

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 3 年 10 月 26 日

## 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	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	(一財) 丘のまちびえい活性化協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	北海道上川郡美瑛町	
所在地	北海道上川郡美瑛町本町1丁目5-8	
設立時期	平成24年10月1日	
職員数	10人【常勤10人(正職員5人・出向2人・その他3人)】	
代表者	角和 浩幸 美瑛町長 (一財) 丘のまちびえい 活性化協会 代表理事	浜田哲前町長の跡を継ぎ、美瑛町長及び丘のまちびえい活性化協会の代表理事に就任。元新聞社勤務で、美瑛に移住後、農業と観光業に従事する傍ら、美瑛町議会議員を2期務めた。
アドバイザー (専門人材)	石黒 侑介 北海道大学・観光学高等 研究センター 准教授	北海道大学大学院・観光学高等研究センター准教授。2014年より美瑛町の観光マスタープラン作りを主導し、学術的見地から美瑛町の観光まちづくりへ提言をいただいている。
最高経営責任者 (CEO:チーフ・ エグゼクティブ・オ フィサー)	後路 宜伸 (一社) 美瑛町観光協会 会長	美瑛町役場を定年退職後、美瑛町観光協会会長に就任。観光協会の運営の責任者、及び丘のまちびえい活性化協会理事として、丘のまちびえいDMOの事業全般のCEOとしての職務を担う。
データ収集・分析等 の専門人材 (CMO:チーフ・ マーケティング・オ フィサー)	泉 剛生「専従」 (一財) 丘のまちびえい 活性化協会 事務局次長 兼 事業係長	大手旅行会社に8年間勤務した経験を活かし、町観光協会にて3年間事業開発やプロモーションを担当。旅行商品の企画や体験型プログラムの造成等を担う。総合旅行業務取扱管理者。
財務責任者 (CFO:チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー)	長野 克哉 (一財) 丘のまちびえい 活性化協会 事務局長	美瑛町役場から出向。丘のまちびえい活性化協会の運営全般の責任者として、財務経理の最高責任者としての責を担うとともに、丘のまちびえいDMOの事業執行についても中心的な役割を担う。

(別添) 様式 1

<p>プロダクト責任者 (CPO:チーフ・ プロダクト・オフィ サー)</p>	<p>成田 博 (一社) 美瑛町観光協会 事務局長</p>	<p>美瑛町役場から出向。役場で観光振興も担当し、 富良野・美瑛エリアの地域連携DMOのメンバー でもあるため、広域連携も視野に、着地型の観光 商品開発の責任者としての役割を担う。</p>
<p>滞在型プログラム・ 旅行商品造成担当 (専門人材)</p>	<p>花輪 美希「専従」 (一財) 丘のまちびえい 活性化協会</p>	<p>大手旅行会社に勤務した経験を活かし、体験プロ グラムの予約受付や顧客管理、旅行会社とのやり 取り全般を行っている。また、SNSによる情報 発信でも中心的役割を担っている。</p>
<p>滞在型プログラム・ 旅行商品造成担当 (専門人材)</p>	<p>小倉 博昭「専従」 (一財) 丘のまちびえい 活性化協会</p>	<p>ネイチャーガイドとして、富良野・美瑛エリアの ガイドを長年務める。丘のまちびえいDMOでは マスターガイドとして活動する傍ら、後進ガイド の育成や旅行商品の開発も担う。</p>
<p>滞在型プログラム・ 旅行商品造成担当 (専門人材)</p>	<p>岩佐 高子 (一社) 美瑛町観光協会 係長</p>	<p>美瑛町観光協会のプロパーとして長年勤務。第3 種旅行業登録をしている美瑛町観光協会におい て、旅行商品の造成・販売の中心的な役割を担 う。国内旅行業取扱管理者。</p>
<p>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"> <li>・美瑛町 まちづくり推進課 (総合戦略)</li> <li>商工観光交流課 (観光振興、商工業振興、 観光マスタープラン策定担当)</li> <li>文化スポーツ課 (文化スポーツ振興)</li> <li>建設水道課 (社会資本整備、公園)</li> <li>総務課 (地域公共交通・情報戦略)</li> <li>農林課 (農業・林業・畜産業振興)</li> </ul>	
<p>連携する事業者名 及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(一社) 美瑛町観光協会 (着地型旅行商品販売、観光プロモーション、 滞在型プログラム企画、観光周遊バス「美遊バス」(二次交通))</li> <li>・(有) 美瑛物産公社 (特産品開発、道の駅運営、ホテル運営)</li> <li>・美瑛町商工会 (特産品開発、キャッシュレス化推進)</li> <li>・JAびえい (農業体験プログラム提供、6次産業化推進、特産品開発)</li> <li>・JR北海道・道北バス・美瑛ハイヤー (アクセス改善、二次交通確保)</li> <li>・(一財) 美瑛町農業振興機構 (農業体験プログラム提供、特産品開発)</li> <li>・びえい白金温泉組合 (宿泊サービス改善、宿泊の提供)</li> <li>・NPO美瑛写真映像協会 (滞在型プログラム企画)</li> <li>・(株) 北海道宝島旅行社 (滞在型プログラム企画・販売支援)</li> </ul>	
<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>(該当する要件)</p> <p>① (一財) 丘のまちびえい活性化協会は、行政、農業、観光業等の関係者が 参加して設立されており、各代表者が集まって年3回程度の会議を開催 し、合意形成を図っている。</p> <p>② 町内の関係機関および町内事業者や有識者等とともに、丘のまちびえいD MOの円滑な事業推進を図ることを目的とした戦略協議会において、DM Oが行う取組に関する連絡調整を行っている。</p>	

