針 1	基本方針 2	基本方針 3
今ある資源を見つめ直し、 もっともっと魅力あるまちへ	訪れる人が喜び、 迎える人も喜ぶまちへ	魅力を全国に伝え、 世代へ伝える観光のまちへ

プログラム 1-① 観光資源の魅力アップ	プログラム 2-① 受入環境の整備促進	プログラム 3-① 発信力の強化
<ul style="list-style-type: none"> ○観光スポット等の機能整備 ○ブランド化・差別化の推進 ○有効資源の魅力増進 ○ロケツーリズムの推進 ○複合拠点施設整備に伴う観光関連施設の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ○観光消費活動の円滑化 ○訪日外国人観光客への対応改善 ○観光2次交通の改善 ○観光案内看板・サインの検証 ○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 	<ul style="list-style-type: none"> ○インフォメーション機能の強化 ○タウンプロモーションの推進 ○発信ツールのフル活用
プログラム 1-② 着地型観光の推進	プログラム 2-② イベントの充実	プログラム 3-② 観光人材の育成
<ul style="list-style-type: none"> ○短時間体験メニューの構築 ○閑散期における宿泊対策強化 ○ジオツーリズムの確立 	<ul style="list-style-type: none"> ○四季彩イベントの再点検・ボリュームアップ ○民間イベント(誘客拡大)支援 	<ul style="list-style-type: none"> ○ホスピタリティの向上 ○各分野ガイドの育成・支援 ○「地域観光」の伝承
	プログラム 2-③ 広域観光の推進	
	<ul style="list-style-type: none"> ○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 	

(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 今ある資源を見つめ直し、もっともっと魅力あるまちへ

プログラム1-① 観光資源の魅力アップ

取組の内容	概要
<p>観光スポット等の機能整備</p> 	<p>H31 H35</p>  <p>町内に点在する観光スポットや景勝地における駐車場機能、トイレ設置、バリアフリー対策などの利便性を個別に検証し、計画的な整備を進め、観光地としての魅力を高めます。</p>
<p>ブランド化・差別化の推進</p>	<p>H31 H35</p>  <p>上富良野らしいナチュラルなイメージを創出する観光資源のブランド化・差別化を図る取り組みを推進します。 また、「食」のブランド化推進など地場産品振興と連携し、観光地としての魅力を高める取り組みを行います。</p>
<p>有効資源の魅力発見・フル活用</p>	<p>H31 H35</p>  <p>これまで着目していなかったスポットやメニューの発見発掘とともに、現在活用している観光資源をもう一度見つめ直し、魅力を高める新たな試みにチャレンジします。</p>
<p>ロケツーリズムの推進</p> 	<p>H31 H35</p>  <p>小説「泥流地帯」・「族泥流地帯」の映画化への取り組みのほかTVやCMなどロケツーリズムへのアプローチを積極的に行い、魅力ある観光地として持続的な発信を行っていきます。</p>
<p>複合拠点施設整備に伴う観光関連施設の検討</p>	<p>H31 H35</p>  <p>複合拠点施設の整備に合わせ、観光交流が地域の活性化につながるための方策について検討し、新たな魅力となるよう実現を目指します。</p>








プログラム1-② 着地型観光の推進

取組の内容	概要
短時間体験メニューの構築	<p>H31 H35</p> <p>観光客のニーズに沿った短時間で満足度を高める観光ルート・個別のメニューの構築を行い、滞在時間を延ばす取り組みを進めます。</p>
閑散期宿泊対策強化	<p>H31 H35</p> <p>観光シーズン以外の期間における宿泊客の増加を図るため、閑散期メニューの発掘やスポーツ観光の積極誘致を進めるとともに、具体的な取組を行う民間宿泊施設への具体的支援策を検討します。</p>
ジオツーリズムの確立	<p>H31 H35</p> <p>日本ジオパークの認定を目指すと同時にジオパークガイドの育成など地域に根ざしたツーリズムの構築を行い、観光振興に波及させる取り組みを行っていきます。</p>








