

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 7月 9日

1. 観光地域づくり法人の組織

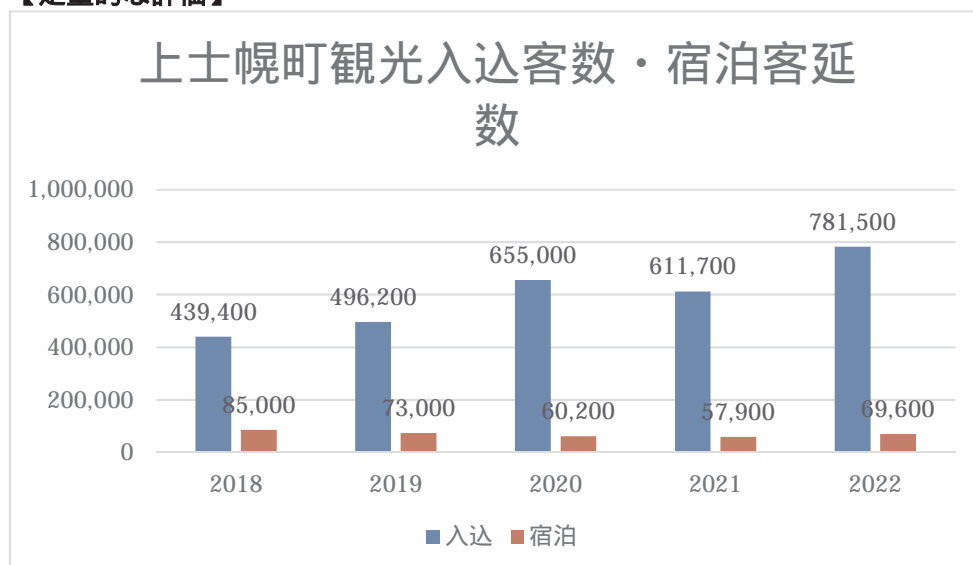
申請区分 該当するもので囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	株式会社 k a r c h	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 北海道上士幌町	
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東3線227番1	
設立時期	2018年5月28日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	41人 内訳 DMO担当 9人【正社員2人・出向4人・パート3人】 道の駅 22人【正社員6人・出向1人・パート15人】 ナイトイテラス 10人【正社員5人・パート4人・派遣1人】 *出向 町職員1名、地域おこし協力隊4名	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）必ず記入すること	（氏名） 千葉 与四郎 （出身組織名） （株）k a r c h	（株）k a r c h代表取締役。2021年4月まで4期16年間上士幌町副町長としてまちづくりを牽引し、幅広い人脈から地域内外のネットワークづくりを行う。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）必ず記入すること	（氏名） 石井 竜也「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h	上士幌町より（株）k a r c hへ専従派遣。上士幌町では9年観光事業に関わり、観光施設の建設、運営に携わってきた。元上士幌町観光協会事務局次長であり観光事業者と密な情報収集を行い観光入込客数などの調査を行ってきた経験と（株）k a r c hの会社設立時から行政の立場で関わってきた経験を活かし戦略策定、マーケティングを行う。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）必ず記入すること	（氏名） 石井 竜也「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h	上士幌町より（株）k a r c hへ専従派遣。（株）k a r c h事業統括部長として、観光地域商社の経営をはじめ全体の組織運営を行ない財源確保の総責任者。DMO協議会「KAMISHIHORO.net」事務局長。

<p>プロモーションの責任者（専門人材） 各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>（氏名） 板橋 正智「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h</p>	<p>上士幌町より(株)k a r c hへ専従派遣。 前職での経験を活かし、効果的なプロモーションや観光資源の発掘、旅行商品および特産品を活用した新商品づくりを行う。</p>
<p>経営管理責任者兼旅行商品の造成販売（専門人材）</p>	<p>（氏名） 荒沢 望美「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h</p>	<p>（株）k a r c h 経営管理責任者であり、財務・経理に精通している。また元旅行会社勤務経験があり、国内旅行業務取扱管理者として商品の造成、顧客管理を行う。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>上士幌町企画財政課（マーケティング・まちづくり・地域公共交通） 商工観光課（産業振興） ゼロカーボン課（SDGs） デジタル推進課（マーケティング・地域公共交通）</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>上士幌町観光協会（着地型旅行商品開発、特産品開発） 上士幌町商工会（イベント開催・飲食業振興・特産品開発） J A 上士幌町（特産品開発・イベント開催） 株式会社生涯活躍のまちかみしほろ（イベント開催・人材育成） N P O 上士幌コンシェルジュ（特産品開発・移住定住） ぬかびら源泉郷旅館組合（宿泊対策） 帯広信用金庫上士幌支店（資金調達・マーケティング） 十勝信用組合上士幌支店（資金調達・マーケティング） 上士幌町郵便局（資金調達・マーケティング） N P O ひがし大雪自然ガイドセンター（体験観光） 有限会社上士幌タクシー（二次交通） 十勝バス株式会社（二次交通） 北海道拓殖バス株式会社（二次交通） 株式会社北海道宝島旅行社（旅行商品造成・A T プログラム開発 サステナブルツーリズム） （公社）北海道観光振興機構（広域連携DMO）</p>	
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当 する登録要件】 （概要） ・観光地域づくり法人としての事業の合意形成を図る組織として、2021年に上士幌町観光地域づくりネットワーク協議会「KAMISHIHORO.net」を設立。 ・総会は関係する各団体・事業者の代表が参加し合意形成を図るが具体的な事業、戦略内容については、マーケティング部会、企画誘客戦略部会、SDGs人材育成部会の3部会において事業を推進していく。 ・マーケティング部会については、KPI達成度を含む分析内容の共有。案内サインなど町の次期観光基本計画の検討、広域連携や商品開発についての活動を主とする。 ・企画誘客戦略部会については、観光HP、パンフレット等の検討、情報発信の一元化、イベント企画検討、戦略的な営業についての活動を主とする。 ・SDGs人材育成部会については、本町が進めるまちづくり、SDGsの取り組みをサステナブルツアーとしてプラン造成、プラン造成に伴う観光人材の</p>	

