

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年8月31日

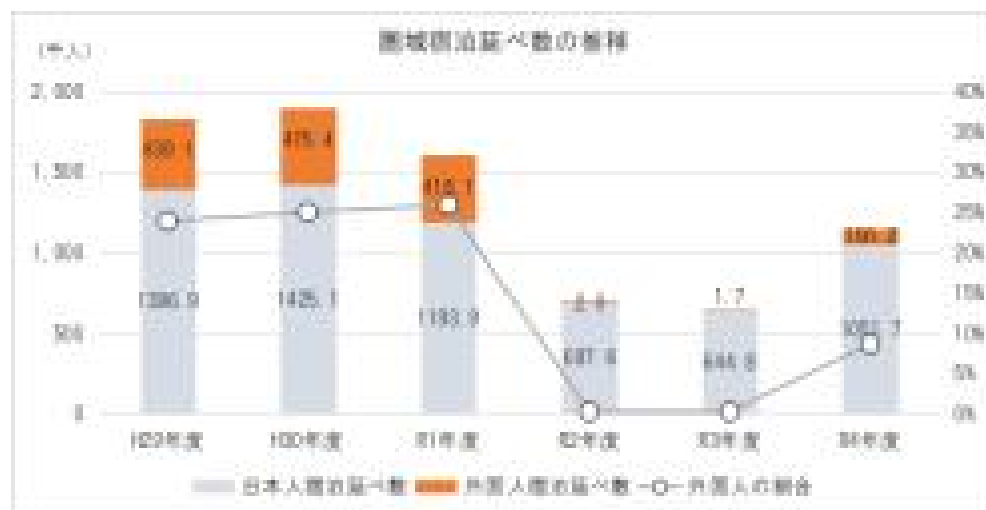
1. 観光地域づくり法人の組織

| | | |
|---|---|--|
| 申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと | 広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO | |
| 観光地域づくり法人の名称 | (一社)大雪カムイミンタラDMO | |
| 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 北海道旭川市, 鷹栖町, 東神楽町, 当麻町, 比布町, 愛別町, 上川町, 東川町, 美瑛町 | |
| 所在地 | 北海道旭川市3条通7丁目418番地の1オクノ6階 | |
| 設立時期 | 平成29年10月26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 | 25人【常勤25人(正職員15人・非正規3人・出向6人・派遣1人)】 ※職員とは別に, 令和5年度は「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」に係る外部専門人材を2人登用している(非常勤) | |
| 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) 今津 寛介 (出身組織名) 旭川市 | 衆議院議員秘書を経て, 令和3年9月に旭川市長に就任。 令和3年10月から理事長に就任。 令和3年10月21日当DMO圏域1市7町に美瑛町を加えた1市8町で連携中枢都市宣言を行うなど, 旭川空港, 旭山動物園を中核に北北海道全体の観光客誘致に向け近隣各町長とともに広域観光施策を展開している。 |
| 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) 板谷 一希「専従」 (出身組織名) 旭川市 | 平成6年旭川市役所採用 平成29年4月から観光課主幹としてDMO設立を担当し, 平成30年4月からDMOに出向事務局長 |
| 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) 佐藤 佳奈「専従」 (出身組織名) プロパー職員 | 平成30年6月採用 採用以来, 経理・財務を担当(令和3年4月より総務部マネージャー) |

| | |
|------------------------------|--|
| <p>あ連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・北海道旭川市観光スポーツ交流部観光課 ・上川町産業経済課商工観光グループ ・東川町経済振興課 ・東神楽町産業振興課 ・比布町産業振興課 ・美瑛町商工観光交流課観光振興係 ・鷹栖町産業振興課商工観光係 ・当麻町まちづくり推進課 ・愛別町産業振興課商工観光係 <p>当区域を構成する地方公共団体として、各種事業を連携しながら実施している。</p> |
| <p>連携する事業者名及び役割</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ DMO社外理事 <ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人旭川観光コンベンション協会 ・株式会社北海道銀行 ・株式会社北洋銀行 ・旭川信用金庫 ○ DMO顧問 <ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人北海道総合研究調査会（マーケティング調査等協力・アドバイス） ・旭川商工会議所（地域企業連携） ○ DMO連絡協議会に参画する民間事業者・団体 <ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人旭川観光コンベンション協会 ・一般社団法人層雲峡観光協会 ・一般社団法人ひがしかわ観光協会 ・鷹栖町観光協会 ・東神楽町観光協会 ・当麻町観光協会 ・比布町観光協会 ・愛別町観光協会 ・美瑛町観光協会 ・旭川ホテル旅館協同組合（宿泊サービス改善） ・旭川シティホテル懇話会（宿泊サービス改善） ・旭川商工会議所（商工業振興） ・あさひかわ商工会（商工業振興） ・鷹栖町商工会 ・東神楽町商工会 ・当麻町商工会 ・比布商工会 ・愛別商工会 ・上川町商工会 ・東川町商工会 ・上川総合振興局 ・北海道開発局, 北海道運輸局 ・一般社団法人旭川物産協会（特産品開発） ・旭川レンタカー協会（アクセス改善） ・旭川地区バス協会（アクセス改善） ・一般社団法人旭川地区ハイヤー協会（アクセス改善） ・北海道旅客鉄道株式会社（アクセス改善） ・株式会社日本航空旭川支店（アクセス改善） ・全日本空輸株式会社旭川支店（アクセス改善） ・株式会社AIRDO営業本部（アクセス改善） ・旭川空港ビル株式会社（アクセス改善） ・株式会社JTB（旅行商品開発） ・株式会社近畿日本ツーリスト北海道旭川支店（旅行商品開発） ・株式会社日本旅行北海道旭川支店（旅行商品開発） ・旭川まるうんトラベル（旅行商品開発） ・株式会社あいプランブルーミントンヒル（旅行商品開発） ・株式会社20パーセント（地域ブランディング） ・大雪山ツアーズ株式会社（DMO間連携） ・えびすけ株式会社（地域振興） |

| | <ul style="list-style-type: none"> ・旭川信用金庫（地域振興） ○ DMO連携・アドバイザー事業者 ・一般社団法人地方創生パートナーズネットワーク（マーケティング調査等連携） ・株式会社道銀地域総合研究所（マーケティング調査等連携） ○ DMO外部専門人材（令和4年度） ・パウダースノーコンサルティング合同会社（ポストコロナに対応した体験プログラム・旅行商品開発、販売実践業務） ・レインボウパブリッシング株式会社（観光・インバウンド対応に係るコンサルティング業務） | | | | |
|--|--|----|------|--------------|---|
| <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】② （概要） 当区域を構成する地方公共団体や関係団体など、多様な地域関係者が参加するDMO連絡協議会を設置</p> | | | | |
| <p>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> | <ul style="list-style-type: none"> ・平成28年度から、地域住民・民間事業者を対象にDMOセミナー、設立記念フォーラム等を実施し、DMOの活動について地域への理解促進に取り組んできた。 ・本格的な活動を開始した平成30年度からは、地域内外でDMOの活動状況を発信するため、DMOセミナーを東京都、旭川市で開催していたほか、多様な地域関係者とDMOの活動状況について共有するため、毎年DMO連絡協議会を開催している。 ・圏域スキー場関係者とのミーティング及びヒアリングを実施している。 | | | | |
| <p>法人のこれまでの活動実績</p> | <p>（活動の概要）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3つの基本戦略「食×健康・保養×歴史・文化×四季の自然を組み合わせ何回来ても楽しめる地域づくり」「多様なニーズに対応した都市型スノーリゾート地域の構築」「商品、サービスの高付加価値化による稼ぐ地域づくり」に基づき、各種マーケティング調査（来訪者満足度調査、スキー場受入環境調査、圏域認知度調査、SNS分析）を実施したほか、圏域情報発信や各種プロモーション活動の強化充実、観光物産情報センターの機能強化、観光人材の育成などに取り組んできた。 ・さらには、カムイスキーリンクスの指定管理を受け、自動ICゲートの導入やコンシェルジュデスクの設置、WiFi環境の整備などを進め魅力向上に取り組んだほか、スノーバスの試験運行、手ぶらスキー環境の構築、Hokkaido Snow Travel EXPOの開催など、圏域一体となったスノーリゾート形成に向けた取り組みを進めてきている。 ・また、令和4年度は圏域の魅力国内外に発信するため、豊富な自然環境を生かした体験プログラムの開発に力を入れたほか、圏域内外のスキー場の共通チケット造成や温浴施設などを周遊できるチケットの造成など、地域内での周遊促進のための仕組みづくりを進めた。 ・さらに、令和5年9月に開催されるATWS北海道及びポストサミットツアー対応商品を造成し、ATWSの対応及び造成商品の恒常的な販売体制の構築準備を進めている。 <p>【活動の概要（令和4年度）】※令和4年度の記載のため、美瑛町は含まない</p> <table border="1" data-bbox="432 1787 1407 1982"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1787 619 1839">事業</th> <th data-bbox="619 1787 1407 1839">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1839 619 1982">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 1839 1407 1982"> <ul style="list-style-type: none"> ・Web、SNSのシェア強化のほか、アクティビティセンターと連携し、圏域情報の発信を強化 ・中華圏向けにFacebook及びInstagramによる発信 </td> </tr> </tbody> </table> | 事業 | 実施概要 | 情報発信・プロモーション | <ul style="list-style-type: none"> ・Web、SNSのシェア強化のほか、アクティビティセンターと連携し、圏域情報の発信を強化 ・中華圏向けにFacebook及びInstagramによる発信 |
| 事業 | 実施概要 | | | | |
| 情報発信・プロモーション | <ul style="list-style-type: none"> ・Web、SNSのシェア強化のほか、アクティビティセンターと連携し、圏域情報の発信を強化 ・中華圏向けにFacebook及びInstagramによる発信 | | | | |