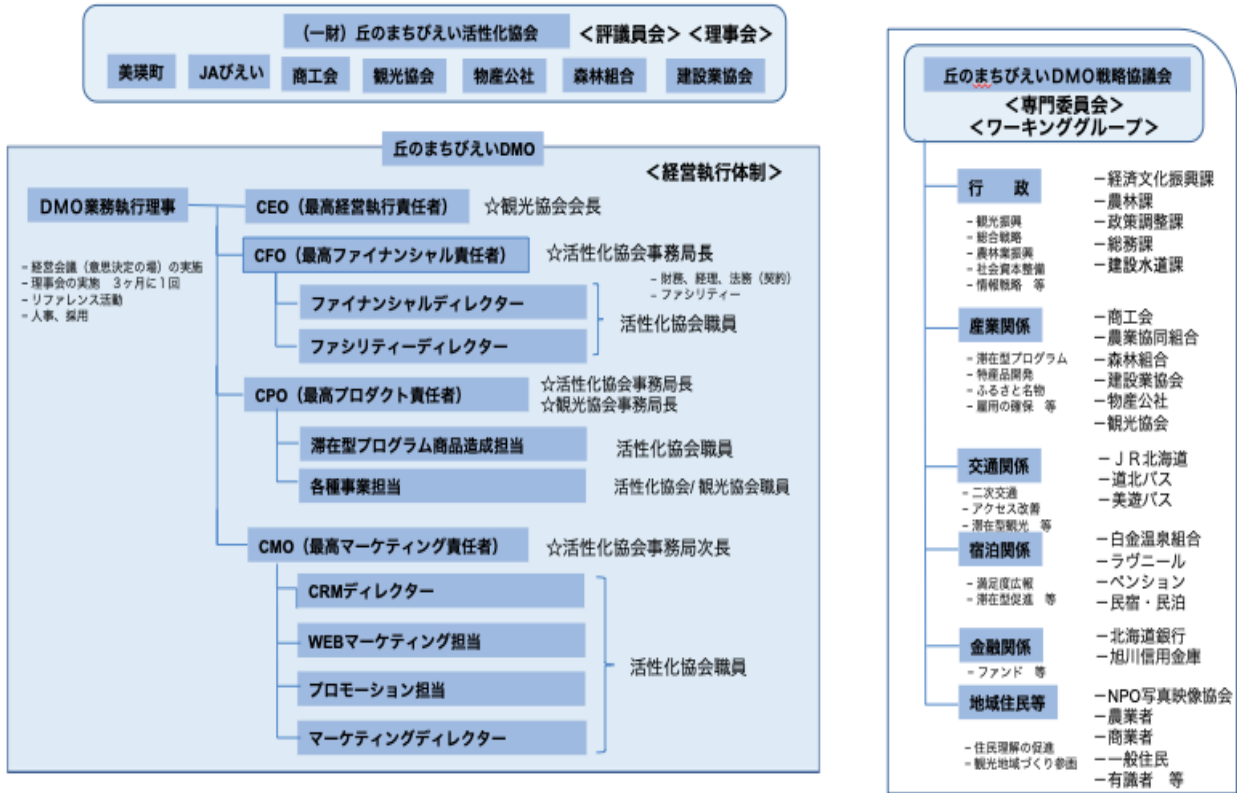
(別添) 様式 1

<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>	<p>丘のまちびえいDMO戦略協議会を通して、行政・観光関係者等が定期的にコミュニケーションを図るとともに、DMO戦略協議会のワーキンググループとしての位置づけで設置する委員会等を通して、新たな観光地づくりに参画する機会を作ることで、観光に対しての住民の意識改革を図る。</p> <p>また、普段、観光スポットや観光施設に訪れることの少ない住民向けに案内ツアーを行い、観光事業に対する理解と住民満足度の向上を目指した取り組みを行っている。</p> <p>観光関連事業者に向けては、町内全域での観光CRM事業のキャンペーンへの協力を募るとともに、そのCRM事業で得られたアンケートデータ分析の結果をまとめ、定期的に報告会を開いて、観光サービスや商品の開発と販売促進のためのデータ共有を行っている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>行政、各産業が連携し、地域資源や美瑛ブランドを活かした事業の推進により町の活性化を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光CRM事業</li> <li>・体験型ツアー商品の企画・販売</li> <li>・国際観光交流推進事業</li> <li>・美瑛ブランディング事業</li> <li>・特産品開発、PR、販売支援(6次産業)事業</li> <li>・地域食材活用普及事業</li> <li>・情報発信事業</li> <li>・アンテナショップ支援事業</li> <li>・産業振興研修助成事業 ほか</li> </ul> <p>(定量的な評価)</p> <p>観光客入込数は、平成24年度1,332千人、平成25年度1,494千人、平成26年度1,791千人、平成27年度1,698千人、平成28年度1,660千人、平成29年度1,679千人、平成30年度2,262千人、令和元年度2,419千人と年々増加傾向にあったが、コロナ禍の影響を受けた令和2年度は、1,295千人と前年度から半減した数字に留まった。</p> <p>(一財)丘のまちびえい活性化協会は、各関係事業者が相互に連携し、まちづくりの主体として、総合的、一体的なまちづくりに向けて各種事業の推進を図っている。</p>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>(一財)丘のまちびえい活性化協会は、町内主要団体の長で構成されているため、理事会・評議員会において事業と予算の承認を行うことでも、地域の合意形成および理解を得ながらの業務執行をおこなっている。</p> <p>また、DMO経営の執行体制を構築し、事業執行最高責任者(CEO)を設置し、CEOを中心とした経営会議を定期的に開催して、敏速な意思決定を行いながら戦略に沿った事業を展開する。</p> <p>事業の推進において、「DMO戦略協議会」を設置して地域の関係機関との連絡調整のネットワークを構築し、さらに「DMO戦略協議会」配下に、推進する事業に応じて戦略的な委員会を置き、地域の協力を最大限に得ながら事業の推進を行っている。</p>

(別添) 様式 1

(実施体制図)

丘のまちなびえいDMO 実施体制



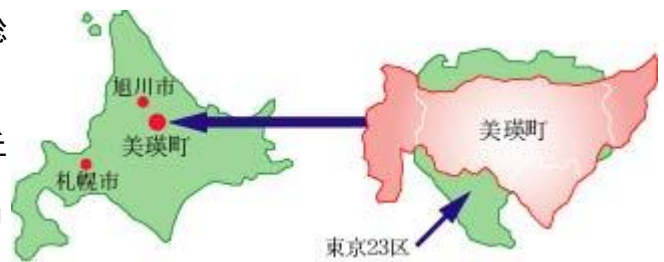
2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

