観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･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	北海道旭川市宮下通 10 丁目３番２号マルウンホール３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	２８人【常勤２８人（正職員１７人・非正規４人・出向６人・派遣１人)】	
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） 森田　直「専従」 （出身組織名） 旭川市	令和 6 年 4 月からＤＭＯに事務局長として出向。 旭川市役所採用は平成８年４月。 旭川市では観光課、スポーツ課、政策調整課、環境総務課などを経験。ＤＭＯ出向前はスポーツ課施設・合宿担当課長として日本代表等のスポーツ合宿誘致等を担当した。経営理念に基づいた予算や政策の立案、住民満足度に沿った事業企画など行政全般に関わりマーケティングを取り入れてきている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 佐藤　昌彦「専従」 （出身組織名） プロパー職員	令和 5 年 6 月から副理事長に就任。 就任前は北海道庁上川総合振興局長。 大学（商学部）卒業後、飲食店の店舗運営責任者を経て平成 2 年に道庁入庁。経済部、総務部で主に勤務し、観光局長から上川総合振興局長。行政全般・

様式１

※必ず記入すること		財務に精通するとともに、地域事情にも詳しく、広く人脈を有している。
カムイスキーリンクスの運営及びスノーリゾート活性化事業の責任者	（氏名） 若松　章彦「専従」 （出身組織名） プロパー職員	平成 30 年 5 月入社。 事務局次長として、事務局運営及びカムイスキーリンクス運営事業の統括に加え、北海道パウダーベルト協議会や圏域スキー場などと連携した各種高付加価値化事業を統括している。
旅行等商品の造成、販売、プロモーションの責任者	（氏名） 万年　尚人「専従」 （出身組織名） 旭川市	令和 6 年 4 月からＤＭＯの事業企画部に出向。 ＤＭＯ出向前は旭山動物園や財政課などで予算編成等を担当。経営戦略に基づく商品造成及び販売、国内外ターゲットに対するプロモーションを統括している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【構成自治体】 ・旭川市観光スポーツ部観光課 ・上川町産業経済課商工観光グループ ・東川町経済振興課産業振興室　・鷹栖町産業振興課商工観光係 ・東神楽町産業振興課　・当麻町まちづくり推進課地域振興係 ・比布町商工観光課商工観光振興室観光係　・愛別町産業振興課商工観光係 ・美瑛町商工観光交流課観光振興係	
連携する事業者名及び役割	●　ＤＭＯ社外理事 ・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 ・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 ・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 ・一般社団法人美瑛町観光協会 ・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）	

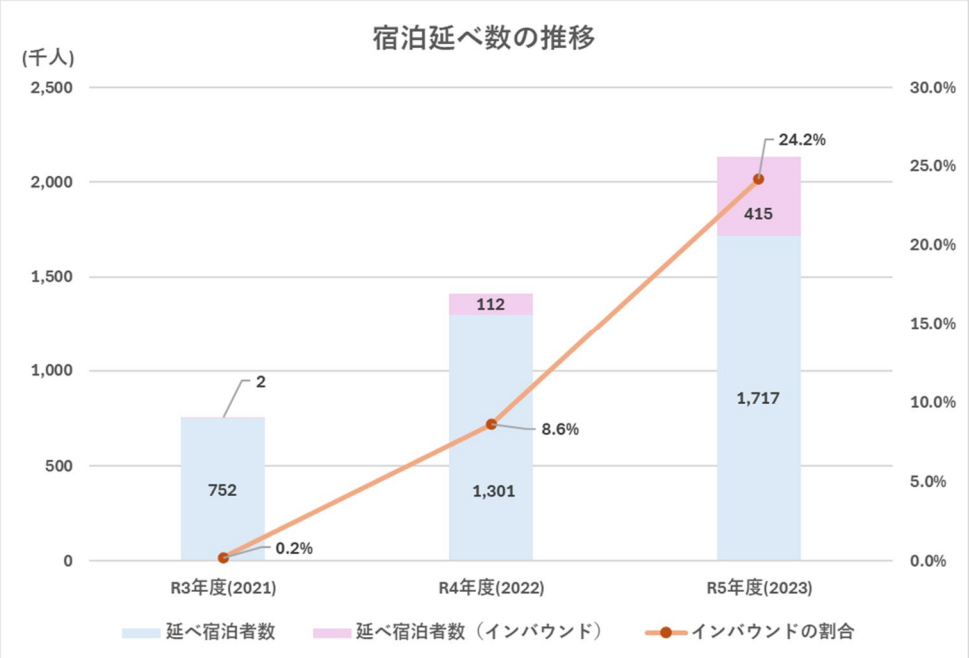
	・旭川レンタカー協会（アクセス改善） ・旭川地区バス協会（アクセス改善） ・一般社団法人旭川地区ハイヤー協会（アクセス改善） ・北海道旅客鉄道株式会社（アクセス改善） ・株式会社日本航空旭川支店（アクセス改善） ・全日本空輸株式会社旭川支店（アクセス改善） ・株式会社ＡＩＲＤＯ営業本部（アクセス改善） ・旭川空港ビル株式会社（アクセス改善） ・株式会社ＪＴＢ（旅行商品開発） ・株式会社近畿日本ツーリスト北海道旭川支店（旅行商品開発） ・株式会社日本旅行北海道旭川支店（旅行商品開発） ●マーケティング調査等連携 ・株式会社道銀地域総合研究所 ●ＤＭＯ外部専門人材 ・レインボウパブリシング株式会社（観光・インバウンド対応に係るコンサルティング業務） ●地域活性化起業人 ・株式会社トムズプランニング（Visit Japan 大使：吉澤　勉） ・株式会社阪急交通社（観光・情報発信に係る業務）
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	【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
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	・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。 ・カムイスキーリンクスの運営にあたり、地域の森林管理署、警察署、消防本部、消防団、町内会などによる協議会において毎年意見交換や事業報告を行っている。