	育成、上士幌町の情報発信を行い移住定住の促進、雇用創出についての活動を主とする。						
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>1．これまで道の駅かみしほろでのイベントを中心に出店や清掃活動、ボランティアスタッフとして参画。</p> <p>2．道の駅かみしほろでのイベント開催時に地域事業者の出店や参加いただき、合わせて町民の皆様とのコミュニケーションの場を創生していく。</p> <p>3．町で実施する総合戦略策定ワーキンググループやSDGsプロジェクトチームなどと情報を共有し、意見をいただく。</p> <p>4．KAMISHIHORO.netの活動について掲載するHPを2022年に立ち上げ、地域住民、事業者と情報の共有の場を創設。</p>						
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <p>・2019年～2022年度事業</p> <p>1 情報発信事業</p> <p>・HP((株)karch、道の駅かみしほろ、ナイトテラス)、SNS(Twitter、Instagram、Facebook)、その他ツール(Google他)による情報発信</p> <p>地域観光情報ホームページ「KAMISHIHORO.NAVI」の開設および情報発信</p> <p>2 誘客宣伝事業</p> <p>・旅行会社、交通事業者、主要観光施設へのプロモーション</p> <p>・旅行雑誌、テレビ、ラジオを活用した誘客宣伝</p> <p>・ふるさと納税寄付者に対する誘客宣伝</p> <p>・北海道内各所にて上士幌町PRブースの出店によるプロモーション活動の実施</p> <p>3 道の駅かみしほろを活用したイベント実施</p> <p>・道の駅を活用したイベント実施による観光客および町民へのプロモーション実施</p> </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <p>・2019年～2022年度事業</p> <p>1 インフォメーションセンター開設、施設管理事業</p> <p>・2019年ナイトテラス(カフェレストラン)開業。指定管理業務受託。</p> <p>2019年入込13.8万人</p> <p>2020年入込8.8万人</p> <p>2021年入込10.2万人</p> <p>2022年入込12.6万人</p> <p>・2020年道の駅かみしほろ開業。指定管理業務受託。インフォメーションセンター開設。</p> <p>2020年入込44.3万人</p> <p>2021年入込39.8万人</p> <p>2022年入込48.1万人</p> <p>2 情報伝達、案内情報整備</p> <p>・HP多言語情報発信</p> <p>・オンラインショップの開設</p> <p>・上士幌町観光パンフレットの作成</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>・2019年～2022年度事業</p> <p>1 情報発信事業</p> <p>・HP((株)karch、道の駅かみしほろ、ナイトテラス)、SNS(Twitter、Instagram、Facebook)、その他ツール(Google他)による情報発信</p> <p>地域観光情報ホームページ「KAMISHIHORO.NAVI」の開設および情報発信</p> <p>2 誘客宣伝事業</p> <p>・旅行会社、交通事業者、主要観光施設へのプロモーション</p> <p>・旅行雑誌、テレビ、ラジオを活用した誘客宣伝</p> <p>・ふるさと納税寄付者に対する誘客宣伝</p> <p>・北海道内各所にて上士幌町PRブースの出店によるプロモーション活動の実施</p> <p>3 道の駅かみしほろを活用したイベント実施</p> <p>・道の駅を活用したイベント実施による観光客および町民へのプロモーション実施</p>	受入環境の整備	<p>・2019年～2022年度事業</p> <p>1 インフォメーションセンター開設、施設管理事業</p> <p>・2019年ナイトテラス(カフェレストラン)開業。指定管理業務受託。</p> <p>2019年入込13.8万人</p> <p>2020年入込8.8万人</p> <p>2021年入込10.2万人</p> <p>2022年入込12.6万人</p> <p>・2020年道の駅かみしほろ開業。指定管理業務受託。インフォメーションセンター開設。</p> <p>2020年入込44.3万人</p> <p>2021年入込39.8万人</p> <p>2022年入込48.1万人</p> <p>2 情報伝達、案内情報整備</p> <p>・HP多言語情報発信</p> <p>・オンラインショップの開設</p> <p>・上士幌町観光パンフレットの作成</p>
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	<p>・2019年～2022年度事業</p> <p>1 情報発信事業</p> <p>・HP((株)karch、道の駅かみしほろ、ナイトテラス)、SNS(Twitter、Instagram、Facebook)、その他ツール(Google他)による情報発信</p> <p>地域観光情報ホームページ「KAMISHIHORO.NAVI」の開設および情報発信</p> <p>2 誘客宣伝事業</p> <p>・旅行会社、交通事業者、主要観光施設へのプロモーション</p> <p>・旅行雑誌、テレビ、ラジオを活用した誘客宣伝</p> <p>・ふるさと納税寄付者に対する誘客宣伝</p> <p>・北海道内各所にて上士幌町PRブースの出店によるプロモーション活動の実施</p> <p>3 道の駅かみしほろを活用したイベント実施</p> <p>・道の駅を活用したイベント実施による観光客および町民へのプロモーション実施</p>						
受入環境の整備	<p>・2019年～2022年度事業</p> <p>1 インフォメーションセンター開設、施設管理事業</p> <p>・2019年ナイトテラス(カフェレストラン)開業。指定管理業務受託。</p> <p>2019年入込13.8万人</p> <p>2020年入込8.8万人</p> <p>2021年入込10.2万人</p> <p>2022年入込12.6万人</p> <p>・2020年道の駅かみしほろ開業。指定管理業務受託。インフォメーションセンター開設。</p> <p>2020年入込44.3万人</p> <p>2021年入込39.8万人</p> <p>2022年入込48.1万人</p> <p>2 情報伝達、案内情報整備</p> <p>・HP多言語情報発信</p> <p>・オンラインショップの開設</p> <p>・上士幌町観光パンフレットの作成</p>						

		<ul style="list-style-type: none"> ・上士幌町SDGsパンフレットの作成 ・デジタルスタンプラリーの実施 3 地域ガイド育成 ・北海道アウトドアガイド講習の受講 ・地域ガイドセンター連携による地域ガイド研修の実施
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2019年～2022年度事業 1 ICTを活用した観光商品開発、イベントの実施 ・ドローンでの商品配送実証実験 ・ドローンイルミネーションショーの開催 2 地場産品を活用した商品開発 ・道の駅や地域で販売するkarchオリジナル商品の開発販売 ・バイオマス発電を活用した地産地消の電気小売販売 3 観光資源を活用した商品販売 ・ワインを楽しむナイト高原牧場ナイトバスツアー実施 ・冬季糠平湖を活用した体験（ワカサギ釣り・スノーシュー、アイスバブル、ファットバイク）の検討、モニターツアー造成、ワカサギ釣りプライベートツアー実施 ・タウシュベツ川橋梁林道ゲートの鍵貸出業務 ・地域宿泊施設等との連携によるタウシュベツ川橋梁見学ツアーの検討、宿泊者向け林道ゲート鍵の貸出 ・ナイト高原牧場（ナイトテラス）での宿泊体験商品造成のための実証事業（テント泊、トレーラーハウス活用）