| | | |
|-----------------|-----------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ・ KDDI LocationAnalyzer を活用し、これまで把握できなかったイベントにおける人流データなどを収集し、関係施設へ共有 ・ ツーリズムEXPOジャパン及び Visit Japan Travel & Mice Mart に出展 ・ カムイスキーリンクスを含めた圏域の魅力や商品について 豪州、中国、タイ、シンガポール市場向けオンライン商談会・セミナー、AT マッチング商談会などに参加 |
| | 受入環境の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 大雪圏域の飲食店に対して配付した指差し会話シート（英語、中国語（簡体、繁体）の利活用を促進 ・ QRコードによる多言語翻訳システムを活用し、インバウンド来訪が見込まれる施設での受入体制を強化 ・ 旭川駅構内に設置したアクティビティセンターにて、圏域内のアクティビティ等を積極的に発信したほか、アウトドアギアをガイド・観光事業者等に貸し出す仕組みづくりを構築 ・ アクティビティ等の情報発信の拠点として、北海道エアポートと連携して、アクティビティセンター旭川空港を開設したほか、圏域内のアクティビティ商品の販売、紹介サイトとして、情報を一元的に発信するWEB版アクティビティセンターを開設 |
| | 観光資源の磨き上げ | <ul style="list-style-type: none"> ・ 中華圏をターゲットに、台湾出身スタッフがガイドを行う旅行商品を造成、販売を開始 ・ 圏域周遊チケットの造成、販売（TAISETSU SPA TICKET 圏域内の温浴施設（販売実績 1,066 枚）、TAISETSU SAUNA PASS 圏域内のサウナ施設（販売実績 189 枚）） ・ 大雪圏域内の 4 スキー場（カムイ、サンタ、比布、キャンモア）の 1 日券をつづった「Taisetsu four ticket」を造成（販売枚 54 枚） ・ 北海道の中央部に来訪者を呼び込み、他圏域と差別化を図るため、富良野、トマムエリアと連携し設立した北海道パウダーベルト推進協議会による共通シーズン券を造成、販売し（販売数 179 枚）、新たに長期滞在を促進するため、5 日間券を造成、販売（販売数 5 枚） |
| 【定量的な評価】 | | |



- ・本圏域の宿泊延べ数は平成30年度までは増加傾向にあったが、牽引していたのは、外国人観光客で、日本人はほぼ横ばいで推移。
- ・平成27年度には、外国人宿泊延べ数のうち、東アジア圏（中国、台湾、香港、韓国）が76.4%を占めていたが、平成30年度においては71.4%となり、本圏域を訪れる外国人観光客の多様化が進んできていた。
- ・令和2年度、3年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、ピークとなった平成30年度の約1/3程度まで落ち込んだ。
- ・令和4年度は、日本人観光客は回復傾向にあるが、依然外国人観光客は厳しい状況が続いている。



- ・本圏域は夏季と比較し冬季の観光宿泊者数が大幅に減少することが課題
- ・本圏域には多様なスキー場と温泉や食などのアフタースキーが楽しめる環境にあり、都市型のスノーリゾート形成を進めることで、滞在日数や滞在時間の増加が期待できる。
- ・観光入込客数は、令和元年度の8,781千人に対し、令和3年度には3,975千人まで減少したが、令和4年度は7,352千人まで回復した。

| | |
|---|---|
| | |
| <p>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）。</p> | <p>【実施体制の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ DMOが行う取り組みに関する連絡調整と合意形成を図るため、行政や関係団体から構成される「DMO連絡協議会」をDMOとは別に設置 ・ DMOが中核となり、協議会における日常的な調整を実務者レベルで行い、多様な関係者が密接に連携した運営を目指す。 <p>(実施体制図) →DMO連絡協議会に参画している関係者は「連携する事業者名及び役割」に記載のとおり</p> |

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】

本圏域を構成する1市7町に美瑛町を加えた上川中部1市8町については、平成22年度（美瑛町参加は平成25年度）より定住自立圏形成協定を締結し、医療・福祉・教育・産業振興・防災・水道等の他分野において連携し、各種事業を実施してきた。

さらに、令和3年10月21日には1市8町での連携中枢都市宣言を行い、より連携を強固に、圏域全体の経済成長や生活関連機能サービスの向上に取り組んでいる。

観光分野については、「大雪山国立公園観光連盟」が発足した昭和23年より共同して観光振興事業を実施しており、さらに、平成26年度からは鷹栖町を加えた1市7町での「大雪山広域観光圏推進協議会」が発足し、本圏域における滞在交流型観光を促進するため、観光地域のブランド化推進、観光振興のための各種事業を実施してきた。

令和5年7月に美瑛町を本圏域に追加し、連携中枢都市圏と同じく1市8町の区域設定により、さらなる観光振興を進めていく。

各1市8町の地域において、旭川地区、上川地区、東川地区、鷹栖地区、東神楽地区、当麻地区、比布地区、愛別地区、美瑛地区と分類をした。

【観光客の実態等】

(1) 観光入込客数

旭川市の観光入込客数は、平成19年度に旭山動物園ブームにより733万人を記録したが、近年は500万人台で推移してきた。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の影響から令和2年度以降大きく減少しており、令和3年度には160万人（前年比94.2%）まで減少したが、令和4年度は国内観光客が回復傾向にあり、414万人（同204.3%）まで回復した。1市8町全体では、令和元年度 1,120万人、令和2年度 548万人（前年比48.9%）、令和3年度504万人（同91.9%）、令和4年度917万人（同181.9%）

(2) 観光客宿泊延べ数

平成30年度までは外国人観光客の圏域への来訪が増えることで宿泊延べ数、また一人当たりの滞在日数も増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染拡大により、令和2年度 733千泊（前年比41.5%）、令和3年度 752千泊と減少が続いていたが、令和4年度では1,302千泊（前年比173.1%）と回復を見せている。

(3) 来訪者満足度・旅行消費額

大雪圏域での滞在の来訪者満足度や1人当たりの旅行消費額等のアンケート調査を実施しており、令和元年度の来訪者満足度は、7点満点中6.61、旅行消費額は、62,871円となっていたが、直近の令和4年度の来訪者満足度は5点満点中4.48、旅行消費額は54,719円と回復を示しているものの、依然コロナ前の水準には戻っていない。

(4) リピーター率

平成27年度より主たる滞在促進地区において、本地域へのリピーター率（2回目以上の来訪割合）を調査。令和元年度のリピーター率は61.0%であったが、直近の令和4年度では、75.5%と非常に高くなっており、北海道内、圏域近郊からの来訪や増えたこと等による影響と考えられる。