基本方針2 訪れる人が喜び、迎える人も喜ぶまちへ

プログラム2-① 受入環境の整備




取組の内容	概要
観光消費活動の円滑化	<p>H31 H35</p> <p>観光地としての満足度・利便を高めるため、カード決済端末の導入などキャッシュレス化へ向けた観光事業者の実態を把握し、観光消費活動が円滑に進む取り組みを行います。</p>
訪日外国人観光客への対応改善	<p>H31 H35</p> <p>近年、訪日外国人の来訪(及び宿泊)は高く、今後も増えるものと想定されます。コミュニケーション、情報提供に関する多言語化について再点検し、改善していきます。また、地域おこし協力隊・観光推進員の配置により、町全体で訪日外国人観光客受入の強化に努めていきます。</p>

<p>観光2次交通の改善</p>	<p>H31  H35</p> <p> </p> <p>2次交通手段の検証・整備・改善により各観光施設やイベント会場への移動の円滑化を図り、地域の周遊ルートの構築につなげます。</p>
<p>観光案内看板・サインの整備</p>	<p>H31  H35</p> <p></p> <p>観光2次交通の改善に合わせ、観光客を呼び込む又は誘導する看板、サインの調査結果に基づき、優先度の高いものから整備を進めていきます。</p>
<p>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</p>	<p>H31  H35</p> <p></p> <p>上記の受入環境の整備における資金調達の方法のひとつとしてクラウドファンディングの有効性を研究し、導入の是非を検討していきます。</p>

プログラム2-② イベントの充実




取組の内容	概要
<p>四季彩イベントの評価検証・ボリュームアップ</p> 	<p>H31  H35</p> <p> </p> <p>これまでの四季彩イベントなどを検証し、誘客を伸ばすためのボリュームアップを図り、魅力あるイベントの構成に努めます。</p>
<p>民間イベント(誘客拡大)支援</p>	<p>H31  H35</p> <p> </p> <p>観光資源や地元産物を積極的にPRするなど誘客拡大を図る新しいイベントの企画実施への支援制度について、検討し、制度化につなげていきます。</p>

プログラム2-③ 広域観光の推進




取組の内容	概要
ふらの・びえいエリアの総合連携	 <p>H31 H35</p> <p>実施</p> <p>富良野・美瑛広域観光推進協議会での広域連携活動を軸に海外プロモーション、情報発信及びサイクルツーリズムの取り組みを積極的に進めます。</p>
花・山岳観光の連携推進 	 <p>H31 H35</p> <p>実施</p> <p>花人街道推進協議会による花観光を隣接する市町村と連携した取り組みを推進します。また、大雪山国立公園連絡協議会などによる山岳観光の推進、日本遺産認定の大雪山国立公園への利用促進について広域的な活動を通じて推進します。</p>

基本方針3 魅力を全国に伝え、世代へ伝える観光のまちへ

プログラム3-① 発信力の強化

取組の内容	概要
インフォメーション機能の強化	 <p>H31 H35</p> <p>実施</p> <p>情報を取得するための拠点となる観光案内所機能をさらに高め、観光地点や市街中心地への誘導を図ります。 また、通信環境の検証を行い、利便性の高い通信環境を整備します。</p>
タウンプロモーションの推進	 <p>H31 H35</p> <p>実施</p> <p>豊富な観光資源など町の魅力をPRするタウンプロモーション活動を積極的に推進します。また、商品造成に関わる旅行エージェント等に対するプロモーションも強化し、誘客の拡大を図ります。</p>
発信ツールのフル活用	 <p>H31 H35</p> <p>実施</p> <p>ICTを活用した情報発信が主流となる中において、SNSなどリアルタイムで動く情報の積極的運用を進めます。 また、メディアへの情報提供を行う広報活動（パブリシティ）を活用し、効果的な誘客促進を強化します。</p>

プログラム3-② 観光人材の育成

取組の内容	概要
<p>ホスピタリティの向上</p>	 <p>H31 H35</p> <p>観光客の満足度向のため観光に携わる人を対象とした、接客技術や知識の取得などホスピタリティの全体的な向上を引続き目指します。</p>
<p>各分野ガイドの育成・支援</p>	 <p>H31 H35</p> <p>各分野において必要な知識やスキルを有するガイドを育成し、満足度の高い観光地づくりを進めます。 また、専門性の高いガイド資格取得のための支援制度を検討します。</p>
<p>「地域観光」の伝承</p>	 <p>H31 H35</p> <p>町民に対して定期的な観光情報を発信し続け、上富良野の観光を町全体で創り上げます。 また、雄大な自然環境や豊富な産物、そして上富良野の生き立ちなど「地域観光」の学びを学習活動、学校活動に提供するなど次世代人材の育成につなげていきます。</p>