北海道のほぼ真ん中に位置する美瑛町は、総面積 676.78 km<sup>2</sup>と東京 23 区 (622.99 km<sup>2</sup>) を一回り大きくしたほどの広さを持つ。その広大なエリアの中に、パッチワークの丘と呼ばれる農業景観から、青い池・白金温泉・十勝岳連峰・大雪山国立公園を有する山岳エリアまで、多岐に渡る観光資源が存在している。



**【観光客の実態等】**

パッチワークの丘と呼ばれるヨーロッパを思わせる丘陵地、大雪山国立公園に指定されている十勝岳連峰の大自然、泉質の良さには定評のある白金温泉をはじめ、彩り豊かな観光花畑や青い池といった近年人気の高まっているスポットも多い。特に、なだらかでカラフルな丘の景観は、北海道内でもここでしか見られない稀有な風景であり、その風景に感動してリピーターになる観光客や国内外の写真愛好家、風景に魅了されて都会から移り住む移住者も多い。

また、「日本で最も美しい村」連合を立ち上げ、失ったら二度と取り戻せない日本の農山漁村の景観・文化を守りつつ、小さくても素晴らしい地域資源や美しい景観を持つ村の存続と自立を目指す運動を行っている。今後はこうした取り組みをさらに発展させ、地元産の食や文化的要素も加えた形での、新たな着地型・滞在型の観光地づくりを目指していく。

**【観光資源：観光施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】**

**観光施設**

- ・「四季の情報館」(JNTO カテゴリー2 認定観光案内所)
- ・「拓真館」(前田真三写真館)「四季の交流館」
- ・ふれあい館「ラヴニール」(ホテル・加工体験施設)
- ・丘のまち交流館「bi. yell (ビ. エール)」(町内外者が自由に交流する場)
- ・道の駅びえい「白金ビルケ」(白金地区を中心とした観光案内など)
- ・道の駅びえい「丘のくら」(街中を中心としたお土産物販と飲食など)
- ・「十勝岳火山砂防情報センター」
- ・「北西の丘」「新栄の丘」「三愛の丘」などの各種展望公園
- ・「四季彩の丘」「ぜるぶの丘」などの観光花畑施設
- ・「ファームズ千代田」「美瑛ファーム」などの観光牧場施設
- ・「美瑛選果」「ふるさと市場」などの農産物直売施設

**自然**

- ・「パッチワークの丘」(生産農家が作り出す丘陵地の畑の景観)
- ・丘の上に立つ境界木
  - 「ケンとメリーの木」
  - 「セブンスターの木」
  - 「マイルドセブンの丘」
  - 「クリスマスツリーの木」ほか
- ・雄大な「十勝岳連峰」／白金地区に広がる原生林を含む「大雪山国立公園」
- ・流れる水が青く見える「美瑛川(ブルーリバー)」と周辺の「青い池」「白ひげの滝」
- ・“杖忘れの湯”と呼ばれ、泉質の高さには定評のある「びえい白金温泉」
- ・“森の巨人たち 100 選” に選ばれている樹齢 900 年のカツラの巨木「森の神様」
- ・桜の名所「聖台ダム公園」「憩ヶ森公園」
- ・希少な野生生物
  - 「オシヨロコマ」(原始イワナ ※美瑛川で進化)
  - 「ニホンザリガニ」
  - 「ナキウサギ」(十勝岳に生息) ほか

**文化**

- ・白金太鼓
- ・獅子舞
- ・写真
- ・陶芸
- ・活性化交流施設「ビ. エール」
- ・町民センター
- ・各種美術館及び写真館(西美の杜美術館、拓真館ほか)

(別添) 様式 1

- ・図書館
- ・郷土学館「美宙」(昼間の星を観察できる天文台併設)

**スポーツ**

- ・歩くスキー、バックカントリースキー
- ・サイクリング
- ・ウォーキング、マラソン
- ・登山
- ・スノーモービル
- ・総合体育館
- ・テニスコート
- ・パークゴルフ場
- ・野球場
- ・町民スキー場
- ・陸上競技場

**イベント**

- ・丘のくらまつり (4月)
- ・桜まつり (5月)
- ・ヘルシーマラソン (6月)
- ・十勝岳山開き (6月)
- ・那智・美瑛火祭り (7月)
- ・どかんと農業祭り (8月)
- ・センチリーライド(サイクリングイベント) (9月)
- ・雪遊び広場 (1月)
- ・宮様国際スキーマラソン (2月)

**観光(研修施設含む) 関連施設**

- ・宿泊施設  
国立大雪青少年交流の家  
地域交流宿泊研修施設  
二地域体験住宅 6棟 他
- ・キャンプ場  
国設白金キャンプ場  
自然の村キャンプ場
- ・その他施設  
白金保養所(日帰り温泉入浴施設)  
白金観光センター(白金地区案内所・ネイチャークラブ)  
交流促進施設(体験施設)

**美瑛 100 選**

●官公庁関係

- ・美しい日本のむら景観百選(農林水産省)  
平成3年選定 農村としての美しい景観の百選(農村景観百選とも呼ばれる)  
<参考>  
百選と名づけられているが、実際に選定されたのは89件で、平成4年以降には、同様の趣旨で美しい日本のむら景観コンテスト(美瑛は未受賞)が開催されている。  
【選定箇所】美瑛町
- ・森の巨人たち百選(林野庁 全国森林レクリエーション協会 など)  
平成12年4月選定 次世代への財産として残すべき「国民の森林」を選び、保護活動を進める事業の一環として、日本全国の国有林の中から直径1m以上の樹木や地域のシンボルになっている樹木を候補とし選定。

【選定箇所】森の神様

カツラの木 幹周 1,151 cm 樹高 31m 樹齡 (推定) 900 歳 愛称「森の神様」

- ・疎水百選 (全国水土里ネット (全国土地改良事業団体連合会) 企画研究部)  
疎水百選とは、平成 17 年 10 月から 12 月まで、広く国民の皆さまよりインターネットとハガキ・FAX による投票を受け付け、その後の選定委員会による評価と合わせて、全国の疎水の中から 110 箇所を選定したものの。