【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】

(1) 旭川地区

北海道のほぼ中央部、大雪山連峰を源とする石狩川などの4河川が市内を貫流し、急流に囲まれた上川盆地の中央に位置している。交通の要衝である地理的利便性を背景として、農業や、卸・小売業、食品加工や家具製造業などの多様な産業が発達し、北北海道における経済産業の中心的な役割を担っており、充実した飲食や宿泊機能を活用しながら、圏域最高の集客力を有する日本最北の動物園である旭山動物園を核として、科学館、スキー場、アイヌ文化を学べる博物館のほか、温泉や自然など近隣地域の魅力的な観光要素との連携を図ることにより、効率的な周遊観光が実現できる適地となっている。

(2) 上川地区

柱状節理の断崖絶壁で知られる層雲峡温泉を抱えるこの地には、「日本の滝百選」に選ばれている「流星・銀河の滝」など観光スポットも多数あり、旭ヶ丘にある大雪森のガーデンはガーデン街道の最北の場所として知られている。また、旭岳と並んで大雪山国立公園を代表する黒岳も多くの観光客に人気があり、早朝の雲海ツアーも好評を博している。層雲峡ビジターセンターでは大雪山国立公園の自然と人々とのふれあいやリアルタイムの自然や見どころの情報を提供し、また冬期間の1月末から3月末まで開催される層雲峡温泉氷瀑まつりが有名であり、1年を通じて毎年200万人もの観光客が訪れている。令和2年9月10日に層雲峡の渓谷が一望でき、360度の絶景が楽しめる「黒岳ネイチャーテラス」がオープン。令和3年3月、総合アウトドアブランドの「コロンビアスポーツウェアジャパン」（東京）と、アウトドア体験コンテンツの開発など5分野で包括連携協定を締結した。

(3) 東川地区

世界に類のない「写真の町」を宣言しているこの町は全国的にも珍しい住民すべてが地下水で生活する町（上水道のない町）です。「平成の名水百選」に選ばれている「大雪旭岳源水」は日量6,000トン誇るミネラル豊富な湧水である。旭岳温泉は旭岳の中腹にあり、登山、スキーなどその雄大な自然を存分に楽しむことができ、天人峡温泉の奥には「日本の滝百選」に選定されている「羽衣の滝」や東洋のナイアガラと謳われる「敷島の滝」がある。7月下旬に毎年開催されている、全国高等学校写真選手権大会（写真甲子園）は全国的に有名なイベントとなっている。近年は、大雪山系からの雪解け水と、米を生かした三千櫻酒造を開設した（令和2年11月に岐阜県から移転）ほか、ひがしかわ株主制度（ふるさと納税）を活用したプロジェクトを推進することで、関係人口創出に寄与している。

(4) 鷹栖地区

水稲を中心とした農業を基幹産業とする道内有数の米産地として、静かな田園いっばいに風景が広がる豊かな自然に囲まれた町であり、現在、緑豊かな自然にたのしみ、健やかに暮らすため「安全・安心」を基本とし、「福祉」や「健康づくり」の取組を大切にしまちづくり

を進めている。また、施設野菜の栽培が盛んで、きゅうりをはじめトマトも名産品である。特にトマトはトマトジュース（オオカミの桃）が全国的なヒット商品になっており、最近ではシカ肉の加工品も特産品になっている。

(5) 東神楽地区

旭川空港があり、このエリアの玄関口ともなるこの町は稲作に加え、野菜栽培も盛んであり、花のまち東神楽として花いっぱい運動を展開している。自然豊かな住宅地や温泉施設の開発、大型商業施設の誘致等により人口が増加しており、ひがしかぐら森林公園のオートキャンプ場や天然温泉施設など、滞在スポットとしてアトラクティブな機能を有している。

また、手打ちそば店や免税店など、外国人観光客におすすめの人気スポットも増えている中、令和4年12月には廃校舎を活用した、コワーキングスペースやキャンプ場などの機能を備えた複合施設「東神楽大学」を開設し、新たな拠点として注目を集めている。

(6) 当麻地区

「食」という大切な命をいただき、風雪に耐え育った「木」を活用し、可憐に咲き誇る「花」に癒される当麻町。未来を担う子どもたちと共に「食育・木育・花育」を通じ、命の尊さをもう一度見つめ直し、当麻町ならではの豊かな「心」を育む「心育」活動を推進。「食育・木育・花育」活動の拠点を活用した地方創生、まちづくり、観光振興を進めている。とうま山ふもとに広がるとうまスポーツランドには、自然の中で存分にフィールドアスレチックなどアウトドアスポーツのほか、花畑や芝生広場、木の実や野菜も食べることもできる「くるみなの庭」、昆虫館「パピヨンシャトー」、温浴施設「ヘルシーシャトー」などの施設が充実しており、家族でゆったりとした時間を過ごすことができる。また、日本一の高級スイカ「でんすけすいか」をはじめ、北海道有数の高品質米の産地として高い評価を受けている。

近年はキャンピングサウナバス（ZOZO 創業者前沢氏のふるさと納税寄付金事業で令和3年に開発）をはじめ、多くのサウナ施設が開設されている。

(7) 比布地区

スキーといちごの町として、夏にはいちご狩り、冬はスキー場という体験型の観光地があり、基幹産業である農業では北海道のブランド米である「ゆめぴりか」の発祥の地である。交通面では国道が2本通っており高速道路が整備されるなど、広域交通の要衝ともなっている。さらに大雪山連峰の展望が美しく、緑豊かな田園住宅地としての条件整備に力を入れている。かつてテレビCMで有名になったJR比布駅も新しくなり、比布神社は縁結びのパワースポットとして脚光を浴びている。また、いちごに関する特産品も多数展開している。

スキー場のグリーンシーズンの活用として、スキー場では、アクティビティ体験のほか、食の祭典などが開催されている。

(8) 愛別地区

大雪山連峰の麓にあり、農業では「米、きのこ、畜産」を中心に、野菜やそば等の畑作にも力を入れている。特に「きのこの里」として全道有数の生産量を誇り、農畜産物の6次産業化や「きのこ」を媒体とする「農」と「遊」を結合させたまちづくりを目指している。町を縦断する石狩川の右岸にはパークゴルフ場が、左岸にはオートキャンプ場があり、大自然の中で身も心もリフレッシュすることができる。また、秘湯「協和温泉」では、きのこのフルコース等、きのこや山菜をふんだんに使った身体にやさしい料理も味わうことができる。

(9) 美瑛地区

十勝岳連峰の裾野に広がる丘陵地は、なだらかな起伏が幾重にも折り重なり、日々の農業の営みと雄大で緑豊かな自然環境が「丘のまち」と呼ばれる四季折々に美しい農村景観を創り出している。美瑛町が持つ景観や環境・文化を守り、将来にわたって美しい地域を守り続けるこ

とで、観光的付加価値を高め地域資源の保護と地域経済の発展を図る「日本で最も美しい村」としてまちづくりを進めている。

【宿泊施設：域内分布，施設数，収容力，施設規模等】

(令和2年10月1日現在)

| 地区名 | 施設数（軒） | 収容力 | | 備考 |
|-------|--------|--------|---------|-----|
| | | 客室数（室） | 収容人数（人） | |
| 旭川地区 | 162 | 5368 | 11,173 | |
| 上川地区 | 25 | 1448 | 5010 | |
| 東川地区 | 58 | 576 | 2305 | |
| 鷹栖地区 | 0 | 0 | 0 | 休業中 |
| 東神楽地区 | 3 | 50 | 216 | |
| 当麻地区 | 5 | 37 | 209 | |
| 比布地区 | 5 | 48 | 224 | |
| 愛別地区 | 8 | 29 | 136 | |
| 美瑛地区 | 84 | 791 | 2923 | |
| 計 | 350 | 8347 | 22196 | |

出典：宿泊旅行統計調査母集団名簿

【利便性：区域までの交通，域内交通】

本圏域の中心都市である「旭川市」は、各方面をつなぐ鉄道網の起点であり、道路では道内各都市を結ぶ道路網の要に位置しており、空の玄関口である旭川空港は、国内外への直行便を運航する国際空港であることなど交通アクセスの利便性が高い。