【定量的な評価】



実施体制

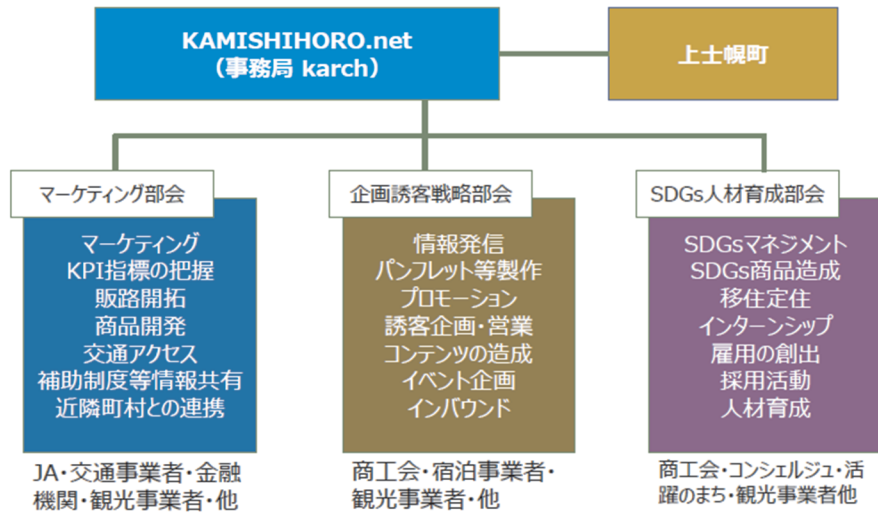
地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）

【実施体制の概要】

（株）karchが事務局として協議会であるKAMISHIHORO.netの運営を展開している。構成員については「連携する事業者名及び役割」に記載のとおり）

【実施体制図】

KAMISHIHORO.net 組織図



2 . 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

北海道上士幌町は十勝総合振興局管内の北部に位置し、南北に長い面積695.87km²と広大な町である。日本最大の国立公園である大雪山国立公園の東山麓に位置し、雄大な自然を活かした観光資源に恵まれている。

上士幌町は2018年12月末時点で、人口5,000人(上士幌町役場調べ)となっており、これまでの政策の効果もあり人口を増加させてきていたが、2022年3月末時点では4,943人と微減となっている。住んでよしの上士幌町を維持向上させるために、積極的かつ効果的な観光地域づくりを行うことを掲げている。

上士幌町観光基本計画・戦略(2019年3月)においても、「本町の人口及び経済規模を維持させ、30年後も魅力的な町として残すため、消費効果を宿泊業、飲食業などの観光産業や、農業、製造業に波及させることにより、産業、機能の維持、活性化、町全体の雇用吸収力の確保を目指す」としており、本計画との連携を図りながら、事業を推進していく。

2021年6月にはSDGs未来都市への選定、2022年4月には脱炭素先行地域に選定されるなど、ゼロカーボンやSDGsに関する本町への視察、教育旅行のニーズが高まっている。

これに対応するためのSDGsツアーの造成を進めていく。

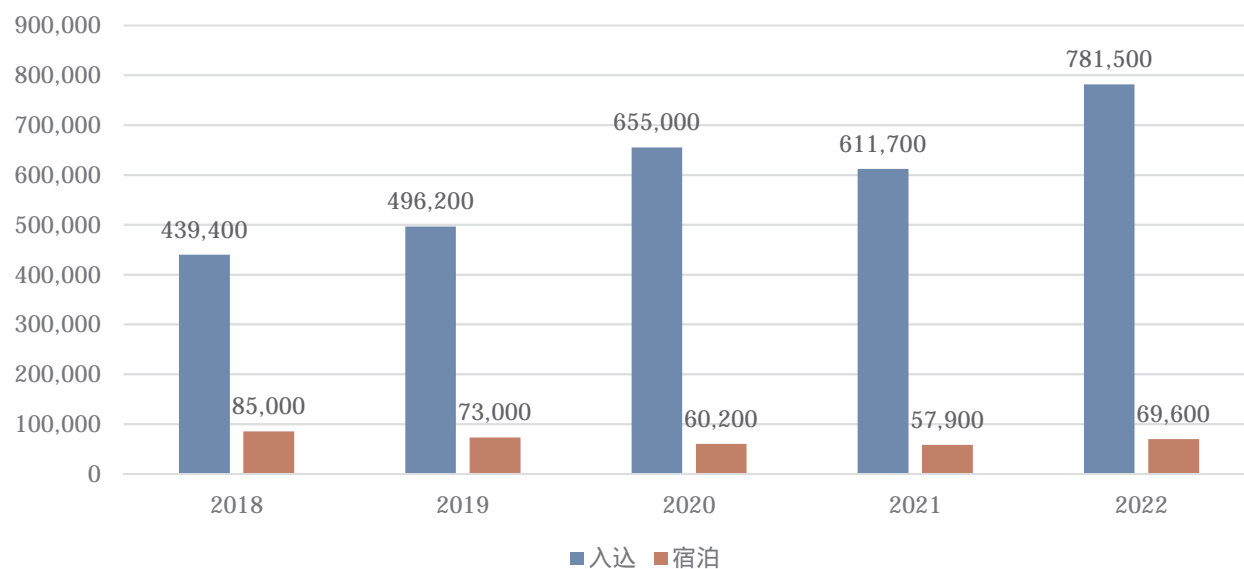
【観光客の実態等】 北海道経済部「北海道観光入込調査」より

2013年度以降、上士幌町の観光入込客数は上昇傾向にあり、宿泊延数と連動していることから、各宿泊事業者の経営努力の賜物であることが推測される。新型コロナウイルスの影響で厳しい状況の中、2020年には「道の駅かみしほろ」がオープンしたこともあり、入込客数は大幅に増加した。

2021年は新型コロナウイルスの拡大により全体的に入込客数、宿泊者ともに減少となっている。アフターコロナを見据えて受け入れ態勢の再構築、新たな観光商品の造成を行っていく。

【観光客の実態等】

上士幌町観光入込客数・宿泊客延数



設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

外国人宿泊延べ数の推移(人)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
中国	2,556	2,263	2,841	0	0	0

オーストラリア	4 1	4 1	1 3	0	0	0
韓国	1 8	2 9	1 3	0	0	0
台湾	6	3 2	2 7	0	0	0
シンガポール	9	1 1	3 1	0	0	0
その他	9 0	1 1 4	9 0	0	0	0
合計	2 , 7 2 0	2 , 4 9 0	3 , 0 2 6	0	0	0