様式１

法人のこれまでの活動実績	（活動の概要） ・当法人は「持続可能な観光地（デスティネーション）」を実現し、「地域の価値と活力」を創造していくことを使命とし、３つの基本戦略「マーケティングの推進による稼ぐ体制の強化」「シビックプライド醸成と受入」「観光地経営の旗振り役としてのDMO体制の整備・強化」に基づき、来訪者へのアンケート調査をはじめ、マーケティングデータの収集や分析を行い、ターゲット層に対しデータに基づいた旭川大雪エリアの情報発信やプロモーション活動、観光資源の磨き上げを行っている。加えて、再来訪及びバイラルマーケティングにつなげるため、来訪者からのアンケート調査を通してメールアドレスを取得し、ターゲットごとにグループ分けをし、ターゲットにあった情報発信など当エリアのファン作りを含めた顧客管理体制に着手した。また、観光ガイド人材育成にも取り組み受入環境の整備を継続的に進めている。 ・道北最大規模のカムイスキーリンクスの指定管理を受け、自動発券機やICゲート等設備のDX化を行い利便性向上に取り組んだほか、当エリアの強みであるパウダースノーを全面に押し出した他地域と連携した共通チケットの造成など、エリア内だけでなく隣接するエリアと一体となったスノーリゾートの形成に向けた取り組みを進めてきている。 ・また持続可能な観光を念頭に、大雪山国立公園の旭岳と黒岳間の縦走の促進を目的とした「TAISETSU 縦走 PASS」の売上金の一部を地域の自然環境保護団体に寄付すると共に、大雪山国立公園の魅力をユニバーサルに体感出来るよう自然環境保護を視野に入れた商品開発にも着手している。 **【活動の概要（令和６年度)】** <table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・当法人の認知度向上およびブランド価値の確立を目指し、当エリアの魅力を発信するとともに、フォロワー数の増加を図るためSNSを活用した情報発信やキャンペーンを実施。 ・誘客が期待できるオーストラリアや１年を通して誘客が期待でき、かつ東南アジア各国への影響力のあるシンガポールにて開催される旅行博への出展や現地エージェントへのセールスコールを実施し、当エリアの旅行商品の売り込み及び担当者とのパイプ構築。 ・日本最大の旅行博「ツーリズムEXPOジャパン」及び日本最大のインバウンド商談会「 Visit Japan Travel & Mice Mart」に出展し、旭川大雪エリアのPR及び旅行エージェントとの商談。</td></tr><tr><td>受入環境の整備</td><td>・旭川駅構内及び旭川空港に設置しているアクティビティセンターにて旭川大雪エリアの情報発信や体験商品の販売、レンタル業務などの事業拡大。 ・インバウンド受入の強化に向け、地域の観光関連事業者に対し多様性などに焦点を当てたセミナーの実施や、Google Business Profileの登録促進。 ・旭川大雪エリア内にてインバウンドが多く来訪される施設を中心に多言語でのセルフガイドに対応するQRコードの設置。 ・ガイド人材不足の課題解決に向け、通年でのカリキュラムによるガイド育成事業を展開。</td></tr></table>

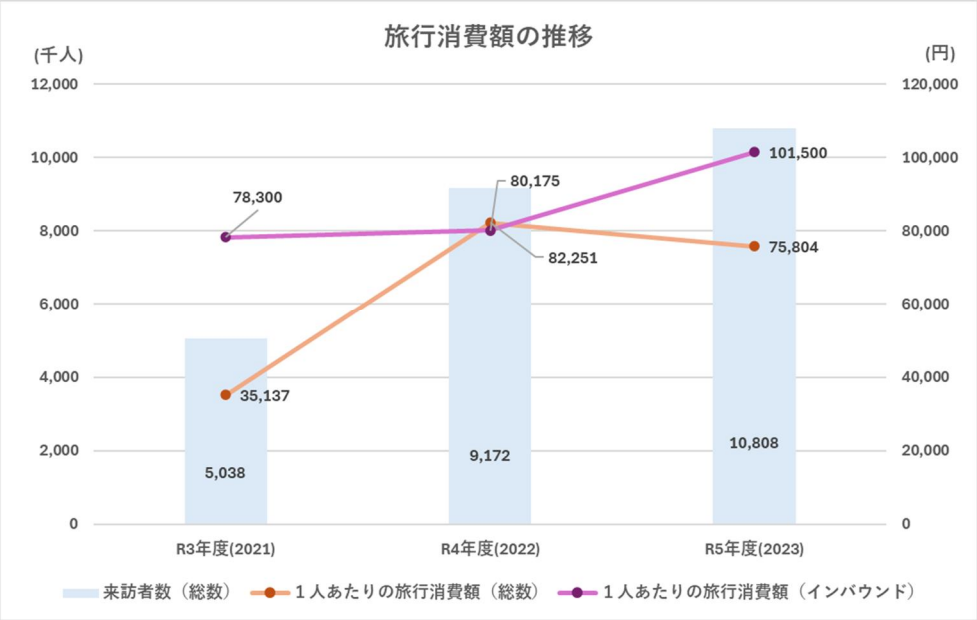
	・スキー場の利便性向上を目的に、カムイスキーリンクスにおいて、キャッシュレス決済に対応した券売機の設置や、旭川市内のホテルにリフト券の発券機を設置。
観光資源の磨き上げ	・大雪山国立公園指定 100 周年（2034 年）を見据え、旭岳～黒岳間の登山ゴールデンルートの雄大な自然を身近に感じられる商品『TAISETSU 縦走 PASS』などの造成と販売。売上金の一部を、自然保護活動を行う団体に寄付。 ・大雪山連峰の豊かな自然を守るため登山者のトイレ問題解消に向けた携行品を開発し、その商品の普及と保全に向けたツアーの造成。 ・旭川空港周辺の３つのスキー場（富良野、トマム、カムイスキーリンクス）が連携する「北海道パウダーベルト推進協議会」のブランド化、並びに長期滞在型周遊コンテンツ商品の造成。 ・カムイスキーリンクスにて、オープン前のスキー場を独占できるスノーキャットを活用したインバウンド向け高付加価値商品の造成。