(1) 旭川地区

飛行機にて、羽田空港から旭川空港まで約1時間30分

自動車・バスにて、旭川空港から旭川駅まで約35分

JRにて、札幌駅から旭川駅まで約1時間25分

JRにて、新千歳空港から旭川駅まで約2時間

道内各都市を結ぶ自動車道路網及び都市間バスの要

(2) 上川地区

自動車・JRにて、札幌駅から上川駅まで約2時間30分

自動車・JR・バスにて、旭川駅から上川駅まで約1時間

自動車・バスにて上川駅から層雲峡温泉まで約30分

(3) 東川地区

自動車・バスにて、旭川空港から約15分

自動車・バスにて、旭川駅から約30分

バスにて、旭川駅から東川町中心部まで約40分

(4) 鷹栖地区

自動車にて、旭川空港から約50分

自動車・バスにて、旭川駅から約30分

自動車にて、高速IC「旭川鷹栖」から約10分

(5) 東神楽地区

自動車・バスにて、旭川空港から約7分

自動車・バスにて、旭川駅から約25分

(6) 当麻地区

- 自動車にて、旭川空港から約30分
JRにて、旭川駅から約30分
- (7) 比布地区
自動車にて、旭川駅から約30分
JRにて、旭川駅から約20分
自動車にて、スキー場・温浴施設まで約40分
- (8) 愛別地区
JR・バスにて、旭川駅から40分
自動車にて、旭川空港から45分
- (9) 美瑛地区
自動車・バスにて、旭川空港から約16分
JRにて、旭川駅から約32分

【外国人観光客への対応】

JNTO 認定外国人観光案内所が全5カ所設置されており、外国人向けの観光案内に対応できる環境が整備されている（カテゴリー1：2カ所、カテゴリー2：3カ所）。

圏域のアクティビティ情報を積極的に発信するため、旭川駅観光物産情報センター内にアクティビティセンターを開設しているほか、カムイスキーリンクス内にも外国人スタッフを配置したコンシェルジュデスクを開設、飲食メニューの多言語化やQRコードを活用した施設展示、ホテルやスキー場への翻訳機の試行導入、旭川駅隣接商業施設への外貨両替機導入支援などを進めてきた。

・令和3年度に大雪圏域の飲食店を対象に配付した指差しシートの活用を促進したほか、QRコードによる多言語翻訳システムを活用し、インバウンド来訪が見込まれる施設での受入体制を強化
・外国人観光客の受け入れ態勢は依然として不十分であり、ニーズや動向実態の把握を行った上で、引き続き必要な対策を進めていく必要がある。

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 |
|---------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| 旅行消費額 | 来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。 | アンケート調査を自主事業として実施 |
| 延べ宿泊者数 | 宿泊者数の推移を把握するため。 | 市町村の調査等を利用する |
| 来訪者満足度 | 来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。 | アンケート調査を自主事業として実施。 |
| リピーター率 | リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。 | アンケート調査を自主事業として実施。 |
| 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。 | DMOのHPのPV数。Googleアナリティクスを利用する。 |
| 住民満足度 | 観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。 | アンケート調査を自主事業として実施。 |
| 地域への経済波及効果 | 観光振興に伴う地域への経済効果を測るため。 | 委託実施 |

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

旭川市と近隣8町の上川中部圏域において、今後急速に人口減少が進むことが見込まれており、交流人口の拡大による地域経済の活性化や地域活力の向上が重要な課題にある。こうした地域の課題に対し、DMOは「観光地経営」の主体として、1市8町圏域の持続的な発展に向けて、データに基づくマーケティングと検証、自治体の枠を超えた連携、地域内経済循環の創出などに取り組んでいる。づくりの背景

(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"> 四季の変化に富み自然性の高いフィールド（大雪山、カムイミントラ、豊富な水） 世界品質のパウダースノー、多彩なスキー場の集積 ゴールデンルートの存在（富良野 - 美瑛 - 旭山動物園） 外国人宿泊者数の伸び（インバウンド比率約 25%） 旭川空港の存在、新千歳空港・札幌とのアクセス 北海道の食材の宝庫、集積（農産物・海産物） 豊かな森林資源と産業文化（旭川家具・クラフト・製紙等） エコミュージアム資源（自然史・上川アイヌ文化・開拓使等） 医療機関の集積 バリアフリー観光先進地 | 弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 海外旅行市場における大雪圏域の認知度不足 国内宿泊客数の低迷（訴求力・競争力の低下） 旭川空港旅客数の低迷（国際線、国内線） 道内で最も季節波動・閑散差の大きい宿泊市場 素材を生かしたエンターテインメント不足（着地型ツアー、滞在拠点等） 既存施設のバリューアップ（旭山動物園、歴史文化、産業文化等） 国際水準の観光インフラ不足（情報、交通、案内システム等） 寒冷・豪雪の敬遠による冬季観光客の減少 地域産業の後継者（担い手）不足 地域の観光ホスピタリティの低さ ガイド人材、ランド機能の不足 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う地域経済の低迷 |
| 外部環境 | 機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 道内7空港民営化（2020～） ウポポイ開業（2020） 夏季東京オリパラ（2021）、冬季北京オリパラ開催（2022） アジアで初開催となるアドベンチャーツーリズム・ワールド・サミット北海道開催予定（2023） 北海道ブランドの定着（スノーリゾート・食材の宝庫・健康と環境等） AI・IoTによるイノベーションの推進（観光・交通スタイルの変化等） 北海道新幹線札幌開業（2029） | 脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 人口減少・高齢化、世帯構造の変化、家族旅行の減少等 国内旅行市場の縮退化（人口減少×高齢化×低成長経済） 観光誘致競争の激化（道内間、国内間） 観光客のニーズ多様化や嗜好の変化 インバウンドの多様化（言語・宗教・文化、所得階層、旅行スタイル等） 人材不足の深刻化 オーバーツーリズム問題（受入体制、環境問題等） 地球温暖化の進行による暖冬小雪 国内、道内他地域との差異化や地域間競争の激化 |

| | |
|--|--|
| | ・新型コロナウイルス感染症拡大による旅行者の減、インバウンドの急激な落ち込み |
|--|--|

※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</p> <p>○ターゲット層 ①《ブランディング推進ターゲット》</p> <p>大雪圏域ならではの自然景観やアクティビティと、食、歴史・文化などの体験を含めた地域との交流を求める国内都市圏や欧米豪のFIT層（主に20歳～30歳代）</p> |
| <p>○選定の理由</p> <p>圏域来訪者満足度調査結果から、冬季においては、子供連れ家族が減少し、夫婦旅行やカップル旅行、友人・知人との旅行が増加する傾向にある。カップル旅行や友人・知人との旅行の回答者属性では20代が最も多く、旅行の形態別来訪目的では、「自然景観を見る」「食」に次いで「自然の豊かさを体験すること」「スポーツやアウトドア活動」が上位を占めており、こうした発信力が高く、活動的な世代に対して大雪山をはじめとする自然豊かなフィールドをベースに年間を通じて多様な体験、価値観を提供できる当圏域は、このターゲット層と親和性が高く、圏域ファンとして取り込むことで、圏域の認知度向上が期待できる。</p> <p>○取組方針</p> <p>来訪者満足度調査の結果から、「自然景観を見る」や「食」をベースとしながらも「自然の豊かさを体験すること」「スポーツやアウトドア活動」へのニーズに対応し、夏季においてはトレッキングやフットパス、カヌー、ラフティング、冬季においてはスキー、スノーボードなど、スポーツやアウトドア活動を通して自然の豊かさを体験できるコンテンツをフックに、街歩きや文化経験、農村滞在などを通して地域人材との交流を取り入れ、圏域ファンとしての取り込みを進める。</p> |
| <p>○ターゲット層 ② 《ブランディング推進ターゲット》</p> <p>アジア圏を中心とした18歳未満の子供連れのファミリー層</p> |
| <p>○選定の理由</p> <p>圏域来訪者満足度調査の結果から、18歳未満の子供連れ家族旅行が、夏期調査においては道内客の53.7%、道外客の43.3%、海外客の51.5%と全体の約1/2を占める。冬期調査でも割合は減少するものの、道内客、道外客、海外客のいずれにおいても最も高い割合を占めている。</p> <p>○取組方針</p> <p>来訪者満足度調査の結果から、ニーズの高い「自然景観を見ること」、「おいしいものを食べること」をベースに、夏季においては街歩き、文化経験、フットパス、冬季においてはスキー、スノーボードなどを手軽に楽しめる環境を作り、旭山動物園を中心に圏域内を周遊するモデルを提供し、長期滞在に結びつける。</p> |
| <p>○ターゲット層 ③ 《新しい生活様式対応ターゲット》</p> <p>安全・安心な観光を求める道内及び大雪圏域の住民</p> |