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

区分	観光資源	概要
山岳	ウペペサンケ山	標高 1 8 4 8 m。2 k mの長い頂上を持つ雄大な稜線が特徴的な山。登山道 3 コース。
	ニペソツ山	標高 2 0 1 3 m。東大雪地域の最高峰で、山頂からウペペサンケ山、石狩岳、トムラウシ山等が見られる。登山道 2 コース。
	ピリベツ岳	標高 1 6 0 2 m。十勝三股からの眺めから通称「オッパイ山」と呼ばれている二つの山の北側。
	音更山	標高 1 9 3 2 m。登山道 2 コース。
	丸山	標高 1 6 9 2 m。
	三国山	標高 1 5 4 1 m。
	西クマネシリ岳	標高 1 6 3 5 m。十勝三股からの眺めから通称「オッパイ山」と呼ばれている二つの山の南側。
	石狩岳	標高 1 9 6 7 m。石狩川の源流にそびえ、十勝三股から美しい山並みが見える。登山道 2 コース。
自然	ナイトイ高原牧場	日本一広い公共牧場。十勝平野を一望できる。
	糠平湖	人造のダム湖で、アウトドアのスポット。湖畔ではサイクリングや森林浴が楽しめる。
	糠平湖展望台	糠平ダムのすぐ脇に設けられた展望台で、糠平湖の眺望を楽しめる。
	三股（旧：十勝三股駅）	かつて木材産業で栄えた集落跡に広がる草地から、東大雪の山々を眺望できる。
	三国峠（三国峠駐車場）	北海道の国道の中で一番標高の高い峠（標高 1 1 3 9 m）で、夏の大樹海、秋の紅葉が魅力。
	北海道長距離自然歩道（東大雪の道）	鉄道資料館からメトセツまでの 8 k m、旧幌加駅から第五音更川橋梁の往復 7 0 0 mの鉄道廃線跡が散策路となっており、森林浴や紅葉が楽しめる。

温泉	ぬかびら源泉郷	全国でも珍しく、地域内にある全ての温泉が源泉かけ流しの宿。
	幌加温泉	秘境の温泉として口コミ評価が高い。
アウト ドア	国営ぬかびら野営場	糠平湖畔に近く、自然豊かなキャンプ場。
	ぬかびら源泉郷スキー場	温泉街直結のスキー場。道内屈指のパウダースノーが楽しめるスキー場。
	ぬかびら源泉郷温泉公園	良質な泉質の足湯を楽しめる公園。
	上士幌町ゴルフ場	ナイタイ高原牧場の麓、十勝平野の自然豊かな36ホール。
	森のトロッコエコレール	廃線となった鉄道を利用した木製軌道トロッコ。冬季も営業。
	上士幌航空公園キャンプ場	熱気球の観覧スポットでもある、キャンプ場。
歴史・ 文化	タウシュベツ川橋梁を含む コンクリートアーチ橋梁群	タウシュベツ川橋梁を含む旧国鉄士幌線のコンクリートアーチ橋梁群は「北海道遺産」に選定され、自然に溶け込んだ美しい姿を見せる。
	ひがし大雪自然館	大雪山国立公園を中心とした地域の自然を標本やパネルの他、世界の昆虫類の標本も展示。
	鉄道資料館	昭和62年に廃止された旧国鉄士幌線の歴史資料が豊富な資料館。
イベント	北海道バルーンフェスティバル	町内外から多くのバルーンリストが集まり、上士幌の空を彩る一大イベント。
食 その他	十勝ナイタイ和牛	上士幌町で肥育された肉質等級4、5等級のみが「十勝ナイタイ和牛」として認められるブランド牛。
	十勝ハーブ牛	黒毛和牛とホルスタインから産まれた国産牛で、良質な空気と水、北海道産の稲わらに加え、17種類のハーブをブレンドしたエサで健康的に育ったブランド牛。
	牛乳	道の駅かみしほろオリジナル商品「上士幌フレッシュミルク」町内の酪農家の生乳のみ使用した牛乳。産地ならではの鮮度や品質の高さが、味の決め手となっている。
	多品種なじゃがいも・豆類	産地だからこそ手に入る、多種多様な地域産品。
	菩提樹（シナ）のハチミツ	上士幌町産のシナのハチミツは、希少な逸品。
商業 施設	十勝しんむら牧場クリームテラス、ドリームドルチェ、十勝工芸社、大和みやげ店、Aコープルピナ、ナイタイテラス、道の駅かみしほろ	上士幌町の日常に溢れる豊かな乳製品、食肉、野菜、豆類、天然石など地域産品を堪能できる、上士幌ならではのお店。

観光資源の活用方法についても記入すること。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	施設名	種別	客室数	収容人数
ぬかびら源泉郷	糠平館観光ホテル	ホテル	88	330
	中村屋	旅館	17	69
	ペンション 森のふくろう	旅館	6	23
	山湖荘	旅館	8	22
	糠平温泉ホテル	旅館	12	50
	湯元館	旅館	1棟	4
	東大雪ぬかびらユースホステル	簡易宿泊	8	20
	プライマルステージ	簡易宿泊	4棟	24
幌加	鹿の谷	旅館	10	10
市街地	さかた旅館	旅館	12	24
	カミシホロホテル	ホテル	15	30
	にっぽうの家 上士幌	企業滞在型	2棟	8
	モリオカハウスかみしほろ	民泊	1棟	4

13施設 182部屋数 628人収容

【利便性：区域までの交通、域内交通】

< 飛行機 >

羽田～とち帯広空港 約95分

*とち帯広空港からの連絡手段

とち帯広空港連絡バス：とち帯広空港～帯広駅（約30分）

バス：帯広駅～上士幌町交通ターミナル（約70分）

*レンタカー 約75km（約75分）

< JR >

札幌駅～帯広駅 約2時間30分

釧路駅～帯広駅 約1時間30分

< 自動車 >

札幌～上士幌（道東自動車道「十勝清水経由」）約230km

旭川～上士幌 約160km

釧路～上士幌（道東自動車道経由）約130km

帯広～上士幌 約45km

【外国人観光客への対応】

< インターネット環境の整備 >

- ・主要観光施設でのWi-Fi環境整備の推進（ナイトイテラス、道の駅等）
- ・携帯電話不通エリアの解消に向けた、光回線及び既存FWAの回線補強について検討
- ・3言語（英語、中国語・簡体字/繁体字、韓国語）に対応したパンフレットの作成
- ・道の駅かみしほろインフォメーションセンターにて外国人対応スタッフの採用

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
延宿泊者数	通過型観光が主流の本町において、滞在型観光の推進を掲げており、その達成度を測るため。	上士幌町及び十勝総合振興局などのデータを活用して実施。
観光消費額	消費額から経済効果を推計するため。	アンケート調査を実施。
来訪者満足度	満足度の向上を図り、リピート率向上を図るため。	インターネットサイト口コミ等データ分析、アンケート調査を実施。
リピーター率	リピーター率の把握と、リピート要因を探り、魅力向上につなげるため。	アンケート調査を実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	システムログを活用して実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