【選定地】旭川聖台用水

- ・ダム湖百選 (財団法人 ダム水源地環境整備センター)  
ダム湖百選を認定するため、学識経験者によるダム湖百選選定委員会を設立し、平成 17 年 2 月 21 日に同委員会で 65 ダム湖が選定された。

【選定地】聖台ダム公園

●民間企業等

- ・「美しい日本の歩きたくなるみち」500 選 (美しい日本の歩きたくなるみち推進会議)  
平成 15 年 12 月 国土交通省の後援を受けた (社) 日本ウォーキング協会が事務局となり、「歩きたくなるみち」推薦会議 (2005 年に美しい日本の歩きたくなるみち推進会議へ改名) を設立し公募したものです。

【選定地】リフレッシュライン

- ・アイラブ北海道新百景 (読売新聞北海道支社)  
読売新聞北海道発行 40 周年を記念し、候補地を募集し選定したもので、一番好きな風景、景観を広く公募し、美瑛の丘が選定された。

【選定地】美瑛の丘

- ・北海道自然 100 選 (朝日新聞北海道支社編集部編)  
昭和 62 年 5 月 発行

【選定地】白樺街道

- ・人と自然が織りなす日本の風景百選  
(愛・地球博パートナーシップ事業の民間企業環境部門第 1 号として、名鉄グループ「人と自然が織りなす日本の風景百選 実行委員会」)  
平成 14 年から一般公募が行われ、第 1 回・第 2 回合わせて 1,071 か所の推薦があった。写真募集も行われ、第 1 回・第 2 回候補地を合わせて 211 か所を対象として行われた。最終選定地 (百選) と選定写真の発表が平成 17 年に行われた。

【選定地】十勝岳山麓に広がる田園風景 北海道富良野市・美瑛町

- ・ふるさとの駅百選 (南正時著 淡交社発行)  
鉄道と旅の写真家・南正時氏が平成 7 年 9 月に刊行した著書による百選。

【選定箇所】JR 美瑛駅

- ・日本の駅舎百選 (杉崎行恭著 JTB キャンブックス発行)  
カメラマン杉崎行恭氏が平成 6 年 10 月に刊行した著書による百選。昭和 30 年代以前に建てられた雰囲気のある駅舎ベスト 100 と知られざる珠玉の駅舎を 40 掲載。  
BOOK タイトル「日本の駅舎」

【選定箇所】JR 美瑛駅

- ・日本の駅舎新百選 (杉崎行恭著 JTB キャンブックス発行)  
カメラマン杉崎行恭氏が平成 12 年 11 月に刊行した著書による百選。「日本の駅舎」に続く第 2 弾。21 世紀に残したい日本の駅舎新 100 選や知られざる駅舎を紹介。  
BOOK タイトル「駅舎再発見」

【選定箇所】JR 美瑛駅

- ・日本百名山 (深田久弥著)  
登山家、文筆家・深田久弥氏が昭和 39 年に刊行した著書。  
日本列島の山から百座選び、それぞれの山を主題として百の随筆を記した。  
BOOK タイトル「日本百名山」など集英社他数社から刊行。

<p>【選定箇所】十勝岳</p> <p>●その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「日本で最も美しい村」連合 フランスの「最も美しい村運動」に範をとり、2005年に美瑛町が発起人となって、7つの町村からスタート。2010年にはその活動成果が評価され、「世界で最も美しい村連合会」への加盟が認められた。2015年には、美瑛町にて日本初となる世界大会が開催された。13年目を迎えた現在では、加盟自治体・地域が62まで増えている。</li> </ul> <p>【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】</p> <table border="1"> <tr> <td>白金温泉地区</td> <td>6施設</td> <td>収容人数</td> <td>1,125名</td> </tr> <tr> <td>ペンション等</td> <td>45施設</td> <td>収容人数</td> <td>793名</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>51施設</td> <td></td> <td>1,918名</td> </tr> </table> <p>【利便性：区域までの交通、域内交通】</p> <p>旭川空港から市街地まで車で15分、千歳空港からは高速道路を利用して2時間半とアクセスは良い。また公共交通機関も、JR旭川駅から美瑛駅まで30分、旭川駅～旭川空港～美瑛駅を結ぶふらのバス・ラベンダー号、旭川駅前～美瑛駅～白金温泉を結ぶ道北バスといった路線バス網もある。また、町内の二次交通対策として「美遊バス」を運行している。</p> <p>【外国人観光客への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光協会のホームページにて、観光情報を4ヶ国語（日本語・英語・中国語繁体字・韓国語）で発信し、外国人観光客に対しサービス向上や観光マナー対策としてまとめたガイドブックを配布している。</li> <li>・JNTOのカテゴリー2（英語での対応を常時出来る観光案内所）の観光案内所を開設している。</li> <li>・スマートフォンに対応した専用アプリを配信している。</li> <li>・町内飲食店や商店に対して電子マネーやキャッシュレス化を推進している。</li> <li>・観光CRM事業（アンケート型キャンペーン「美瑛時間プレゼントキャンペーン」）において、外国人観光客のニーズや動向、属性分析などを行っている。</li> </ul>	白金温泉地区	6施設	収容人数	1,125名	ペンション等	45施設	収容人数	793名	合計	51施設		1,918名
白金温泉地区	6施設	収容人数	1,125名									
ペンション等	45施設	収容人数	793名									
合計	51施設		1,918名									

### 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
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。	グーグル・アナリティクスを活用して実施。
旅行者満足度	観光振興に対する現状の分析や次の展開に活かすため。	観光CRM事業でアンケート調査を実施して独自に調査。
観光客入込	観光客の利用状況を把握し、これからの観光施策に活用する。	宿泊施設、観光施設に対する観光入込客数調査を実施。
旅行消費額	旅行消費額を調査することで、今後の検討基礎資料とする。	観光CRM事業でアンケート調査を実施して独自に調査。
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。	アンケート調査を町の事業として実施。



## 4. 戦略

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

美瑛町では人口が1万人を切り、少子高齢化が進んでいる。また、入込客数の急激な増加と農地への立ち入り等の観光マナー問題による農業と観光の軋轢が大きな地域課題となっている。そうした地域課題を解決するために、DMOが橋渡し役となって農業と観光との間の程よいバランス作りを行うとともに、農業景観への正しい理解の醸成を目指している。