○選定の理由

新型コロナウイルスの感染拡大により、価値観の変化や観光客のニーズの多様化が進んでおり、今後は「安全・安心」を前提に、少人数で時間をかけて観光を行うスタイルが増えていくことが想定される。

このため、インバウンドの回復も見据え、圏域一体でこうしたニーズに対応できる地域づくりを進めていくと同時に、観光客も地域も安心して観光客を受け入れられる環境を整備していく必要がある。

○取組方針

宿泊施設や観光施設、飲食店等での感染症対策の徹底を図るとともに、地域全体で連携体制を構築し、安全・安心な観光地域づくりを進める。また、地域の価値を磨き上げ、ストーリー性を持った商品開発を行い、道内及び圏域住民に発信、提供する。さらには、こうした地域の魅力をSNSやWEBなどを通して国内、海外にも広く発信し、将来的な誘客に向けた圏域の認知度向上につなげる。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

| | |
|------------|---|
| ①コンセプト | 「神々の遊ぶ庭(カムイミンタラ)、大雪(たいせつ)」 ～原始の生命に触れる～ |
| ②コンセプトの考え方 | <p>本圏域は北海道の最高峰、旭岳を擁する国内最大の国立公園である「大雪山国立公園」の北東部に位置する1市7町により構成されています。</p> <p>2,000m級の山々が連なる大雪山は、日本アルプスより1,000m低い標高1,500mで森林限界となり、1,700mでは高山地帯の花畑が出現するなど、極寒地域独特の自然環境・生態系を体験することができ、活発な火山活動は多数の温泉を湧出させていることから、各地域で多様な泉質の温泉をたのしむことができます。</p> <p>冬季には上川盆地から大雪山に吹く乾いた風と氷点下30℃を下回る極低温により、直径5mmを超える美しい雪の結晶を育み、日本一と言われる「雪質」を生み出しています。この大量の降雪が地域にもたらす豊かな水資源は、ブランド米「ゆめぴりか」に代表されるような良質で多様な農産物を生みだし、地域独自の食文化を形成するとともに、酒造や家具産業の発展へとつながっています。</p> <p>《目指す姿》</p> <p>アイヌの人々が「神々の遊ぶ庭(カムイミンタラ)」と呼んだ、大雪山国立公園を核とするこの圏域が、新たな滞在観光エリアとして国内外の多くの人々に認知され、大雪山がもたらす四季折々の自然や食、歴史・文化体験、スポーツ環境などを求めて幾度となく訪れたい地域として選ばれるよう、DMOが舵取り役となり、圏域の民間・行政が一体となって、ブランド形成に向けた事業に取り組み、観光関連産業の振興と交流人口の拡大による地域経済の活性化を促進し、豊かな地域社会の実現を図ります。</p> <p>《目指す姿の実現に向けた基本戦略》</p> <p>① 食×健康・保養×歴史・文化×四季の自然を組み合わせ何回来ても楽しめる地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ DMOが舵取り役となり、地域の様々な事業者等と連携を図りながら、スキーや登山、サイクリング、川遊びなどのスポーツ・アウトドア体験、街歩き、アイヌ民族の歴史や文化体験などのほか、農業収穫 |

体験やフィッシング、野鳥観察など少人数の体験型の楽しみや地域で暮らす人々との交流などにもきめ細かく対応できる体制を構築するとともに、ガイドなど必要な人材の確保・育成を図る。

- ・ 旅行商品や体験コンテンツの開発等に当たっては、安全・安心を前提とした新たな生活様式に基づく観光スタイルへの対応を図るとともに、圏域来訪者や地元事業者等のニーズを十分に踏まえた上で、ブランディング戦略に基づき、圏域ならではの過ごし方を体験できる商品や環境面に配慮した商品、地域産業と連携した体験商品の開発を進める。
- ・ また、圏域情報提供アプリやスキー場利用者等に対して圏域ファンクラブへの登録を促し、1年を通じて圏域の多様な魅力を提供することでリピーターの確保を図るとともに、登録者自らによる圏域情報発信の仕組みを作り、圏域の認知度向上につなげる。

② 多様なニーズ対応した都市型スノーリゾート地域の構築

- ・ 圏域のスキー場は、ニセコ地域を凌ぐ最高水準の雪質と量を有し、緩斜面から山岳まで、ファミリー層から上級者までの多様なニーズに対応可能であるほか、新鮮な食や体験メニューなど様々なアフタースキーを提供できる環境を有していることから、こうした特徴を最大限に生かしたスノーリゾート地域の構築を図る。
- ・ DMOが舵取り役となり、各スキー場の共通券の発行や、情報発信や販売方法の共通化、スキー場間や観光施設を結ぶ2次交通の充実、ナイトタイムも含めた体験コンテンツ造成、ガイドなどの育成と圏域内で共有できる仕組みの構築など、大雪エリアとして一体的な展開をさらに進める。
- ・ 圏域最大規模のカムイスキーリンクスをスノーリゾート地域構築の中核施設として引き続き位置づけ、旅行事業者や宿泊施設等との連携による各種トライアル事業の実施、検証、商品化等の先導的取り組みやガイド等の人材育成の拠点とし、各スキー場への展開を検討する。
- ・ 北海道内7空港一括民間委託の動きと連携しながら、各スキー場と宿泊施設や交通事業者を結びつけた旅行商品造成などに取り組み、旭川空港の航空路線の充実と北海道全体での周遊を生み出し、冬季観光客の増加を目指す。

③ 商品、サービスの高付加価値化による稼ぐ地域づくり

- ・ 観光客の動向や多様化するニーズ等を的確に把握し、情報共有を行った上で、圏域内外の事業者、関係者、産業間での積極的な連携を図り、ブランディング戦略に基づく旅行商品や体験コンテンツ造成、土産品や飲食メニューの開発、ICTを活用した新たなサービスの提供などに取り組み、地域での経済波及効果の拡大とDMOの収益増加につなげる。
- ・ 圏域や道北の多様な食材を、高価であっても高品質で安全安心な大雪ブランドとして商品化を図るほか、造成した旅行商品や体験コンテンツを旅行者の多様なニーズに合わせて組み替えて案内・提供できる体制を構築し、DMOの商品販売機能を強化する。
- ・ 圏域一体でのスノーリゾート地域の構築に向け、カムイスキーリン

| | |
|--|---|
| | <p>クスで先導的取り組みの実施や人材育成等を展開するため、DMOが同施設の指定管理を継続して実施し、利用者の増加と収益基盤の確保を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ さらに、ICTパークの運営を行い、街の賑わいづくりや人材育成に加え、インバウンドの誘客促進になるコンテンツ造成に取り組む。 |
|--|---|

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。 | <p>DMO連絡協議会やDMOセミナーを必要に応じて開催し、戦略の設定・共有を行う。</p> <p>また、スノーリゾート形成に向けた具体的な取組など、テーマごとにワークショップを設置し、宿泊や旅行事業者、飲食店経営者、農業者などのほか、地域住民などの参画も得て、具体的な協議、議論を行う。</p> <p>令和4年度は、DMO連絡協議会の開催2回（7月、12月）、圏域スキー場関係者によるミーティング開催2回（5月、9月）、ヒアリング実施。</p> |
| 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 | <p>各種観光客入込調査の結果や当DMOで毎年実施する各種マーケティング調査（来訪者満足度調査、受入環境調査、SNS分析等）の結果については、関係者に説明に回り、意見交換を実施。意見交換を通して、地域の課題、今後優先して取り組むべき事業等を明らかにし、改善を図っている。</p> <p>また、KDDI LocationAnalyzerによる人流データを関係先と共有。今後は、マーケティング結果や結果に基づく施策展開について、DMO連絡協議会、DMOセミナー、ワークショップ等において協議、議論する仕組みを構築する。</p> |
| 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 | <p>DMOが中心となって、圏域のブランディングを推進し、一元的な情報発信、プロモーションを展開する。</p> <p>ホームページ及びWEB版アクティビティセンターで圏域の観光情報や魅力の発信、デジタルサイネージの設置環境向上により、旅ナカ向けの情報発信、SNSによる情報発信の強化を図る。</p> |