上士幌町は人口5000人弱の町であり、農業を基幹産業としており、その農業も担い手不足のため統合され大規模法人化が進んでいる。観光業、商工業も同様に事業承継が課題としてあり、観光協会や商工会、各青年会なども自立していくことが困難な状況に陥っている。このような背景の中、観光地域づくり法人として、各団体の垣根を越えて事業の支援や統合を進め、課題解決に取り組む。また、上士幌町は、子育てに特化した施策や道内有数のSDGsの先進地としてまちづくりを進めており、「住んでよし」を観光客にしっかりと伝えることによって、「訪れてよし」の来訪者が増加する仕組みづくりが必要とされている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 日本一広い公共牧場であるナイタイ高原牧場にカフェレストラン「ナイタイテラス」をオープンし観光地としての知名度向上 2020年の道の駅かみしほろオープン後、3年連続で道の駅満足度ランキングでトップ5以内をキープ 大雪山国立公園ビジターセンターとしての機能を持つ「ひがし大雪自然館」 タウシュベツ川橋梁などの産業遺産が観光資源となっている 全ての宿が源泉かけ流しの「ぬかびら源泉郷」はリピーター率の高い日本人客が中心 ふるさと納税の町として認知度が高く、商品開発や収益に繋がる事業が行える 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 鉄路がなく、路線バスも少なく、二次交通が十分でないため自家用車やレンタカー中心。 タウシュベツ川橋梁の崩落の可能性もあり、その他の産業遺産も維持活用していくことへの課題。 観光地「上士幌町」としての認知度が低い。 天候に左右されやすい観光資源が多く、同年の観光施設が少ないため観光雇用の維持が困難 大規模経営農家が多く、主要産業で恒常的に人材不足のため、事業拡大が困難 商工業の事業承継が課題






	<ul style="list-style-type: none"> ・若年世帯の転入など生産年齢人口も増加に転じており、人の流れが活発 ・畜産の糞尿を活用したバイオマス発電による地産地消エネルギーを活用した電気小売販売を実施。SDGsとしても評価が高い ・企業滞在型施設やシェアオフィスを町内に有し、ワーケーションの取り組みの推進を行っている ・日本で初めて開催された熱気球の大会である北海道バルーンフェスティバルの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・日帰り観光が多く、宿泊率が低い傾向にあるため、観光消費額が低い ・インバウンド観光への受入れ対応が不十分
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス収束による国内外からの観光需要の高まり ・SDGsをキーワードとした旅行、サステナブルツーリズムの需要が高まる ・体験型観光への関心の高まりおよびニーズの増加 ・インバウンド観光客の目的地として札幌や函館の主要観光地から周辺地域にまで範囲が拡大 ・キャンプ場、車中泊利用者の増加によるアウトドアブーム 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・地球温暖化による冬期観光資源の危機 ・若者の就労意識が変わり、会社員として定年まで働く人材の減少 ・外食需要が減少し、自宅でのテイクアウト需要の増加 ・団体旅行から個人旅行への旅行体系の変化による旅行会社経由の団体ツアー減少

上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

<p>第1ターゲット層 【サステナブルツーリズム・ワーケーション】 道外・国外（アジア圏・欧州圏） 20代～50代 SDGs未来都市として、エネルギーの地産地消、ICTの先進地として評価が高く、その取り組みを体感していただく。</p> <p>上士幌町は2021年度「SDGs未来都市」に選定され、その中でも特に先導的な取り組みとして、「自治体SDGsモデル事業」にも併せて選定、更に2022年度には脱炭素先行地域にも選定されている。（株）karchでは、牛の糞尿によるバイオマス発電で生み出された電気を町内の観光施設、公共施設や住民に供給しており、国内でもこれらの取り組みは珍しくSDGsとしての高く評価されている。またICTの取り組みとしては、自動運転バスの実証実験、顔認証による非接触を実現したホテルの開業やスマートストアの開業、ドローンを使用した配送サービス、ドローンイルミネーションショーなど行い、ICTの取り組みも積極的に行っている。現在も企業や自治体からの視察も多く、ツアーとして受け入れを進めている。</p> <p>取組方針 訪日客の今後の増加要因として新型コロナウイルス感染症の収束による訪日旅行のニーズの高まりを想定し、特にSDGsへの関心が高い欧州圏をターゲットにするとともに、北海道の訪日観光客の上位である中国、韓国、台湾のアジア圏からの訪日客をターゲットとして設定する。 アフターコロナでは、特に欧州圏では積極的にサステナブルツアーに参加する若者が増加傾向にあるため、国外からの訪日観光客の受け入れ準備を進めていく。 合わせて道外からの誘客を行うことにより滞在期間を増加させる取り組みを実施していく。 また、町と連携してゼロカーボンシティに向けてまちづくりを進めていく。</p>

k a r c hのSDGsとしての取り組み

<p>観光地域商社の役割</p>		<p>8 上士幌町の発展に貢献(雇用増、所得増) 9 DMOとして上士幌町の観光産業を支える 11 町民の雇用確保、各組織との繋がりを持つことによる上士幌町の新たな価値の創造</p>
<p>道の駅の運営</p>		<p>3 レンタサイクルで周遊していただくことによる健康増進 4 旧国鉄士幌線(アーチ橋、タウシュベツ、幌加駅)を観光客に知っていただく 8 道の駅を拠点とし来館者を町内への移動を促し、消費してもらう 13 レンタサイクルで周遊することによるCO2発生量の低減</p>
<p>レストラン UC ショップ</p>		<p>12 フードロスを減らす、食材の地産地消 14 プラスチック使用の低減、紙素材の使用</p>
<p>ナイトイ</p>		<p>12 フードロスを減らす、食材の地産地消 14 プラスチック使用の低減、紙素材の使用 15 ナイタイの景観を守る(守っていただく、各機関と連携)</p>
<p>かみしほろ電力</p>		<p>7 バイオマス発電による資源循環 8 循環型農業を軸とした雇用の確保 12 家畜ふん尿を電力、液肥として活用し農家へ還元させる 13 化石燃料を用いない発電によるばい煙の発生しない発電</p>

ターゲット層 【自然景観・アクティビティ・食】

道内20代～40代のソロ、ファミリー層、
ナイトイ高原牧場やタウシュベツ川橋梁、大雪山国立公園の自然を体感し、観光拠点施設や飲食店に立ち寄り、宿泊滞在など滞在時間の増加を期待。