【定量的な評価】



※上川総合振興局「上川管内観光入込客数調査報告書」から算出
※R6 年度「上川管内観光入込客数調査報告書」は集計中

・R3 年度は新型コロナウイルス感染症の影響下にあり、日本政府の補助金や給付金等の支援により宿泊者数は一定数あったが依然低い状態であった。R4 年度に入りその影響が薄れたことで観光客が戻り始めた。R5 年度は国内外で一気に旅行機運が高まり宿泊数が増加し、それに伴いインバウンドの比率も上昇した。

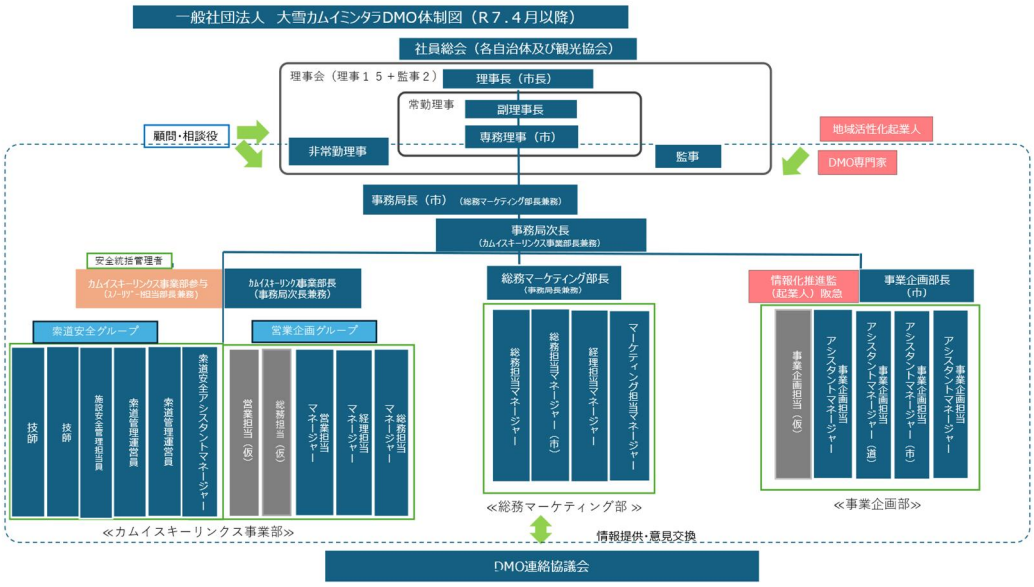


※上川総合振興局「上川管内観光入込客数調査報告書」及び独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度」

※

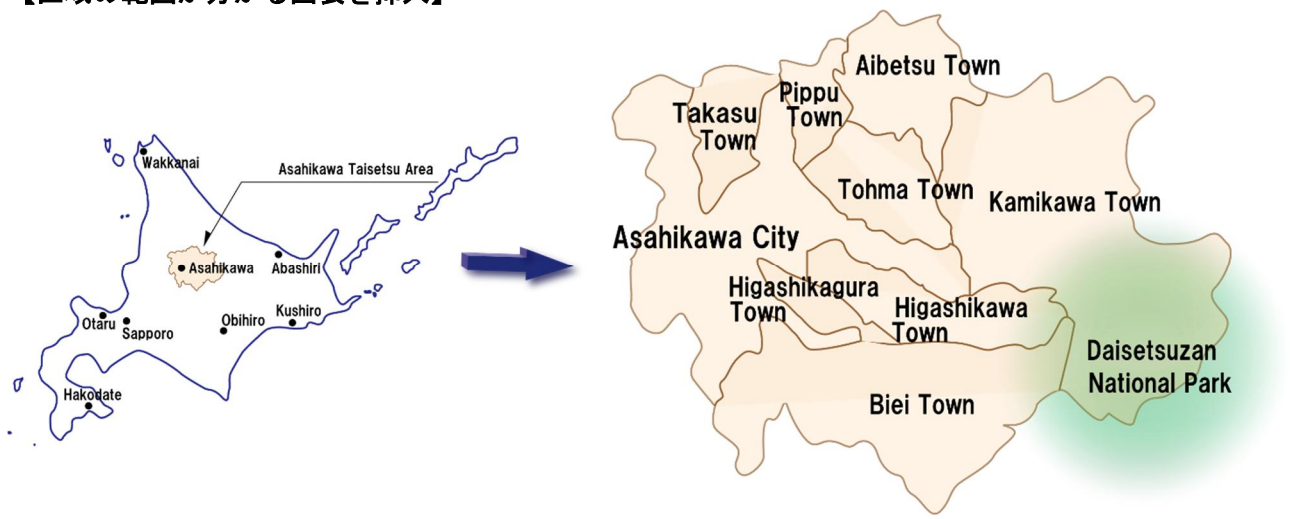
・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れた R4 年度と、その影響がなくなった R5 年度とでは、旅行機運の高まりとともに、旅行者もこれまで感染症で抑制されていた反動で消費額が大幅に上昇したと推測する。

様式１

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】** ・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。 （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 

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】

旭川大雪エリアを構成する上川中部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、より連携を強固にエリア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月に美瑛町を当エリアに追加し、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る。

旭川大雪エリアの１市８町を、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。

また、旭川大雪エリアを３つのゾーン（City Zone、Mountain Zone、Aguri-Vista Zone）にわけ、各ゾーンに対してそれぞれの特性や顧客ニーズを分析することで、効果的かつ効率的なマーケティング活動を推進していく。この戦略的ゾーニングにより、各エリアの特性に応じたアプローチを可能にし、全体の事業成果を最大化することを目指す。