※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 (千円/人) | 目標 | 50.0 (-) | 40.0 (-) | 55.0 (-) | 60.0 (-) | 65.0 (-) | 70.0 (-) |
| | 実績 | 36.3 (-) | 36.9 (-) | 54.7 (-) | | | |
| ●宿泊客延数 (千泊) | 目標 | 2,010 (525) | 620 (40) | 1,100 (170) | 1,600 (400) | 1,950 (480) | 2,100 (530) |
| | 実績 | 646 (2) | 647 (2) | 1,152 (100) | | | |
| ●来訪者満足度 (7段階) ※R3より5段階 | 目標 | 6.00 (-) | 4.30 (-) | 4.35 (-) | 4.40 (-) | 4.45 (-) | 4.50 (-) |
| | 実績 | 6.32 (-) | 4.42 (-) | 4.48 (-) | | | |
| ●リピーター率 (%) | 目標 | 70.0 (-) | 63.0 (-) | 64.0 (-) | 65.0 (-) | 66.0 (-) | 67.0 (-) |
| | 実績 | 69.8 (-) | 77.2 (-) | 75.5 (-) | | | |

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※R4年度以前は美瑛町分を含まない

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】

令和2年度までは、平成27年度に大雪広域観光圏推進協議会で実施した来訪者アンケート調査結果をもとに、同協議会で検討・協議を経て決定

令和3年度以降については、平成30年度、令和元年度の2ヵ年でDMOが実施した来訪者満足度調査結果、令和元年度に各市町が策定した総合戦略、また令和2年度における観光動向を踏まえ、検討・協議し、DMO理事会において決定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

旅行消費額の多い外国人観光客の増加とDMOによる滞在時間の増加や飲食店ほか他産業との連携による消費額の増加を見込み、一人当たりの旅行消費額を平成27年度実績値41千円から平成32年度(令和2年度)までに9千円程度の増額で50千円を目指す計画としていた。

しかしながら、令和2年度以降、新型コロナウイルスの影響により、観光客数の大幅減少や北海道内からの来訪者増加等により大きく減少し、令和3年度は36.9千円となった。

令和3年度以降の目標値設定にあたっては、令和2年度実績を踏まえ、令和6年度に令和元年度実績まで全面回復する予測としている。(UNWTOの回復予測を参考)

令和3年度は国内40%・海外10%、令和4年度は国内70%・海外40%、令和5年度は国内90%・海外90%の回復予測とした。

コロナ収束後、旅行消費額単価の高い道外、海外顧客を呼び込むべく受入環境整備、情報発信を重点的に進めていく。

●宿泊客延数

平成24年度から27年度までの増加傾向を継続し、令和2年度は27年度より約23%増加させ、201万泊を目指す計画としていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和4年度は1,152千泊の実績。

令和3年度以降の目標値設定にあたっては、令和2年度実績見込を踏まえ、令和6年度に令和元年度実績まで全面回復する予測としている（UNWTOの回復予測を参考）。令和7年度では過年度実績も踏まえてさらに15%増を見込む。

令和3年度は国内40%・海外10%、令和4年度は国内70%・海外40%、令和5年度は国内90%・海外90%の回復予測とした。

なお、宿泊客延数について、令和4年度以前は美瑛町を除いた数値となっている。

●来訪者満足度

令和2年度はコロナ禍に伴うイベントや飲食店の時短等要因により、6.32と前年度よりも低下したものの、目標値は達成した。

令和3年度より、7段階から5段階へ評価方法変更（7段階の場合、「やや満足」「やや不満」として評価が曖昧になっていたため）し、4.30を目標として設定していたが、令和4年度では4.48と目標値は達成しており満足度は高い。

●リピーター率

平成27年度における約6割のリピーター率から5ヶ年度で約10ポイント増加させ、令和2年度において約7割を目指す計画としていた。

令和3年度以降については、令和元年度実績（61.0%）をベースに、構成各市町の総合戦略での目標値設定の考え方を踏まえ、年間1%増加を目指す。（旭川市総合戦略計画：令和6年度66.0%）

令和4年度は大雪圏域内、また北海道内からの来訪が増え、75.5%となった。

（2）その他の目標

| 指標項目 | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------------------------|----|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | (R2) 年度 | (R3) 年度 | (R4) 年度 | (R5) 年度 | (R6) 年度 | (R7) 年度 |
| ●宿泊客延数 (冬期間12~3月) (千泊) | 目標 | 540 | 150 | 260 | 380 | 460 | 500 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) |
| | 実績 | 139 | 196 | 360 | | | |
| | | (-) | (-) | (-) | | | |
| ●滞在プログラム利用者数 (人) | 目標 | 200 | 300 | 450 | 600 | 600 | 600 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) |
| | 実績 | 124 | 120 | 380 | | | |
| | | (-) | (-) | (-) | | | |
| ●滞在プログラム利用者満足度(7段階) ※R3より5段階 | 目標 | 6.30 | 4.50 | 4.50 | 4.50 | 4.50 | 4.50 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) |
| | 実績 | 6.59 | 4.70 | 4.78 | | | |
| | | (-) | (-) | (-) | | | |
| ●WEBページビュー数 (千件) | 目標 | 100 | 105 | 110 | 115 | 120 | 125 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) |
| | 実績 | 97 | 80 | 114 | | | |
| | | (-) | (-) | (-) | | | |

※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】

宿泊客延数（外国人）、滞在プログラム利用者数、滞在プログラム利用者満足度については、DMO 連絡協議会の前身組織である大雪広域観光圏推進協議会での協議を経て設定。宿泊客延数（冬期間 12～3 月）については、候補法人登録後、平成 29 年度に同協議会で基本戦略を検討する中で、課題となっている冬期間の集客について目標値を設定することとし、また、WEB ページビュー数についても圏域への関心度について客観的に把握する指標として目標値を設定することとし、平成 29 年度より新たに追加

【設定にあたっての考え方】●**宿泊客延数（冬期間 12～3 月）**

平成 29 年度以降、冬期間の宿泊延べ数を着実に増加させる目標とし、令和 2 年度は 29 年度より約 13% 増加させ、54 万泊を目指す計画としていたが、最終的に 139 千泊の実績となった。令和 3 年度以降の目標値設定にあたっては、宿泊客延数と同様。

なお、令和 4 年度以前は美瑛町を除いた数値となっている。

●**滞在プログラム利用者数**

平成 29 年度以降、DMO が提供する体験型滞在プログラム利用者数を着実に増加させ、令和 3 年度には 300 人を目指す計画としていたものの、新型コロナウイルス感染症等の影響により、集客ができず、計画を下回る結果となった。

地域の事業者やガイドと連携し、継続的に魅力的なコンテンツ開発を行うとともに、OTA サイトとも連携し販売を強化することで、利用者を着実に増加させ、令和 5 年度以降、600 人を目指す計画としている。

●**滞在プログラム利用者満足度**

DMO が提供する体験型滞在プログラム利用者の満足度を着実に向上させることを目的としており、令和 4 年度では 4.78 と目標値 4.50 を上回った。

今後においても、地域の事業者やガイドと連携し、当圏域の魅力を感じる体験型滞在プログラムを数多く造成することで利用者の満足度向上を図り、同水準の維持を目指す。

●**WEB ページビュー数**

Google アナリティクスを活用し、WEB サイト閲覧者の属性や傾向などの把握、分析等を行い、より誘客効果の高い発信を展開する。

令和 3 年度以降については、旭川市（平成 30 年度実績をベースに年間増率 5.4%）を踏まえ、同程度の計画としている。

令和 4 年度では WEB の見直しや SNS 発信を進めたことで、114 万件と目標値を上回った。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見直し