選定の理由

タウシュベツ川橋梁の注目度の向上、ナイトイ高原牧場や大雪山国立公園の自然を体験できる環境を活用でき、主要な観光拠点施設として道の駅、ナイトイテラス、ひがし大雪自然館が存在し3施設で入込が70万人にも及ぶ。この観光拠点施設の周辺には観光牧場やカフェレストランが点在し、体験メニューや宿泊を伴うと1泊2日、上士幌町だけでも十分楽しめるコンテンツがある。

上士幌町観光基本計画策定時の集計データにより(2017年)上士幌町における若年層(20～39歳)宿泊は男性14%、女性19.5%であり、参加形態については家族、夫婦の割合が40%以上あることからターゲットとし、この層の割合を高めていく。

取組方針

上士幌町の観光資源であり北海道遺産でもある「タウシュベツ川橋梁」、冬期の糠平湖を活用した様々なアクティビティを体験できることから既存の体験商品に付加価値を付随させた上士幌町ならではの新たな体験商品の造成を進めていく。

また、上士幌町内とぬかびら源泉郷にはキャンプ場が存在していることから、道の駅かみしほろでは宿での宿泊のみならずキャンプ泊や車中泊をはじめとしたアウトドアでの滞在について促していきたい。

上士幌町観光基本計画(抜粋)

図表 4-1 施策体系図

ビジョン	上士幌の人のつながりと価値 ~つなげよう次の世代へ~						
構成要素	町民みんなが上士幌マイスター 十勝の最先端「上士幌」 絵になる農業シーン 食と自然と源泉 タウシュベツに繋がる十勝平野開拓の歴史						
課題	町内観光拠点の魅力強化、 連携強化	観光の通年化	町内消費額の上向	観光インフラ整備	訪日外国人対応		
課題解決策の方向性 (施策の柱)	① 町内事業者が 利用可能な マーケティング ツールの 開発	② 町民と事業 者が観光で 稼げるまち の確立	③ 町内、町外 事業者間での 周遊強化	④ 体験型コンテン ツの再編集と造成・ 販売	⑤ 上士幌町観光基盤 の魅力向上	⑥ 訪日外国人向けの 情報提供の強化	
具体的戦略	短期	A. キャッシュレス 化への対応	道の駅、ナイトイ テラスの開業	J. イベント時の市街地 への誘客	N. 通信環境の強化	R. 多言語対応	
	中期	B. 予約や決済を通じ て顧客情報蓄積に 繋がるしくみの導入	D. 事業者間連携 の推進・相互 送客で稼ぐまち	G. 二次交通を活用した 道の駅、ナイトイテ ラス、交通ターミナルか らの周遊ルート開拓	K. ICT機器を活用した 通年観光化	O. 観光公害の予防	S. サインの統一、整備
	長期	C. 町内事業者の マーケティング 力の強化	E. 町民が観光で 豊かになるまち	H. 周辺自治体及び事 業者との連携強化	L. 産業・研究旅行の誘致	P. 宿泊者向けの朝、夜時 間帯の体験メニューの 開発	T. 温泉文化と親和性の高い 訪日外国人の取り込み

ターゲット層 【教育旅行】

国内 10代

第1ターゲット層の内容と同様に国内の10代をターゲットとした教育旅行の受け入れを実施。

選定の理由

現代の教育でSDGsを学んでいる10代に対し、上士幌町で進めているSDGsを体感し、学んでいただく教育旅行の受け入れを行う。

公益財団法人日本修学旅行協会2020年アンケートによると新型コロナウイルス感染症の影響により中学校の修学旅行の実施状況は47.8%であり、これまで目的地も京都府、奈良県、東京都、大阪府が目的地の半数を占めていたが分散し北海道が目的地の割合は増加している。また学習テーマとして注目していることの要素にSDGsが上げられているため、上士幌町を教育旅行の目的地として設定していただける受入体制を整えていく。

取組方針

上士幌町のSDGsやゼロカーボン推進については高い評価を得ている。株式会社karchでもバイオマス発電による地産地消エネルギーである「かみしほろ電力」事業を行っていることから教育旅行の目的地として旅行会社への商品案内、営業を行い、サステナブルツアーへの参加を働きかける。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>コンセプト</p>	<p>新旧の観光資源を組み合わせた観光地域づくり 先進性が高いコンテンツ造成 グローバルに訴求できるプランニング・広告戦略</p>
<p>コンセプトの考え方</p>	<p>上士幌町観光基本計画にて策定されたビジョンにSDGsを含めた上士幌町のまちづくり、既存観光資源を加えて、全てが観光コンテンツであると捉え、持続可能な社会への取り組みを体感していただくとともに上士幌町の自然や文化を体感できる体験コンテンツの造成を行っていく。 既存コンテンツに付加価値を加えていくとともに新規コンテンツ造成を行い上士幌町での滞在期間を延ばす仕組みづくりをおこなっていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上士幌町内の観光資源を活用した体験型観光商品造成を行い、サステナブルを意識したツアー造成を実践する。 ・地域全体が観光に携わり、ガイド役として観光客を受け入れられる態勢づくりを行い、自然、文化、食等の上士幌町ならではの新たな観光商品の造成を行っていく。 ・国内外から上士幌町を目的地として来訪していただけるプランニングや広告戦略を行う。 <p>上士幌町観光基本計画ビジョン（参考：2019年策定）</p> <p>① 町民みんなが上士幌マイスター</p> <p>ヒアリング結果から、現在、宿泊業や飲食業など一部の産業しか観光振興の恩恵を受けていないとの指摘があります。今後は、様々な事業者や子どもから大人まで、全町民が観光業に携わり、観光客をもてなし、本町に一度来ればファンになるような町を目指します。</p> <p>② 十勝の最先端「上士幌」</p> <p>本町では、自動運転やバイオマス発電など、最先端の技術を見る現場があります。本町の取組の先進性をPRし、十勝エリアのトップランナーとしての知名度を高めます。また事業者による創意工夫の取組を支援します。</p> <p>③ 絵になる農業シーン</p> <p>十勝特有の防風林や麦稈ロールなど、観光客にとって北海道や十勝を実感する本町の景色をPRし、強みである農業の景観をアピールします。</p> <p>④ 食と自然と源泉</p> <p>本町の大地が生み出した「食」、ひがし大雪の「大自然」、開湯100年の歴史を誇る「めかびら源泉郷」など本町ならではの資源を活用します。</p> <p>⑤ タウシュベツに繋がる十勝平野開拓の歴史</p> <p>十勝平野開拓に貢献した旧国鉄士幌線とその遺産であるタウシュベツ川橋梁などの様々な産業遺産を活用します。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 頻度が分かるよう記入すること。	KAMISHIHORO.netの各部会は月1回程度開催。ウェブ会議も積極的に行い、参加範囲を広げ情報共有を図るとともに、内容についてはHPに掲載する。協議会は毎年5月に総会を行う。 連絡協議会「KAMISHIHORO.net」、マーケティング部会、企画誘客戦略部会、SDGs人材育成部会の開催、セミナーの実施により戦略の設定、共有を図る。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	入込調査の結果や各種マーケティング調査（来訪者満足度調査、SNS等の分析）の実績を共有するとともに、Webアンケートを取り入れながら課題を見出し、解決していく。 2022年度春にKAMISHIHORO.netホームページを開設し、各事業所が情報発信できるサイトを構築する。セミナーを開催するなどしてお客様へのサービス向上に取り組む。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	当DMOが中心となり、KAMISHIHOROのブランディング化を図るため、これまで観光協会や商工会が作成していた、パンフレットの見直しを行い一元的な情報発信を行う。また、上土幌町の地名認知度は低いことから、アフターコロナを見据えた「KAMISHIHORO」ブランドに一本化し、認知度を高めていく。