【観光客の実態等】

当法人の独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度調査 2024」より観光客の実態を以下のように分析する。

（１） 人口統計学的属性

・国内では中年層が多く訪れる傾向があり、最も多く来訪される年齢層は 50 代である一方、国外からは 20 代～30 代と比較的若い世代が多く来訪している。

・比較的小さい子供を連れた家族が最も多く来訪されており、次いで夫婦となり、1 人での来訪が 3 番目に多くなっている。

（２） 地理学的属性
・国内では東京都と北海道内がほぼ同数で最も多く、次いで神奈川県、千葉県、埼玉県と関東からの来訪者が多く占めている。
・国外では韓国と台湾を筆頭にアジア圏が最も多く、欧米豪圏ではアメリカ、オーストラリア、フランスからの来訪が多い。

（３） 行動学的属性
・国内の滞在日数は１～2 泊が多く占めており、関東圏からの来訪者の多くがここに該当する。一方北海道内在住の来訪者は日帰りが比較的多い。国外の来訪者においては、1 泊～7 泊以上と目的に応じてバラつきが大きくなっている。
・以前は SNS の利便性等で着目され多くの来訪者が SNS を通して情報収集を行っていたが、近年において SNS には多くの利用者がいる一方、最も重視されているメディアが公式ページ等の HP となっており、企業や自治体、観光関連施設など自社が運営する HP の重要性が顕著となっている。
・来訪目的としては、観光スポットへの訪問が最も多いが、次いで自然景観、食事、温泉となっており、旭川大雪エリアの特徴とも合致している。

（４） 心理学的属性
・旅行に対する意識としては、流行に左右されずリスクを避けながらその場その時でしか体験できないものを求めている。
・旅行に求める心地よさとしては、ストレスの緩和や心身の活性化、ゆったりした時間を過ごしたいという意識が顕在化しているが、潜在的には新しい刺激を求めていると捉えられ、今まで体験したことのないことや地震の価値にあう体験などにより達成感を得ることが結果として日々のストレスの緩和等につながっていると分析する。

【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いる。充実した飲食や宿泊などの都市機能があり、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。

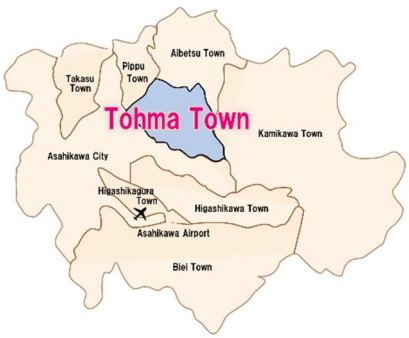
(2)　鷹栖地区

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、静かな田園いっぱいに風景が広がる豊かな自然に囲まれた町であり、現在、緑豊かな自然に楽しみ、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」の取組を大切にした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いる。最近ではシカ肉の加工品が特産品になっているほか、ワイナリーやクラフトジンの蒸留所も作られ、新たな特産品が誕生している。

(3)　東神楽地区

旭川空港があり、このエリアの空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、手打ちそば店などができ、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。

(4)　当麻地区

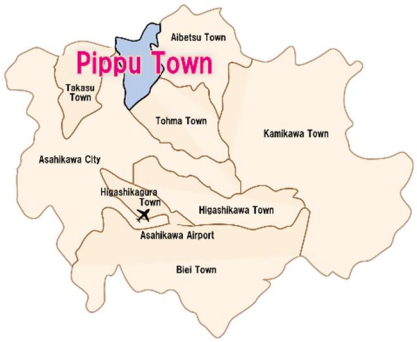


「食」という大切な命をいただき、風雪に耐え育った「木」を活用し、可憐に咲き誇る「花」に癒される当麻町。未来を担う子どもたちと共に「食育・木育・花育」を通じ、命の尊さをもう一度見つめ直

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庭や昆虫館、温浴施設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。

(5)　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、町内にある北海道農業試験場で開発され、今や北海道を代表するブランド米として人気を誇る「ゆめぴりか」の発祥の地となっている。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。

(6)　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。

(7)　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、令和７年１月で第５０回の大きな節目を迎え、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。

(8)　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）であり、「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トンを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。

(9)　美瑛地区

十勝岳連峰の麓の温泉地として知られる白金温泉や人気のスポット「青い池」や「白ひげの滝」、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。

（エリアにおける課題の認識）

「持続可能な観光地の実現」を最重要テーマとする旭川大雪エリアは、北海道の観光拠点として多くの可能性を秘める一方で、インバウンド受入態勢の整備、自然環境の保全と活用、特に美瑛エリアで顕著なオーバーツーリズム対策としてのエリア内連携による観光客分散化、旭川空港の活性化と二次交通の充実などの課題がある。

また、当エリアの「食」と「景観」を形成する農業の担い手不足や観光関連産業の人手不足といった、少子高齢化・人口減少社会が抱える構造的な問題にも直面している。

「持続可能な観光地を実現し、地域の価値と活力を創造していく」ためには、上記の各地区が有する特色ある観光資源を活かし、地域間の有機的な連携により取組を推進していくことが重要である。