※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っては、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 (実績) | 354,099,964 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 63,026,000 円</p> <p>【各種事業収入】 32,143,350 円</p> <p>【補助金, 交付金】 22,025,439 円</p> <p>【雑収入】 337,177 円</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 7,000,000 円</p> <p>【事業収入】 188,891,739 円</p> <p>【補助金, 交付金】 1,363,636 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 39,312,623 円</p> |
| 2021 (R3) 年度 (実績) | 400,180,544 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 73,237,000 円</p> <p>【各種事業収入】 1,533,730 円</p> <p>【補助金】 9,332,241 円</p> <p>【受託収入】 9,518,099 円</p> <p>【雑収入】 1,206,345 円</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【事業収入】 236,576,256 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 65,978,737 円</p> <p>【事業収入】 2,798,136 円</p> |
| 2022 (R4) 年度 (実績) | 452,711,938 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 63,150,000 円</p> <p>【各種事業収入】 5,655,102 円</p> <p>【補助金】 11,691,395 円</p> <p>【受託収入】 2,496,360 円</p> <p>【雑収入】 92,257 円</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【事業収入】 304,601,600 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 59,446,000 円</p> <p>【事業収入】 5,579,224 円</p> |
| 2023 (R5) 年度 (見込) | 489,373,000 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 77,270,000 円</p> <p>【各種事業収入】 4,400,000 円</p> <p>【補助金】 23,873,000 円</p> <p>【受託収入】 4,900,000 円</p> <p>【雑収入】 60,000 円</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【補助金】 5,759,000 円</p> <p>【受託収入】 400,000 円</p> <p>【事業収入】 312,300,000 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 43,773,000 円</p> <p>【補助金】 9,265,000 円</p> <p>【事業収入】 7,373,000 円</p> |

| | | |
|-------------------------|-----------------|--|
| 2024 (R6) 年度 (見込) | 489,373,000 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 77,270,000 円</p> <p>【各種事業収入】 4,400,000 円</p> <p>【補助金】 23,873,000 円</p> <p>【受託収入】 4,900,000 円</p> <p>【雑収入】 60,000 円</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【補助金】 5,759,000 円</p> <p>【受託収入】 400,000 円</p> <p>【事業収入】 312,300,000 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 43,773,000 円</p> <p>【補助金】 9,265,000 円</p> <p>【事業収入】 7,373,000 円</p> |
| 2025 (R7) 年度 (見込) | 489,373,000 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 77,270,000 円</p> <p>【各種事業収入】 4,400,000 円</p> <p>【補助金】 23,873,000 円</p> <p>【受託収入】 4,900,000 円</p> <p>【雑収入】 60,000 円</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【補助金】 5,759,000 円</p> <p>【受託収入】 400,000 円</p> <p>【事業収入】 312,300,000 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【市町村等からの負担金】 43,773,000 円</p> <p>【補助金】 9,265,000 円</p> <p>【事業収入】 7,373,000 円</p> |

(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 (実績) | 353,244,614 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【管理費】 41,436,392 円</p> <p>【事業費】 79,467,345 円 (マーケティング, ブランディング 推進, プロモーション費等)</p> <p>○カムイスキーリンクス特別会計</p> <p>【事業費】 193,814,095 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【事業費】 38,526,782 円</p> |
| 2021 (R3) 年度 (実績) | 381,252,162 (円) | <p>○本部会計</p> <p>【管理費】 43,252,014 円</p> <p>【事業費】 47,847,229 円 (マーケティング, ブランディング 推進, プロモーション費等)</p> <p>○カムイスキーリンクス会計</p> <p>【事業費】 224,749,193 円</p> <p>○ICTパーク特別会計</p> <p>【事業費】 65,403,726 円</p> |

| | | |
|-------------------------|-----------------|---|
| 2022 (R4) 年度 (実績) | 424,811,190 (円) | ○本部会計 【管理費】 41,451,483 円 【事業費】 41,560,720 円 (マーケティング, ブランディング推進, プロモーション費等) ○カムイスキーリンクス会計 【事業費】 277,842,890 円 ○ICTパーク特別会計 【事業費】 63,956,097 円 |
| 2023 (R5) 年度 (見込) | 486,347,000 (円) | ○本部会計 【管理費】 54,634,000 円 【事業費】 62,993,000 円 (マーケティング, ブランディング推進, プロモーション費等) ○カムイスキーリンクス会計 【事業費】 308,340,000 円 ○ICTパーク特別会計 【事業費】 60,380,000 円 |
| 2024 (R6) 年度 (見込) | 486,347,000 (円) | ○本部会計 【管理費】 54,634,000 円 【事業費】 62,993,000 円 (マーケティング, ブランディング推進, プロモーション費等) ○カムイスキーリンクス会計 【事業費】 308,340,000 円 ○ICTパーク特別会計 【事業費】 60,380,000 円 |
| 2025 (R7) 年度 (見込) | 486,347,000 (円) | ○本部会計 【管理費】 54,634,000 円 【事業費】 62,993,000 円 (マーケティング, ブランディング推進, プロモーション費等) ○カムイスキーリンクス会計 【事業費】 308,340,000 円 ○ICTパーク特別会計 【事業費】 60,380,000 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

・市町村からの負担金が主な運営資金であるが、将来に渡って持続可能なDMOの財政基盤を確保するため、旅行商品販売や平成30年度からカムイスキーリンクスの指定管理を行っており、その運営による利益拡大を図るとともに、財源確保手段として、ふるさと納税やクラウドファンディング、ECサイトの構築などの活用を検討する

・令和2年度からは、市中心部にあるICTパークの運営を行っており、各種eスポーツ大会やプログラミング教室などの開催と合わせて、各種収益事業を展開し、DMOの自主財源確保を図る。

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

北海道旭川市、上川町、東川町、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、美瑛町は、（一社）大雪カムイミントラ観光圏を当該都道府県及び市町村における地域連携DMOとして登録したく（一社）大雪カムイミントラDMOとともに申請。

北海道は、（一社）大雪カムイミントラDMOを当該都道府県及び市町村における地域連携DMOとして登録したく（一社）大雪カムイミントラDMOとともに申請。

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DMO（県単位以外）や地域DMO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DMOや地域DMO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】

・大雪山ツアーズ株式会社（地域DMO）

エリアが重複する大雪山ツアーズ株式会社（対象エリア：上川町）とは、随時各事業や観光客の入込状況などの情報を共有し、意見交換を行っている。

・一般社団法人ふらの観光協会（地域連携DMO）

エリアが重複する一般社団法人ふらの観光協会（対象エリア：美瑛町）とは、随時各事業や観光客の入込状況などの情報を共有し、意見交換を行う予定である。

・一般社団法人美瑛町観光協会（地域DMO）

エリアが重複する一般社団法人美瑛町観光協会（対象エリア：美瑛町）とは、随時各事業や観光客の入込状況などの情報を共有し、意見交換を行う予定である。

【区域が重複する背景】

当方が、上川町及び美瑛町を含む1市8町区域を対象とするDMOであるため

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

・大雪山ツアーズ株式会社

大雪山ツアーズ株式会社が上川エリアを対象とした旅行商品づくりやプロモーションが中心である一方で、当方においてはより広域的な視点での地域資源の結びつけ、例えば層雲峡エリア（上川町）と天人峡エリア（東川町）を結ぶ縦走チケットの造成や、上川町、東川町、旭川市を対象とした3泊4日でのアドベンチャートラベル商品の造成、圏域内の8スキー場連携でのプロモーション活動など展開している。

・一般社団法人ふらの観光協会

一般社団法人ふらの観光協会が富良野美瑛エリアを対象とした商品造成やプロモーションが中心である一方で、当方においては旭川空港を起点とした美瑛エリアも含めた広域的な視点での事業展開を見込んでいる。

・一般社団法人美瑛町観光協会

一般社団法人美瑛町観光協会が美瑛エリアにおける観光マナー問題などの地域課題の解決を目指した取り組みが中心である一方で、当方においては、旭川空港を起点とした美瑛エリアも含めた広域的な視点での事業展開を見込んでいる。

【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】

取組の視点が異なるため、効率的、効果的な活動が遂行できていると考える。

10. 記入担当者連絡先

| | |
|-----------|---------------------------------|
| 担当者氏名 | 服部慎一 |
| 担当部署名（役職） | （一社）大雪カムイミンタラDMO 総務部（マネージャー） |
| 郵便番号 | 070-0031 |
| 所在地 | 北海道旭川市3条通7丁目418番地の1オクノ6階 |
| 電話番号（直通） | 0166-73-6968 |
| FAX番号 | 0166-73-6992 |
| E-mail | hattori@taisetsu-kamui.jp |