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	2,500 (100)	2,500 (80)	2,500 (80)	3,200 (100)	3,200 (100)	3,500 (100)
	実績	2,467.9 (0.0)	2,320.1 (0.0)	2,924.1 (0.0)			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	80.0 (3.2)	80.0 (3.2)	75.0 (3.0)	80.0 (3.2)	80.0 (3.2)	80.0 (3.2)
	実績	61.4 (0.0)	58.0 (0.0)	69.6 (0.0)			
来訪者満足度 (%)	目標	85.0 (85)	85.0 (85)	80.0 (80)	80.0 (85)	80.0 (85)	80.0 (85)
	実績	79.6 (-)	76.3 (-)	69.7 (-)			

リピーター率 (%)	目標	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	42.0 (5.2)
	実績	35.6 (-)	35.8 (-)	31.1 (-)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

上士幌町の観光拠点施設、事業者への波及効果を測定するため旅行消費額の拡大、満足度の向上など質的な側面を追求し、観光地経営を行う。

新型コロナウイルスの影響による訪日外国人旅行者に関する数値は、2022年度に新たな目標値を設定した。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

2019年にナイトテラス、2020年に道の駅かみしほろが開設し、2020年で入込客数65万人を2024年までに入込客数100万人を目指しており、これらの施設での詳細な分析を中心に町全体の旅行消費単価を算出し、消費額の算定を行う。

延べ宿泊者数

2017年では約44万人だった入込客数が2020年に65万人まで増加している。入込客数増加に伴い、2019年までの宿泊客割合が約15%程度で推移していたところ、2020年以降では約9%程度となっている。

新型コロナウイルスの影響もあると推察されるが、宿泊者の比率を上げるための施策が必要である。

来訪者満足度

道の駅やナイトテラスをはじめ、各観光施設の満足度調査を行い算出する。80%を目標に満足度を高める。また、インバウンド需要の高まりを考慮しインバウンド満足度85%を目標に設定する。

リピーター率

リピーター率については、観光拠点施設でのアンケート調査、ウェブでのアンケート調査を実施。近年入込客数の増によりリピーター率が低い数値となっており、5ポイントアップの40%を目標数値としている。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
WEBサイトのアクセス数 (PV)	目標	実施なし (-)	実施準備 (-)	実施なし ()	700,000 ()	()	()
	実績	実施なし (-)	実施準備 (-)	実施なし ()			
滞在プログラムの参加者数 (人)	目標	実施なし (-)	実施準備 (-)	300 (-)	()	()	()
	実績	実施なし (-)	実施準備 (-)	92 (-)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

KAMISHIHORO.net ホームページ立ち上げによりアクセス数を含めた調査を行っていく。滞在プログラムの参加人数については当DMO主体で体験商品を造成し、滞在客の動向を調査する。

【設定にあたっての考え方】

WEBサイトのアクセス数

KAMISHIHORO.net ホームページのサイトを中心にSNSと連動し情報発信の強化を図る。

滞在プログラムの参加者数

宿泊施設と体験を組み合わせたツアーの造成を図り、観光消費額増を目指す。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。
現に活動している法人にあつては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	64,100,000円	【市町村からの補助金】 1,000,000円 【指定管理収入】 32,000,000円 【市町村からの受託事業収入】 29,205,000円 【収益事業(一部充当)】 1,895,000円
2021(R3) 年度	61,418,194円	【指定管理収入】 35,716,194円 【市町村からの受託事業収入】 23,202,000円 【収益事業(一部充当)】 2,500,000円
2022(R4) 年度	58,359,373円	【市町村からの補助金】 8,800,000円 【指定管理収入】 21,985,232円 【市町村からの受託事業収入】 19,580,000円 【収益事業(一部充当)】 7,994,141円
2023(R5) 年度	46,720,448円	【市町村からの補助金】 1,800,000円 【指定管理収入】 22,400,448円 【市町村からの受託事業収入】 7,699,180円 【収益事業(一部充当)】 14,820,820円
2024(R6) 年度	45,900,448円	【市町村からの補助金】 1,800,000円 【指定管理収入】 22,400,448円 【市町村からの受託事業収入】 7,500,000円 【収益事業(一部充当)】 14,200,000円
2025(R7) 年度	45,900,448円	【市町村からの補助金】 1,800,000円 【指定管理収入】 22,400,448円 【市町村からの受託事業収入】 7,500,000円 【収益事業(一部充当)】 14,200,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	64,100,000 円	【一般管理費】 12,500,000 円 【観光資源の磨き上げ】 3,200,000 円 【受入環境の整備】 4,800,000 円 【案内所の整備】 3,000,000 円 【マーケティング】 2,200,000 円 【情報発信】 6,400,000 円 【公的指定管理受託】 32,000,000 円
2021(R3) 年度	61,016,194 円	【一般管理費】 11,000,000 円 【観光資源の磨き上げ】 4,100,000 円 【受入環境の整備】 4,000,000 円 【マーケティング】 3,000,000 円 【情報発信】 3,200,000 円 【公的指定管理受託】 35,716,194 円
2022(R4) 年度	58,359,373 円	【一般管理費】 18,807,509 円 【観光資源の磨き上げ】 7,800,027 円 【受入環境の整備】 4,283,042 円 【マーケティング】 660,000 円 【情報発信】 4,823,563 円 【公的指定管理受託】 21,985,232 円
2023(R5) 年度	46,720,448 円	【一般管理費】 17,000,000 円 【観光資源の磨き上げ】 3,600,000 円 【受入環境の整備】 1,320,000 円 【マーケティング】 1,000,000 円 【情報発信】 1,400,000 円 【公的指定管理受託】 22,400,448 円
2024(R6) 年度	45,900,448 円	【一般管理費】 17,000,000 円 【観光資源の磨き上げ】 2,000,000 円 【受入環境の整備】 1,000,000 円 【マーケティング】 2,000,000 円 【情報発信】 1,500,000 円 【公的指定管理受託】 22,400,448 円
2025(R7) 年度	45,900,448 円	【一般管理費】 17,000,000 円 【観光資源の磨き上げ】 2,000,000 円 【受入環境の整備】 1,000,000 円 【マーケティング】 2,000,000 円 【情報発信】 1,500,000 円 【公的指定管理受託】 22,400,448 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・運営協議会 K A M I S H I H O R O . n e t 会費収入、町補助金の確保。
- ・着地型旅行商品の開発により収益増の取り組みの推進。
- ・観光協会や商工会で実施していた事業のスライドによる行政支援の事業予算の確保。
- ・道の駅やナイトテラスでの収益性を高め(株) k a r c h の人材の流用。
- ・ぬかびら源泉郷や市街地ホテルとの連携を図り、体験ツアー等造成による収益の確保。