（体験コンテンツの整理）

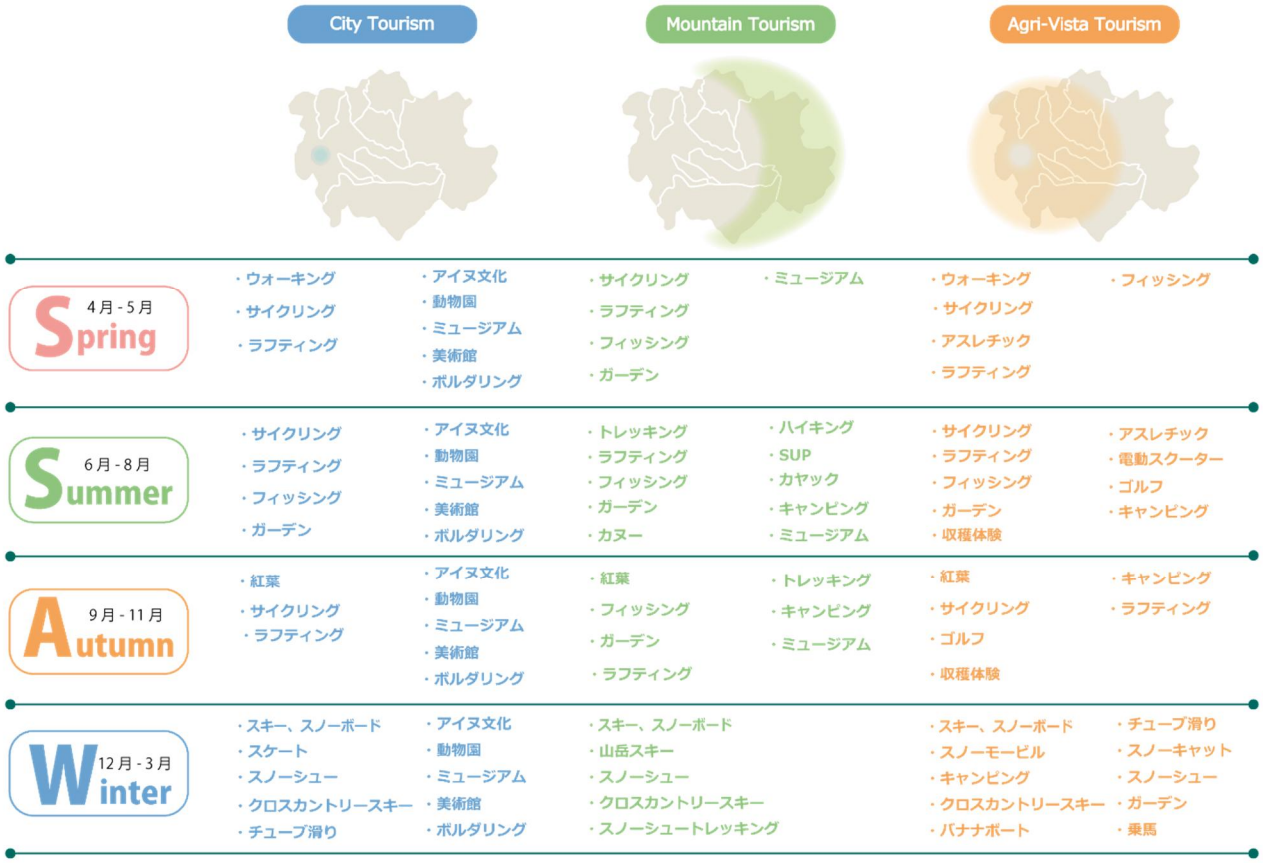
観光資源については、当エリア全体の体験コンテンツのリスト化、ゾーニングによる季節ごとの代表的なコンテンツを整理することにより、当エリアに来たらどのようなことが出来るのかイメージしやすいよう整理した。

■旭川大雪エリア体験コンテンツ一覧表

大項目	中項目	小項目	件数	提供会社（団体）・スポット
アウトドアアドベンチャー	陸上アクティビティ	トレッキング・ハイキング	１６	大雪山倶楽部、大雪山自然学校、他
		ウォーキング	1	丘のまちびえい DMO
		キャンピング	3	旭川ふるさと旅行、GLAMPING HILL A-GATE、他
		ボルダリング	2	GutsWall、ASOBI ～ BA
		サイクリング	7	Adventure Hokkaido、アサヒカワライド、他
		レンタサイクル	１６	旭川観光コンベンション協会、層雲峡観光協会、他
		電動スクーター	3	HAC、びえいのガイド、他
		アスレチック	3	わくわくエッグ、とうま振興公社、他
		ゴルフ	9	旭川国際カントリークラブ、旭川たかすゴルフクラブ、他
		乗馬	5	クラークホースガーデン、Horse&Buddy Liberation Farms、他
	水上水中アクティビティ	カヌー	2	Field of Dreams、ＨＡＣ
		カヤック	2	Alpine River Guide、層雲峡観光協会
		SUP（サップ）	4	Natures、MUSH ROOMS、他
		SUP ヨガ	3	MUSH ROOMS、ヨガ＆サップヨガブルー、他
		ラフティング	2	Alpine River Guide、Fllying Dolphins
		フィッシング（釣り堀）	2	にじます工房、大雪つりぼり
	雪上アクティビティ	スキー・スノーボード	１２	カムイスキーリンクス、十勝連峰バックカントリー、他
		クロスカントリースキー	2	たかスノーランド、あさひかわ北彩都ガーデン
		スノーモービル	4	四季彩の丘、大雪森のガーデン、他
		バナナボード	2	雪番屋、道の駅びえい「白金ビルケ」
		スノーラフティング	4	四季彩の丘、雪番屋、他
		スノーキャット	2	大雪森のガーデン、カムイスキーリンクス
		スノーシュー	１７	りんゆう観光、旭岳ビジターセンター、他
		スノーシュートレッキング	2	大雪山倶楽部、アウトドアライフサポート ネイチャーズ
		チューブ滑り	3	あさひかわ北彩都ガーデン、たかスノーランド、他
		スケート	3	道北アークス大雪アリーナ、花咲スポーツ公園、他
		その他	8	アイスクライミング（層雲峡観光協会）、雪板（たかスノーランド）、他
	空中アクティビティ	ロープウェイ・ゴンドラ	3	旭岳ロープウェイ、黒岳ロープウェイ、他
	その他アクティビティ	その他	１３	洞窟ナイトツアー（当麻町観光協会）、星空観察（丘のまちびえい DMO）、他
	アグリカルチャー	収穫体験	１７	船山農場、谷口農場、他
		その他	１６	ヒンメリ作り（成田農園）、羊の毛刈り（ファームズ千代田）、他
アート＆カルチャー		アイヌ文化体験	6	川村カ子トアイヌ記念館、層雲峡観光協会
		ミュージアム	3	北鎮記念館、旭川市博物館、他
		美術館	3	油彩の庭、旭川市美術館、他
		写真館	2	前田真三写真ギャラリー拓真館、層雲峡写真ミュージアム
		ガーデン	6	四季彩の丘、上野ファーム、他
		動物園	1	旭山動物園
		酒蔵	4	上川大雪酒造、高砂酒蔵、他
		染物	2	近藤染工場、水野染工場
		陶芸	6	大雪窯、風神窯、他
		その他	３３	お祭り（どかんと農業まつり）、木工（旭川デザインセンター）、他