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ヨーロッパを思わせる丘の農業景観</li> <li>・ 世界的に有名な「青い池」</li> <li>・ 色鮮やかな観光資源 (青い池・花畑など)</li> <li>・ 豊富なスポット (～の木・～の丘など)</li> <li>・ 日本最大の広さを持つ大雪山国立公園</li> <li>・ 旭川空港から車で15分というアクセス</li> <li>・ 市街地から車で20分で行ける天然温泉</li> <li>・ 畑作・稲作・酪農すべて生産できる土壌</li> <li>・ 安心安全で美味しい農畜産物、豊富な食材</li> <li>・ 魅力的な飲食店、宿泊施設が多くある</li> <li>・ 都会からの移住者が多く集まる</li> <li>・ 地名のブランド力がある、知名度が高い</li> <li>・ 道路・回線等のインフラが整備されている</li> <li>・ 美瑛発グルメの取組 (カレーうどんなど)</li> <li>・ 写真の「聖地」として有名</li> <li>・ 本通りの街並み景観</li> <li>・ 複数のミシュラン掲載店や美瑛選果の存在</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光客の夏期集中</li> <li>・ 閑散期 (夏以外) の魅力不足・PR不足</li> <li>・ 通過型観光の傾向／宿泊者数の伸び悩み</li> <li>・ 移動手段の少なさ／二次交通不足</li> <li>・ 歩いて回れる観光施設が少ない</li> <li>・ 冬道のドライブ観光の不安</li> <li>・ 東京以外からの航空便の不便さ</li> <li>・ 雨の日に楽しめる場所が少ない</li> <li>・ 美瑛を象徴するようなお土産品がない</li> <li>・ 地元名物と言える伝統料理がない</li> <li>・ 景観の保全／農地の維持・管理</li> <li>・ 観光と農業の摩擦</li> <li>・ 受入態勢の整備／外国語対応</li> <li>・ 食事する場所や夜の遊び場が少ない</li> <li>・ 町民の観光への理解不足</li> <li>・ 宿泊施設のキャパ不足</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 旭川空港への国際線の就航の増加</li> <li>・ 北海道新幹線の開通</li> <li>・ エコツーリズム、スロツーリズム人気</li> <li>・ アジアの経済発展に伴う観光マーケットの拡大及びアジアからの観光客の増加</li> <li>・ メディアへの露出の多さ (TV、CM、ドラマ、映画、雑誌など)</li> <li>・ 日本でも最も美しい村連合への参加</li> <li>・ 四季折々の季節感がハッキリしている</li> <li>・ 都会の人が求める癒しがある (理想郷)</li> <li>・ リピーターやコアなファンが多い</li> <li>・ 写真愛好家に被写体として人気</li> <li>・ 外国人観光客が急増している</li> <li>・ 冬の観光、雪を生かしたビジネスチャンス</li> <li>・ 東京オリンピック</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 十勝岳の噴火／自然災害</li> <li>・ 自然景観 (農地) が失われること</li> <li>・ 農畜産物への伝染病</li> <li>・ 観光客のマナー問題</li> <li>・ 高齢化、農業の担い手不足</li> <li>・ 観光インフラの整備</li> <li>・ 観光による交通渋滞</li> <li>・ 外国人による交通事故・自転車事故等</li> <li>・ 観光に対する住民理解の低下</li> <li>・ 他の観光地との競争の激化</li> <li>・ 若者の国内旅行離れ</li> <li>・ 中国バブルの崩壊の予見</li> <li>・ 消費増税／国内景気／為替の影響</li> <li>・ 人口減少、人手不足</li> <li>・ JR富良野線などの存続問題</li> <li>・ 海外サイトでの口コミ対策</li> <li>・ 外国資本による乱開発への懸念</li> <li>・ バスツアーブーム</li> </ul>

### (3) ターゲット

○第1ターゲット層 国内・道内のリピーター、滞在客
○選定の理由、○取組方針 通過型観光の傾向が顕著な美瑛町は、増え続ける入込人数に対して宿泊する人数が1割程度しかない。そのため、外から訪れる観光客が増えても町に外貨が落ちず、観光による恩恵を感じにくいという課題が残されたままになっている。 この課題を解決するために、日本人のリピーターや宿泊を伴う滞在客を増やすことが最優先。CRMのアンケートによる分析から、国内客の65%以上がリピーターで、うち23%以上が10回以上来訪しているという結果も出ている。コアな美瑛ファンを増やし、夏以外の季節への来訪や宿泊を伴う滞在を促進するような魅力づくりを行っていく。
○第2ターゲット層 アジアからの外国人客
○選定の理由、○取組方針 6~9月の夏季に一極集中し、それ以外の時期には激減してしまう観光客の入り込みを、年間を通じて平準化するための取り組みとしてインバウンドを活用する。それぞれの国の旅行時期にあった情報を発信してプロモーションを行い、自然景観の写真の聖地として、一年を通して集客を図るターゲットとする。特に冬の魅力の発信に力を入れていく。 既に多くの観光客が訪れている台湾・香港・中国・韓国をはじめ、近年増えつつあるシンガポール・タイ・マレーシアといった東南アジアからの誘客も図っていく。
○第3ターゲット層 欧米からの外国人客
○選定の理由、○取組方針 「日本で最も美しい村」連合の発起人である美瑛町。その取り組みのお手本としたフランスをはじめ、イタリア、ベルギー・ワロン地方、カナダ・ケベック州、新たに加わったスペインとともに、世界で最も美しい村連合会に加盟している。こうした連携を通じて広まった交流の輪を、一般市民レベルにも浸透させ、互いの国を訪問し合うような関係性づくりを目指す。

### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>持続可能な「日本で最も美しい村」観光地マネジメント ～くらしに貢献できる観光の実現を目指して～</p> <p>地域のDNA（歴史、文化、生活、誇り等）を有料で体験させてあげる仕組みづくりの構築により、農業と観光の共生、住民と観光客の共生（住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり）</p>
②コンセプトの考え方	<p>「来た時より美しく」次世代に美瑛を引き継ぐために、美瑛町における農業および観光業の重要性について地域住民の理解を醸成しながら、美瑛町の価値ある資産を点から線へ、線を面へと地域の価値を商品化し、統一したブランド展開で地域全体のトータルの価値を高め観光客の満足度を最大化するとともに、地域経済の発展と住民幸福度の向上を図る。</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	<p>(一財) 丘のまちびえい活性化協会 理事会および評議会、またDMO戦略協議会を通して、行政・観光関係者等が定期的にコミュニケーションを図り、委員会等を通して新たな観光地づくりに参画する機会を作ることで、観光に対しての住民の意識改革を図る。</p> <p>また、地域資源を掘り起こす研修会などを実施する。</p> <p>理事会および評議会は、年4回定期的に開催。</p> <p>DMO戦略協議会を2018年10月1日に立ち上げ、今後年2回を目処に開催予定。</p> <p>さらに、DMO主導による地域住民も含めた専門委員会を、プロジェクトごとにその都度開催し、新たな観光地づくりに参画する機会を作ることで、観光に対しての住民の意識改革を図る。</p> <p>①インバウンド観光振興(観光体験プログラム造成) ②魅力体験ポイント(視点場)整備事業 ③美食ツーリズム推進 等</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>CRMで得られたデータやその分析結果を、定期的に飲食店や宿泊施設など、地域の観光サービスに係る事業者向け説明会を実施。</p> <p>あわせて、キャッシュレス化を推進するための説明会を定期的に開催し、外国人の消費増加に向けた取り組みを行っている。</p> <p>また、DMOが率先して新たな観光商品開発を進めるとともに、美瑛独自の認証制度「ビエイティフル」認定製品を増やしていく。</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の公式HPを立ち上げ、農業と連携した体験プログラムの紹介や地域に根ざした魅力的な情報発信を行っている。また、月1回のメールマガジンの発行や、InstagramやFacebook、YouTubeなどのSNSを活用した多角的な情報発信も行っている。</p>

## 6. KPI (実績・目標)

### (1) 必須KPI

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	11,500 ( )	12,000 ( )	12,500 ( )	13,000 ( )	13,500 ( )	14,000 ( )
	実績	16,049 ( )	12,048 ( )	12,617 ( )	( ) ( )	( ) ( )	( ) ( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	275,000 ( )	277,500 ( )	280,000 ( )	282,500 ( )	285,000 ( )	287,500 ( )
	実績	269,000 (36,917)	230,400 (26,219)	87,000 (106)	( ) ( )	( ) ( )	( ) ( )
●来訪者満足度 (%)	目標	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )

(別添) 様式 1

	実績	82.0 ( )	88.1 ( )	88.8 ( )	( )	( )	( )
●リピーター率 (%)	目標	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )
	実績	65.2 ( )	58.2 ( )	64.1 ( )	( )	( )	( )

※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】

通過型の傾向が顕著な観光地としての課題を是正すべく、入込数の増加は目指さず、宿泊者数のアップを含めた滞在時間を伸ばすための取り組みを行っていく。  
 なお、宿泊者数以外の指標は、町内 200 箇所以上に置かれたQRコードを読んでアンケートに答えてもらう、美瑛町独自で導入した観光CRM事業のアンケート結果により算出する。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

年間の伸び率 5%アップを目標として、毎年 1 人あたり 500 円ずつの増加にて設定。  
 四季折々の特色を活かした体験型観光商品を新たに開発し提供していくことで、滞在時間を伸ばし、宿泊へとつなげていけるような取り組みを行っていく。  
 また、お土産品としてのビエイティフルの商品認定のほか、キャッシュレス決済の普及促進による受け入れ態勢の強化などを行うことで、旅行消費額の増加を図る。

#### ●延べ宿泊者数

飽和状態である夏以外の時期において宿泊客を誘致することによって、年間を通しての延べ宿泊者数を上げていくことを目指す。  
 特に冬の時期の魅力アップや施策強化を行い、全体の底上げを図っていく。  
 ただ、地震以降の来訪客ダウンが顕著であるため、まずはその回復に取り組み、年間で 1%ずつアップさせていくことを目標とする。

#### ●来訪者満足度

観光CRM事業初年度の結果は、美瑛のコアなファンが数多く回答した影響もあり、89.9%という比較的高い数字が出た。  
 次年度以降は、ライトな層や外国人客を含めたカジュアルな回答者が増えることが予想されるが、この初年度の数字をベースにして、この水準をキープできるよう、二次交通の充実や体験プランの新設など、課題を改善し魅力を上げる努力をしていく。

#### ●リピーター率

観光CRM事業初年度の結果は、上記同様に美瑛のコアなファンが数多く回答した影響もあり、64.3%という高い数字が出た。  
 このうち、10 回以上訪問しているヘビーリピーターも 23%いるという結果が出た。  
 ただし、白金青い池の人気急上昇に伴うビギナー来訪者の急増といった要因もあり、今後はビギナー率が上がっていくことが予想される。  
 従って、上記同様に、次年度以降はこの高い水準を維持していくことを目標として、何度も訪れたい魅力を作り、閑散期にも来てもらえる通年型の観光地を目指す。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●平均宿泊数 (泊)	目標	1.45 ( )	1.50 ( )	1.55 ( )	1.60 ( )	1.65 ( )	1.70 ( )
	実績	1.40 ( )	1.39 ( )	1.23 ( )	( )	( )	( )

※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

<p><b>【検討の経緯】</b>          滞在型の観光地づくりを目指し、滞在時間を伸ばすことを指標として目標を設定した。</p> <p><b>【設定にあたっての考え方】</b>          ●平均宿泊数          日帰りより1泊、1泊より2泊と、宿泊需要や連泊需要を増やしていくことを目標とし、この地にゆっくりと滞在し、暮らすように過ごす滞在型ツーリズムを推進していく。最も直近の実績値(29年度)をベースに、毎年0.05泊ずつ上げていく形で設定。</p>
---