11. 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・旭川市 |
| 担当者氏名 | 橋本 敦 |
| 担当部署名（役職） | 観光スポーツ交流部観光課（主幹） |
| 郵便番号 | 070-0035 |
| 所在地 | 旭川市5条通7丁目旭川フードテラス2階 |
| 電話番号（直通） | 0166-25-7168 |
| FAX番号 | 0166-26-8585 |
| E-mail | kankou@city.asahikawa.hokkaido.jp |

| | |
|-----------|----------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・鷹栖町 |
| 担当者氏名 | 佐野 守男 |
| 担当部署名（役職） | 産業振興課商工観光係（係長） |
| 郵便番号 | 071-1292 |
| 所在地 | 上川郡鷹栖町南1条3丁目5-1 |
| 電話番号（直通） | 0166-74-3582 |
| FAX番号 | 0166-87-2850 |
| E-mail | sangyou3@town.takasu.lg.jp |

| | |
|-------------|--------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・東神楽町 |
| 担当者氏名 | 河部 光慶 |
| 担当部署名（役職） | 産業振興課（係長） |
| 郵便番号 | 071-1592 |
| 所在地 | 上川郡東神楽町南1条西1丁目3番2号 |
| 電話番号（直通） | 0166-83-2114 |
| F A X 番号 | 0166-83-5100 |
| E - m a i l | shoko@town.higashikagura.lg.jp |

| | |
|-------------|--------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道当麻町 |
| 担当者氏名 | 宍戸 友裕 |
| 担当部署名（役職） | まちづくり推進課地域振興係（係長） |
| 郵便番号 | 078-1393 |
| 所在地 | 上川郡当麻町3条東2丁目11-1 |
| 電話番号（直通） | 0166-84-2111 |
| F A X 番号 | 0166-84-4883 |
| E - m a i l | chiikishinkou@town.tohma.lg.jp |

| | |
|-------------|---------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・比布町 |
| 担当者氏名 | 久保田 貴洋 |
| 担当部署名（役職） | 商工観光課商工観光振興室（室長） |
| 郵便番号 | 078-0392 |
| 所在地 | 北海道上川郡比布町北町1丁目2番1号 |
| 電話番号（直通） | 0166-85-4806 |
| F A X 番号 | 0166-85-2389 |
| E - m a i l | t-kubota@town.pippu.lg.jp |

| | |
|-------------|-----------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・愛別町 |
| 担当者氏名 | 大山 育夫 |
| 担当部署名（役職） | 産業振興課商工観光係（課長） |
| 郵便番号 | 078-1492 |
| 所在地 | 上川郡愛別町字本町179番地 |
| 電話番号（直通） | 01658-6-5111 |
| F A X 番号 | 01658-6-5110 |
| E - m a i l | sangyoushinkou@town.aibetsu.lg.jp |

| | |
|-----------|---------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・上川町 |
| 担当者氏名 | 吉田 進 |

| | |
|-------------|---|
| 担当部署名（役職） | 産業経済課（課長補佐） |
| 郵便番号 | 078-1753 |
| 所在地 | 上川郡上川町南町 180 番地 |
| 電話番号（直通） | 01658-2-4058 |
| F A X 番号 | 01658-2-1220 |
| E - m a i l | s2-yoshida@town.hokkaido-kamikawa.lg.jp |

| | |
|-------------|--|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・東川町 |
| 担当者氏名 | 松坂 志保 |
| 担当部署名（役職） | 経済振興課 |
| 郵便番号 | 071-1492 |
| 所在地 | 上川郡東川町東町 1 丁目 16-1 |
| 電話番号（直通） | 0166-82-2111 |
| F A X 番号 | 0166-82-3644 |
| E - m a i l | matsusaka.shiho@town.higashikawa.lg.jp |

| | |
|-------------|-----------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道・美瑛町 |
| 担当者氏名 | 只野 晴巳 |
| 担当部署名（役職） | 商工観光交流課（主事） |
| 郵便番号 | 071-0292 |
| 所在地 | 上川郡美瑛町本町 4 丁目 6-1 |
| 電話番号（直通） | 0166-92-4321 |
| F A X 番号 | 0166-92-4414 |
| E - m a i l | shoko-kanko@town.biei.hokkaido.jp |

| | |
|-------------|--------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 北海道 |
| 担当者氏名 | 榎波 純子 |
| 担当部署名（役職） | 上川総合振興局産業振興部商工労働観光課食・観光戦略室（室長） |
| 郵便番号 | 079-8610 |
| 所在地 | 旭川市永山 6 条 19 丁目 |
| 電話番号（直通） | 0166-46-5196 |
| F A X 番号 | 0166-46-5208 |
| E - m a i l | junko@pref.hokkaido.lg.jp |

記入日：令和5年8月31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】

北海道旭川市、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、上川町、東川町、美瑛町

【設立時期】 平成29年10月26日

【設立経緯】

①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】 今津 寛介

【マーケティング責任者(CMO)】 板谷 一希

【財務責任者(CFO)】 佐藤 佳奈

【職員数】 25人(常勤25人(正職員15人・非正規3人・出向等7人))

【主な収入】(令和4年度決算)

カムイスキーリンクス事業収入305百万円, 自治体負担金61百万円

【総支出】(令和4年度決算)

425百万円(一般管理費41百万円, 事業費42百万円, カムイスキーリンクス事業費278百万円等)

【連携する主な事業者】

1市8町の各自治体, 観光協会, 宿泊事業者等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

| 指標項目 | | R2年度 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|------------------------------|----|----------------|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ●旅行消費額 (千円/人) | 目標 | 50.0 (-) | 40.0 (-) | 55.0 (-) | 60.0 (-) | 65.0 (-) | 70.0 (-) |
| | 実績 | 36.3 (-) | 36.9 (-) | 54.7 (-) | | | |
| ●宿泊客延数 (千泊) | 目標 | 2,010 (525) | 620 (40) | 1,100 (170) | 1,600 (400) | 1,950 (480) | 2,100 (530) |
| | 実績 | 646 (2) | 647 (2) | 1,152 (100) | | | |
| ●来訪者満足度 (7段階) ※R3より5段階 | 目標 | 6.00 (-) | 4.30 (-) | 4.35 (-) | 4.40 (-) | 4.45 (-) | 4.50 (-) |
| | 実績 | 6.32 (-) | 4.42 (-) | 4.48 (-) | | | |
| ●リピーター率 (%) | 目標 | 70.0 (-) | 63.0 (-) | 64.0 (-) | 65.0 (-) | 66.0 (-) | 67.0 (-) |
| | 実績 | 69.8 (-) | 77.2 (-) | 75.5 (-) | | | |

戦略

【主なターゲット】

①大雪圏域ならではの自然景観やアクティビティと、食、歴史・文化などの体験を含めた地域との交流を深める国内都市圏や欧米豪のFIT層(主に20歳~30歳代)

②アジア圏を中心とした18歳未満の子供連れファミリー層

③安全・安心な観光を求める道内及び大雪圏域の住民

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

①に対してはスポーツやアウトドア活動を通じた自然の豊かさを、②には旭山動物園を中心に圏域を周遊できるモデルを提供し、長期滞在を、③は地域全体で安全・安心な観光スタイルを進めていく。

【観光地域づくりのコンセプト】

「神々の遊ぶ庭、大雪」~原始の生命に触れる~

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・圏域の魅力を体感できる着地型旅行商品の開発
- ・北海道パウダーベルト協議会を設立し、広域での連携商品を開発

【受入環境整備】

- ・観光施設の展示内容についてQRコードを活用した多言語化を支援
- ・大雪圏域ならではの文化、自然、歴史等を伝えることのできるガイド、コーディネーター等の育成

【情報発信・プロモーション】

- ・SNSでの発信強化
- ・駅、空港アクティビティセンターでの圏域情報発信の強化
- ・専門人材のネットワークを活用した海外プロモーションの実施

【その他】

- ・ATWS2023と連携したDOA, ポストサミットツアーの実施



| 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 (千円/人) | 目標 | 50.0 (-) | 40.0 (-) | 55.0 (-) | 60.0 (-) | 65.0 (-) | 70.0 (-) |
| | 実績 | 36.3 (-) | 36.9 (-) | 54.7 (-) | | | |
| ●宿泊客延数 (千泊) | 目標 | 2,010 (525) | 620 (40) | 1,100 (170) | 1,600 (400) | 1,950 (480) | 2,100 (530) |
| | 実績 | 646 (2) | 647 (2) | 1,152 (100) | | | |
| ●来訪者満足度 (7段階) ※R3より5段階 | 目標 | 6.00 (-) | 4.30 (-) | 4.35 (-) | 4.40 (-) | 4.45 (-) | 4.50 (-) |
| | 実績 | 6.32 (-) | 4.42 (-) | 4.48 (-) | | | |
| ●リピーター率 (%) | 目標 | 70.0 (-) | 63.0 (-) | 64.0 (-) | 65.0 (-) | 66.0 (-) | 67.0 (-) |
| | 実績 | 69.8 (-) | 77.2 (-) | 75.5 (-) | | | |