様式１

■体験コンテンツゾーニングマップ



【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

（令和7年４月現在）

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	178	5416	11,425	R7.3.31現在
鷹栖地区	2	5	13	
東神楽地区	3	58	230	
当麻地区	7	35	187	
比布地区	7(1)	35(21)	143(130)	( )内休業中施設
愛別地区	3	26	112	
上川地区	26	1,451	5,018	
東川地区	32	307	1,115	
美瑛地区	145	763	2,972	
合計	403	8,096	21,215	

【利便性：区域までの交通、域内交通】

旭川大雪エリアの中心都市である「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。

⑴　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
⑵　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
⑶　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
⑷　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
⑸　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
⑹　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
⑺　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
⑻　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
⑼　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４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１：１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る。
インバウンドが多く利用するGoogle MAPを通じた情報発信として、Google Business Profileの登録促進に向けたセミナー等を地域の飲食店や商工会などに対して実施し、インバウンドの受け入れ体制の強化を図った。
新たな感染症の発生や大規模自然災害発生時において迅速に対応出来るよう、外国語に対応した行動指針の策定や、当法人内の連絡体制の整備を行う。

【オーバーツーリズムを未然に防ぐ、抑制するための方針】※
・地域住民との調和を基盤とした観光地づくり
・分散型モデルの構築による観光の平準化と付加価値向上
・観光インフラの整備と持続可能な運営体制
・制限や選択を通じた観光地の価値向上

【観光による受益を高め、広く圏域にいきわたらせる方針】※
・多様な事業者・業種への波及
・観光従事者への波及
・地域住民への波及
・来訪者へのマナー啓発・理解促進

【観光分野において地域への新たな活力を創り出す方針】※
・体験型観光ニーズへの取り組み強化
・地方への関心の高まりと訪日観光客分散化に貢献できる観光地を目指す
・サステナブルな観光への意識醸成に取り組む
・デジタル技術活用に取り組む
・高付加価値旅行の志向への対応強化
・AT（アドベンチャーツーリズム）ガイドなど「人材育成」の推進
・「ものづくり×アウトドア」の連携による地域経済活性化

【地域の観光資源（自然、文化等）の保全・活用の方針】※
・自然環境との共生を重視したアドベンチャーツーリズムの推進
・地域文化への深い理解を促す交流型ツーリズムの展開
・ワーケーションや長期滞在に対応した多様な滞在スタイルの提供
・子ども・青少年への観光資源継承と学びの推進

【観光危機管理の方針】※
・多発する自然災害と感染症への複合的な対応力強化
・深刻化する人手不足と多角的な対策
・オーバーツーリズムと観光客の分散化
・多様化する旅行者のニーズと情報提供のあり方
・地域住民の理解と協力体制の構築

※一般社団法人大雪カムイミンタラDMO「観光地経営戦略（改訂版）」（令和6年度～令和８年度）より抜粋

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。	自主実施「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握しマーケティングに活用するため	上川総合振興局の「上川管内観光入込客数調査報告書」を参照。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）の要因を分析し、今後の戦略策定に繋げるため	自主実施「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出。
リピーター率	リピーター顧客の動向を分析し、戦略策定に繋げるため	自主実施「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	当法人 HP の情報発信力、ユーザーの動向を把握するため	「Google Analytics」を参照。
住民満足度	当法人の活動や地域の持続可能な観光への理解度を測るため	自主実施「旭川大雪エリア住民満足度調査」より算出。
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。	「道銀地域総合研究所」に調査を委託。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

・旭川大雪エリアの観光を取り巻く環境は、多様で複雑な要因によって形成されている。当法人では、地域の特性を活かす観光地域づくりを進めるため、政治（Political）、経済（Economic）、社会（Social）、技術（Technological）、法規制（Legal）、環境（Environmental）といった外部環境要因を包括的に分析する PESTLE 分析の手法を採用。この分析により、地域が直面する機会と課題を明らかにするとともに、これからの計画策定の方向性を考える基盤構築のための一つの要素とする。以下のとおり、旭川大雪エリアにおける観光の外部環境を要因別に整理した。