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
2018(H30) 年度	128,885,330(円)	<b>【町からの補助金】</b> 85,879,000円(活性化協会分) <b>【町からの指定管理収入】</b> 39,525,000円 (ビール・道の駅白金ビルケ分) <b>【民間からの委託管理収入】</b> 2,087,864円(ビルケ分) <b>【収益事業収入】</b> 1,393,319円(DMO分ほか)
2019(R1) 年度	146,194,842(円)	<b>【町からの補助金】</b> 105,596,000円(活性化協会分) <b>【町からの指定管理収入】</b> 32,601,000円 (ビール・道の駅白金ビルケ分) <b>【民間からの委託管理収入】</b> 3,291,806円(ビルケ分) <b>【収益事業収入】</b> 4,706,036円(DMO分ほか)
2020(R2) 年度	122,062,242(円)	<b>【町・国からの補助金】</b> 63,907,000円(活性化協会分) <b>【町からの指定管理収入】</b> 33,276,000円 (ビール・道の駅白金ビルケ分) <b>【民間からの委託管理収入】</b> 3,783,775円(ビルケ分) <b>【収益事業収入】</b> 3,094,533円(DMO分ほか) <b>【繰越金】</b> 18,000,787円
2021(R3) 年度	114,533,000(円)	<b>【町・国からの補助金】</b> 71,480,000円(活性化協会分) <b>【町からの指定管理収入】</b> 35,354,000円 (ビール・道の駅白金ビルケ分) <b>【民間からの委託管理収入】</b> 4,760,000円(ビルケ分) <b>【収益事業収入】</b> 2,939,000円(DMO分ほか)

## (別添) 様式 1

2022 (R4) 年度	113,000,000 (円)	【町・国からの補助金】 70,000,000 円 (活性化協会分) 【町からの指定管理収入】 35,000,000 円 (ビール・道の駅白金ビルケ分) 【民間からの委託管理収入】 5,000,000 円 (ビルケ分) 【収益事業収入】 3,000,000 円 (DMO 分ほか)
2023 (R5) 年度	113,000,000 (円)	【町・国からの補助金】 70,000,000 円 (活性化協会分) 【町からの指定管理収入】 35,000,000 円 (ビール・道の駅白金ビルケ分) 【民間からの委託管理収入】 5,000,000 円 (ビルケ分) 【収益事業収入】 3,000,000 円 (DMO 分ほか)

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	122,711,974 (円)	【一般管理費】 14,403,793 円 (活性化協会運営費) 【施設管理費】 42,494,531 円 (ビール・ビルケ指定管理) 【地域DMO推進事業】 23,114,100 円 (DMO推進) 1,209,952 円 (国際観光交流) 6,988,237 円 (CRM事業) 5,796,987 円 (農泊推進) 【地域活性化事業】 5,937,578 円 (ブランディング) 381,536 円 (地域特産物) 1,618,152 円 (情報発信) 17,216,108 円 (定住促進) 【国内外研修事業】 3,551,000 円 (産業研修)
2019 (R1) 年度	135,423,811 (円)	【一般管理費】 24,147,700 円 (活性化協会運営費) 【施設管理費】 35,792,690 円 (ビール・ビルケ指定管理) 【地域DMO推進事業】 34,494,618 円 (DMO推進) 643,498 円 (国際観光交流) 5,929,713 円 (CRM事業) 2,875,606 円 (体験観光推進) 626,362 円 (モデルショップ) 【地域活性化事業】 5,434,624 円 (ブランディング) 24,580,000 円 (定住促進) 【国内外研修事業】 899,000 円 (産業研修)
2020 (R2) 年度	116,936,884 (円)	【一般管理費】 26,875,551 円 (活性化協会運営費) 【施設管理費】 22,185,810 円 (ビール指定管理) 13,893,775 円 (白金ビルケ指定管理) 【地域DMO推進事業】 41,248,735 円 (DMO推進) 3,306,524 円 (CRM事業) 2,069,653 円 (滞在プログラム) 545,747 円 (モデルショップ) 【地域活性化事業】 6,656,089 円 (ブランディング) 【国内外研修事業】 155,000 円 (産業研修)
2021 (R3) 年度	114,533,000 (円)	【一般管理費】 34,737,000 円 (活性化協会運営費) 【施設管理費】 24,149,000 円 (ビール指定管理) 15,965,000 円 (白金ビルケ指定管理) 【地域DMO推進事業】 29,790,000 円 (DMO推進) 1,600,000 円 (CRM事業) 370,000 円 (滞在プログラム) 80,000 円 (国際観光交流)

(別添) 様式 1

		<b>【地域活性化事業】</b> 6,197,000 円 (ブランディング) 659,000 円 (モデルショップ) <b>【国内外研修事業】</b> 986,000 円 (産業研修)
2022 (R4) 年度	113,000,000 (円)	<b>【一般管理費】</b> 34,500,000 円 (活性化協会運営費) <b>【施設管理費】</b> 24,000,000 円 (ビール指定管理) 16,000,000 円 (白金ビル指定管理) <b>【地域DMO推進事業】</b> 30,000,000 円 (DMO推進) 1,500,000 円 (CRM事業) 400,000 円 (滞在プログラム) <b>【地域活性化事業】</b> 5,500,000 円 (ブランディング) 600,000 円 (モデルショップ) <b>【国内外研修事業】</b> 500,000 円 (産業研修)
2023 (R5) 年度	113,000,000 (円)	<b>【一般管理費】</b> 34,500,000 円 (活性化協会運営費) <b>【施設管理費】</b> 24,000,000 円 (ビール指定管理) 16,000,000 円 (白金ビル指定管理) <b>【地域DMO推進事業】</b> 30,000,000 円 (DMO推進) 1,500,000 円 (CRM事業) 400,000 円 (滞在プログラム) <b>【地域活性化事業】</b> 5,500,000 円 (ブランディング) 600,000 円 (モデルショップ) <b>【国内外研修事業】</b> 500,000 円 (産業研修)

**(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**

町に入る入湯税の1/2と、ふるさと納税の一部がすでに充当されている。  
 運営資金については、国、町からの補助金・委託費及びその他収入を充てることとするが、  
 観光商品の販売のほか、観光用駐車料、入域税など、新たな枠組みも検討していく。

**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**

北海道美瑛町は、(一財)丘のまちびえい活性化協会を本町における地域DMOとして登録したいので、(一財)丘のまちびえい活性化協会とともに申請します。

**9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO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】

富良野・美瑛エリアの広域DMOとは、3か月に1回ぐらいの頻度で定期的に会議があり、情報交換を行っている。

【区域が重複する背景】

元々この富良野・美瑛エリアは、DMOになる以前から広域観光圏として連携した活動を行ってきた。その後、美瑛町として独自の地域課題を解決すべく、地域DMOを立ち上げることになった。