8 . 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

北海道上士幌町は、株式会社 k a r c h を上士幌町における地域 D M O として登録したいので同法人とともに申請します。

9 . マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 D M O (県単位以外) や地域 D M O と重複する場合の役割分担について (重複しない場合は記載不要)

【他の地域連携 D M O や地域 D M O との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った(行っている)か】

(例) エリアが重複する D M O とは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの D M O の役割分担について】

重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

10 . 記入担当者連絡先

担当者氏名	板橋 正智
担当部署名(役職)	地域戦略部 部長
郵便番号	080-1408
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東3線227番1
電話番号(直通)	01564-7-7777
F A X 番号	01564-7-7787
E - m a i l	m-itabashi@karch.jp

1 1 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	北海道河東郡上士幌町
担当者氏名	老月 隼士
担当部署名(役職)	商工観光課 主査
郵便番号	080-1492
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東3線238番地
電話番号(直通)	01564-2-4291
FAX番号	01564-2-4637
E-mail	oitsuki-syunji@town.kamishihoro.hokkaido.jp

都道府県・市町村名	北海道河東郡上士幌町
担当者氏名	遠藤 裕司
担当部署名(役職)	企画財政課 主査
郵便番号	080-1492
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東3線238番地
電話番号(直通)	01564-2-4290
FAX番号	01564-2-4637
E-mail	endo-yuji@town.kamishihoro.hokkaido.jp

都道府県・市町村名	北海道河東郡上士幌町
担当者氏名	木川 陽介
担当部署名(役職)	ゼロカーボン課 プロジェクトマネージャー
郵便番号	080-1492
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東3線238番地
電話番号(直通)	01564-7-7255
FAX番号	01564-2-4637
E-mail	kikawa-yousuke@town.kamishihoro.hokkaido.jp

都道府県・市町村名	北海道河東郡上士幌町
担当者氏名	鈴木 勇汰
担当部署名(役職)	デジタル推進課 主査
郵便番号	080-1492
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東3線238番地
電話番号(直通)	01564-7-7230
FAX番号	01564-2-4637
E-mail	suzuki-yuuta@town.kamishihoro.hokkaido.jp

記入日：令和5年 7月 9日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

北海道河東郡 上士幌町

【設立時期】 2018年5月28日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 千葉 与四郎

【マーケティング責任者(CMO)】 石井 竜也

【財務責任者(CFO)】 石井 竜也

【職員数】 41人(役員除く)

(常勤41人(正職員13人・出向5人・パート22人・派遣1人)、非常勤0人)

【主な収入】

収益事業 38.7百万円、委託事業 19.6百万円(2022年度決算)

【総支出】

事業費 39.5万円、一般管理費 18.8百万円(2022年度決算)

【連携する主な事業者】

上士幌町観光協会・上士幌町商工会・(株)生涯活躍のまちかみしほろ・(特非)上士幌コンシェルジュ・ぬかびら源泉郷旅館組合・帯広信用金庫上士幌支店・十勝信用組合上士幌支店・上士幌町郵便局・(特非)ひがし大雪自然ガイドセンター・(有)上士幌タクシー・十勝バス(株)・北海道拓殖バス(株)・(株)北海道宝島旅行社・(公社)北海道観光振興機構

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	2,500 (100)	2,500 (80)	2,500 (80)	3,200 (100)	3,200 (120)	3,500 (120)
	実績	2,467 ()	2,320 ()	2,924 ()			
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	80 (3.2)	80 (3.2)	75 (3.0)	80 (3.2)	80 (3.2)	80 (3.2)
	実績	61.4 (0)	58.8 (0)	69.6 (0)			
来訪者 満足度 (%)	目標	85.0 (85.0)	85.0 (85.0)	80.0 (80.0)	80.0 (85.0)	80.0 (85.0)	80.0 (85.0)
	実績	79.0 (-)	76.0 (-)	69.7 (-)			
リピーター率 (%)	目標	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	40.0 (5.0)	42.0 (5.0)
	実績	35.6 (-)	35.8 (-)	31.1 (-)			

戦略

【主なターゲット】

第1ターゲット

道外・国外(アジア圏・欧州圏)20代~50代

第2ターゲット

道内20代~40代(ソロ・ファミリー層)

第3ターゲット

国内10代教育旅行

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

牧歌的なロケーションを活かした滞在型コンテンツを軸に
サステナブルな要素を掛け合わせ誘客を図る

【観光地域づくりのコンセプト】

新旧の観光資源を組み合わせた観光地域づくり
先進性が高いコンテンツ造成
グローバルに訴求できるプランニング・広告戦略

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】

- ・HP、SNSによる情報発信
- ・旅行会社、交通事業者等へのプロモーション
- ・フィルムコミッション事業

【観光資源の磨き上げ】

- ・既存資源、コンテンツの再構築(ワカサギ釣りプライベートパッケージ・牧場宿泊体験等)
- ・ICTを活用した観光商品開発
(ドローンコンテンツ・自動運転バスの観光利用検討・無人コンビニエンスストアとの連携等)
- ・特産品を用いたオリジナル商品の開発
- ・町内バイオマス発電を活用した地産地消の電気小売販売

【旅行商品、体験商品造成

【受入環境の整備】

- ・2019年ナイトテラス開設
- ・2020年道の駅かみしほろ開設
- ・オンラインショップの開設
- ・ワンストップ型の地域観光ホームページ「KAMISHIHORO.NAVI」開設