■政治（Political）
- ・外交情勢による影響
- ・出入国政策の変化
- ・宿泊税の導入

■経済（Economic）
- ・円安の影響
- ・インフレの影響
- ・旅行者の多様化

■社会（Social）
- ・オーバーツーリズム
- ・地域と観光の共存
- ・労働力不足

■技術（Technological）
- ・観光とデジタル技術の融合
- ・交通・予約システムの DX 化
- ・モバイル技術の重要性

■法規制（Legal）
・環境規制の強化
・個人情報保護法改正の影響
・道路運送法の緩和

■環境（Environmental）
・温暖化の影響
・持続可能な観光
・廃棄物やプラスチック削減

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・旭川空港の存在と新千歳空港・札幌からの良好なアクセス環境 ・北海道産食材の宝庫 ・国内外で認知度の高い観光スポット ・地域特有の産業文化と深みある歴史資源 ・四季を通じた多様な観光資源 ・インバウンド対応可能な観光地 ・アクセスしやすい周遊観光ルート	**弱み（Weaknesses）** ・旭川大雪エリアの認知度不足 ・旭川空港利用者数の低迷 ・観光素材を活かしきれていない旅行商品や体験プログラムの不足 ・観光資源の地域間偏在 ・公共交通機関の課題 ・地域間での観光連携不足 ・若年層への発信力不足 ・魅力的な「滞在型観光地」としての整備が不十分
外部環境	**機会（Opportunity）** ・北海道ブランドの強力なイメージを活用可能 ・アジア圏を中心に回復するインバウンド観光需要 ・サステナブル／エコツーリズムの拡大傾向 ・注目されるウェルネスツーリズム ・長期滞在型観光の需要増加 ・国内旅行需要の政策支援 ・DX 化の進展 ・地域産業との連携強化	**脅威（Threat）** ・人口減少・高齢化による地域活力と観光人材の減少リスク ・観光客のニーズの多様化 ・地球温暖化の影響 ・国際市場・近隣観光地との競争激化 ・為替や国際情勢の影響 ・国内少子高齢化による旅行市場規模の縮小 ・自然災害リスクの増加 ・観光業界での人手不足

（３）ターゲット

「旭川大雪デスティネーションマーケティングプラン」に基づき、来訪者の属性や心理的要素の分析結果を基に、４つの顧客セグメンテーションを設定した。

■Nature Enthusiasts（自然愛好家）
雄大な山々や森林、壮大な自然景観を探索し癒しや感動を求めて訪れる人々

■Adventure Actives（冒険好きアクティブ派）
ハイキング、カヤック、ラフティングなどアウトドアアクティビティに挑戦し、冒険心を満たしたいと考える人々

■Winter Sporters（ウィンタースポーツ愛好家）
スキーやスノーボードを楽しむために訪れる冬の寒冷地特有の魅力を満喫する人々

■Culture Enthusiasts（文化愛好家）
地元の歴史、伝統工芸、祭り、グルメなど地域文化に触れる体験を求める人々

・また、同満足度調査の結果、及び旭川大雪エリアの特性を考慮し、ターゲットエリアを「近隣エリア」「遠方エリア」「海外エリア」の３つに分け、さらに海外エリアは「成熟市場」と「成長市場」に分類し設定した。

■近隣エリア
札幌圏

■遠方エリア
東京、愛知、大阪

■海外エリア
・成熟市場
韓国、台湾、香港、北京、上海、広州、深圳
・成長市場
タイ、シンガポール、インドネシア、オーストラリア、アメリカ、フランス、イギリス

海外エリアについては、成長市場に対しより重点的にプロモーション、誘客活動を行い世界情勢やカントリーリスク等に耐えうるよう、旭川大雪エリアの特性に合うと考えらえる国々から幅広く来訪頂けるよう努める。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「持続可能な観光地（デスティネーション）を実現し、 「地域の価値と活力」を創造していくこと。
②コンセプトの考え方	大雪山連峰を中心とする自然環境、地域の歴史や文化、そして都市の利便性に支えられた「MOUNTAIN CITY LIFE」という特性を活かし、地域全体が一体となって「住んでよし、訪れてよし」の観光地を創り上げることを目指します。この地を訪れるすべての人々に新たな感動を提供するとともに、地域コミュニティや産業全体が持続的に発展していける仕組みを構築し、世代を超えて地域の価値を高めていきます。 持続可能な観光地を実現するために、以下の 3 つの考え方を軸とする。 １．食×健康・保養×歴史・文化×四季の自然を体感できる 「何回来ても楽しめる地域」 当圏域の観光資源を様々な観点からブラッシュアップし、「いまだけ、ここだけ、あなただけ」をキーコンセプトに、年間を通じ多彩なテーマで組み合わせることで、何回来ても楽しめる地域として、ファンを増やしリピーターの確保に努める。 ２．世界中から上質なパウダースノーを求めて 「冬こそ訪れたくなる地域」

	世界最高水準の雪質やバラエティに富んだ圏域内のスキー場、また、北海道第２の都市である旭川市の都市機能など「都市型スノーリゾート」の形成をさらに進め、その魅力を効果的に発信することにより、冬季観光客の誘客及び滞在時間の延長を進める。 ３．商品、サービスの高付加価値化により 「持続的に発展していく地域」 観光はすそ野の広い産業構造から成り立っているため、観光客の動向や多様化するニーズ等を的確に把握しながら、幅広い事業者間の連携による商品やサービスの高付加価値化を進め、持続的な発展を見込める地域づくりを促進する。 持続可能な地域を支える鍵は多様な関係者との協力と地域の人々によって醸成される「暮らしてよし、訪れてよし」のシビックプライドである。この観光地づくりの取り組みを通じて、人と自然、都市と地方が調和した新たな価値のある観光文化を創出する。

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。	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。 令和６年度は、ＤＭＯ連絡協議会の開催 2 回、圏域スキー場関係者によるミーティング開催 2 回。 カムイスキーリンクス管理運営協議会や安全対策委員会において、都市型スノーリゾート形成の中核をなす「カムイスキーリンクス」における事業の取り組みなどの説明・報告及び意見聴取を行う。
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	当法人が毎年実施している来訪者に対するアンケート調査や GPS を活用した位置情報データサービスによる人流データの取得、関係施設や行政が公表している調査結果のデータを収集、分析した結果を DMO 連絡協議会にて地域関係者に共有、意見交換を行っている。 また、来訪者から収集したメールアドレスに対して顧客属性ごとにグループ分けし、それぞれのグループに合うような季節のイベント、新たな旅行商品の紹介等バイラルマーケティングをはじめ、再来訪を促す情報発信と顧客管理を行っている。
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	ＤＭＯが中心となり旭川大雪エリア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。 Ｒ７年度には自社ＨＰをリニューアルし、訪問者が地域の魅力によりわかりやすい形で触れながら、自然な流れで旅行商品の予約へつなげ、来訪を促す仕組みを構築する。具体的には、(1)観光情報のデータベース化、(2)モデルコース・イベント情報等の発信強化、(3)体験型観光商品の予約・決済機能の導入、(4)道内観光情報とのシステム連携の４つの柱からなり、本取組を通じて、地域内外の関係者との連携強化を図りながら、持続可能な観光振興と地域経済の活性化につなげていく。また、地域内の自治体や関連事業者等の連携に