(別添) 様式 1

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

広域 DMO は、富良野・美瑛エリア全体にどう誘客するかという PR を中心にした施策を行っている。当 DMO は、地域 DMO として、美瑛町特有の課題である畑への無断立ち入りなどの観光マナー問題を改善すべく、啓蒙活動を含めた地域課題の解決を目指した取り組みを行っている。

【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】

観光マナー問題の解決は、美瑛町特有の地域課題であり、エリア全体への誘客とは別に独自で取り組まなければいけない課題であるため、役割が重なり合うという懸念はない。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	泉 剛生
担当部署名 (役職)	(一財) 丘のまちびえい活性化協会 事務局次長
郵便番号	071-0208
所在地	北海道上川郡美瑛町本町 1 丁目 2-14
電話番号 (直通)	0166-74-5757
F A X 番号	0166-92-3234
E - m a i l	dmo@biei-act.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

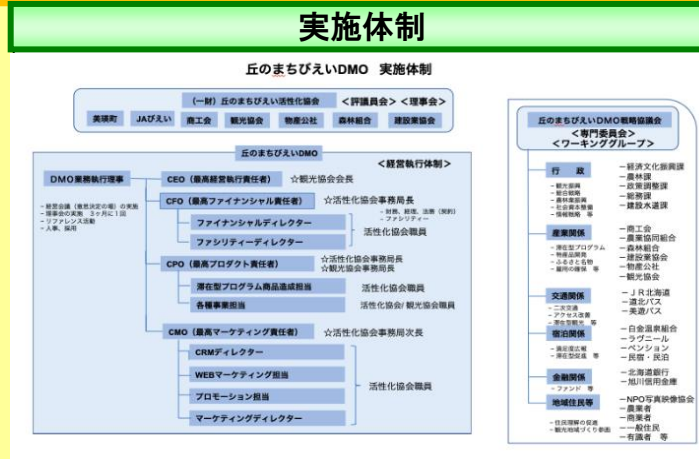
都道府県・市町村名	美瑛町
担当者氏名	栗原 行可
担当部署名 (役職)	商工観光交流課 課長
郵便番号	071-0292
所在地	北海道上川郡美瑛町本町 4 丁目 6-1
電話番号 (直通)	0166-92-4321
F A X 番号	0166-92-4414
E - m a i l	shoko-kanko@town.biei.hokkaido.jp

都道府県・市町村名	美瑛町
担当者氏名	新村 猛
担当部署名 (役職)	まちづくり推進課 課長
郵便番号	071-0292
所在地	北海道上川郡美瑛町本町 4 丁目 6-1
電話番号 (直通)	0166-92-4330
F A X 番号	0166-92-4414
E - m a i l	machi@town.biei.hokkaido.jp



【区域】北海道上川郡美瑛町  
 【設立日】平成24年10月1日  
 【登録日】平成30年12月21日  
 【代表者】

丘のまちびえい活性化協会 代表理事 角和 浩幸  
 【マーケティング責任者(CMO)】  
 丘のまちびえい活性化協会 事務局次長 泉 剛生  
 【財務責任者(CFO)】  
 丘のまちびえい活性化協会 事務局長 長野 克哉  
 【職員数】10人  
 常勤10人(正職員5人・出向2人・その他3人)  
 【連携する主な事業者】  
 美瑛町観光協会、美瑛物産公社、美瑛町商工会等



### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①②  
 【概要】行政、農業、観光業等の各代表者が集まり、年3回程度の会議を開催し、合意形成を図っている。また、関係機関及び事業者等とともに円滑な事業推進を図るため、戦略協議会において連絡調整を行っている。

### 戦略

【主なターゲット】  
 国内・道内のリピーター、滞在客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 通過型観光の傾向が顕著な美瑛町は、増える入込数に対して宿泊数が1割しかない。そのため、観光客が増えても町にお金落ちず、観光による恩恵を感じにくい。これを解決するため、日本人のリピーターや宿泊を伴う滞在客を増やすことが最優先。真のファンを増やし、夏以外の季節にも訪れてもらえるような魅力づくりを行っていく。また、町内で宿泊・食事・買い物をしてもらえるよう、訪問客の滞在時間を増やす施策を行う。

### KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額(百万円)	目標	11,500 ( )	12,000 ( )	12,500 ( )	13,000 ( )	13,500 ( )	14,000 ( )
	実績	16,049 ( )	12,048 ( )	12,617 ( )	( )	( )	( )
延べ宿泊者数(千人)	目標	275,000 ( )	277,500 ( )	280,000 ( )	282,500 ( )	285,000 ( )	287,500 ( )
	実績	269,000 (36,917)	230,400 (26,219)	87,000 (106)	( )	( )	( )
来訪者満足度(%)	目標	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )
	実績	82.0 ( )	88.1 ( )	88.8 ( )	( )	( )	( )
リピーター率(%)	目標	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )	65.0 ( )
	実績	65.2 ( )	58.2 ( )	64.1 ( )	( )	( )	( )

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・観光CRM事業
- ・国際観光交流推進事業
- ・美瑛ブランディング事業
- ・情報発信事業

【観光資源の磨き上げ】

- ・体験型ツアー商品の企画・販売
- ・特産品開発、販売支援(6次産業化)事業
- ・地域食材活用普及事業

【受入環境の整備】

- ・アンテナショップ支援事業
- ・産業振興研修助成事業

### 観光関連事業者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

町内の関係機関および町内事業者や有識者等とともに、丘のまちびえいDMOの円滑な事業推進を図ることを目的とした戦略協議会において、DMOが行う取組に関する連絡調整を行っている。

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】122百万円(町・国補助金64百万円、町指定管理収入33百万円、民間委託管理収入4百万円、収益事業収入3百万円)  
 【総支出】117百万円(一般管理費27百万円、施設管理費36百万円、事業費54百万円) ※2021年3月期決算  
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 町に入る入湯税の1/2と、ふるさと納税の一部を充当する等