	より、旅行博への共同出展や商談会への参加を行い、地域全体を一つの旭川大雪エリアとしてとらえた情報発信に努める。

※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

項目	単位	令和４年度		令和５年度		令和６年度		令和７年度		令和８年度		令和９年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
重要業績評価指標（必須KPI）													
1　宿泊客延べ数	千泊	1,100	1151.9	1,600	1558.9	1,950	1665.6	2,100		2,250		2,400	
2　リピーター率	%	64.0	75.5	65.0	58.7	66.0	57.7	67.0		68.0		69.0	
3　来訪者満足度	5段階	4.35	4.48	4.40	4.82	4.45	3.48	4.50		4.55		4.60	
4　旅行消費額	千円	55	54.7	60	75.0	65	71.0	70		75		80	

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】

DMO が実施している来訪者満足度調査結果、各市町が策定する総合戦略や直近の観光動向をベースに DMO 連絡協議会で検討、協議し理事会において決定。各指標においては、令和 2 年度及び 3 年度は新型コロナウイルス感染症の影響によりこの期間は特殊であり参考に値しない為、令和元年の目標値を基準に数値目標を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●宿泊客延べ数

旭川大雪エリア内の宿泊客を増加させることで地域内消費（宿泊費、飲食費、交通費など）を促進し、地域経済を活性化させることを主眼に設定。特に、施策実行の効果を短中期で測定可能な数値として「宿泊客延べ数」を注視することが適切と判断した。目標値については、令和 5 年度は観光需要の急激な高まりを予測し、令和元年より 50 万泊増加、その後は日本政府の 2030 年の日本を訪れるが黒人旅行者の数を 6、000 万人とする目標に順じ目標値を設定した。

●リピーター率

リピーターは観光資源を持続可能に活用し、観光地としての定着性を高めるだけでなく、口コミやファンコミュニティ形成による間接的な誘客効果も期待できる。また、新規顧客の獲得コストに比べ、リピーターの確保コストは低いため、長期的には費用対効果が高い戦略と考える。数値目標としては毎年度 1%増と設定とした。リピーター率が高すぎると将来のリピーター率低下につながるため、特に若年層の新規顧客の獲得も重要と認識しており、リピーター率は 70%程度が理想と考える。

●来訪者満足度

旅行者の満足度が高いことはリピーター形成やバイラルマーケティングに直結するため、持続可能な観光地を目指す上で極めて重要な指標と考える。当エリアのプレゼンスを向上させるため、満足値の高い部分をさらに磨き上げ、満足値の低い部分の改善など当エリアのプレゼンスの向上を計

るために利用する。急激な数字の向上を見込める指標ではなく、緩やかではあるが、無理なく着実に向上させることを重要視し、毎年度 0.05 ポイント増と設定した。

●旅行消費額

近年、日本だけでなく世界各地でオーバーツーリズム問題が指摘され、訪問者数の単純な増加ではなく、旅行消費額を増加させ、域内経済成長に貢献できる観光地経営が求められている。
令和 5 年度以降は、感染症の影響から脱し旅行需要増大を見越し一人あたりの消費額を 5,000 円増という目標値を設定。

（２）その他の目標

項目	単位	令和４年度		令和５年度		令和６年度		令和７年度		令和８年度		令和９年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
重要業績評価指標（その他の指標）													
1－1　宿泊客延べ数（外国人）	千泊	170	100	400	391.4	480	538.7	530		580		630	
1－2　宿泊客延べ数（冬期間12～3月）	千泊	260	360	380	547.4	460	674.1	500		540		580	
5　滞在プログラム利用者数	人	450	380	600	688	600	541	600		600		800	
6　滞在プログラム利用者満足度	5段階	4.5	4.78	4.5	4.51	4.5	4.53	4.5		4.5		4.5	
7　WEBページビュー数	千件	110	114	115	124.6	120	125.1	125		130		135	

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】

DMO が実施している来訪者満足度調査をベースに、各市町が策定する総合戦略や直近の観光動向を踏まえ、DMO 連絡協議会で検討、協議し理事会において決定。各指標においては、令和 2 年度及び 3 年度は新型コロナウイルス感染症の影響によりこの間は特殊であり参考に値しない為、令和元年の目標値を目標設定の基軸とした。

【設定にあたっての考え方】

●宿泊客延べ数(外国人)

目標値設定にあたっては、宿泊客延べ数と同様の考え方である。最も重視すべきは日本人の来訪者及び宿泊者であるが、日本国内の人口減少や、インバウンドの旅行消費額が日本人に比べ比較的高額であることから、地域観光経済においてインバウンドは日本政府の目標にもあるとおり重要と捉えている為、インバウンドのみの数値を設けた。感染症の影響を脱する令和 5 年度は、まずは日本国内の主要都市から始まり徐々に地方へと広がり令和元年と同程度まで戻ると推測し、令和 5 年度は令和 1 年の 8 割程度、その後は徐々に増加すると想定し設定した。

●宿泊客延数(冬期間 12～3 月)

目標値設定にあたっては、宿泊客延べ数と同様の考え方である。旭川大雪エリアは都市型スノーリゾートとして、スキーを中心とした冬のアクティビティーを活用した誘客に力を入れているため、期間を限定した項目を設定した。令和 5 年度は令和元年の 7 割～8 割程度、その後は徐々に増加すると推測し設定した。

●滞在プログラム利用者数

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。

様式１

●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５年度では 4.51 と目標値 4.50 を上回っている。
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、分析等行い、より誘客効果の高い発信を展開する。

令和７年度には HP の全面リニューアルを実施予定であり、今後は SNS 発信との相乗効果による目標値の達成を目指す。

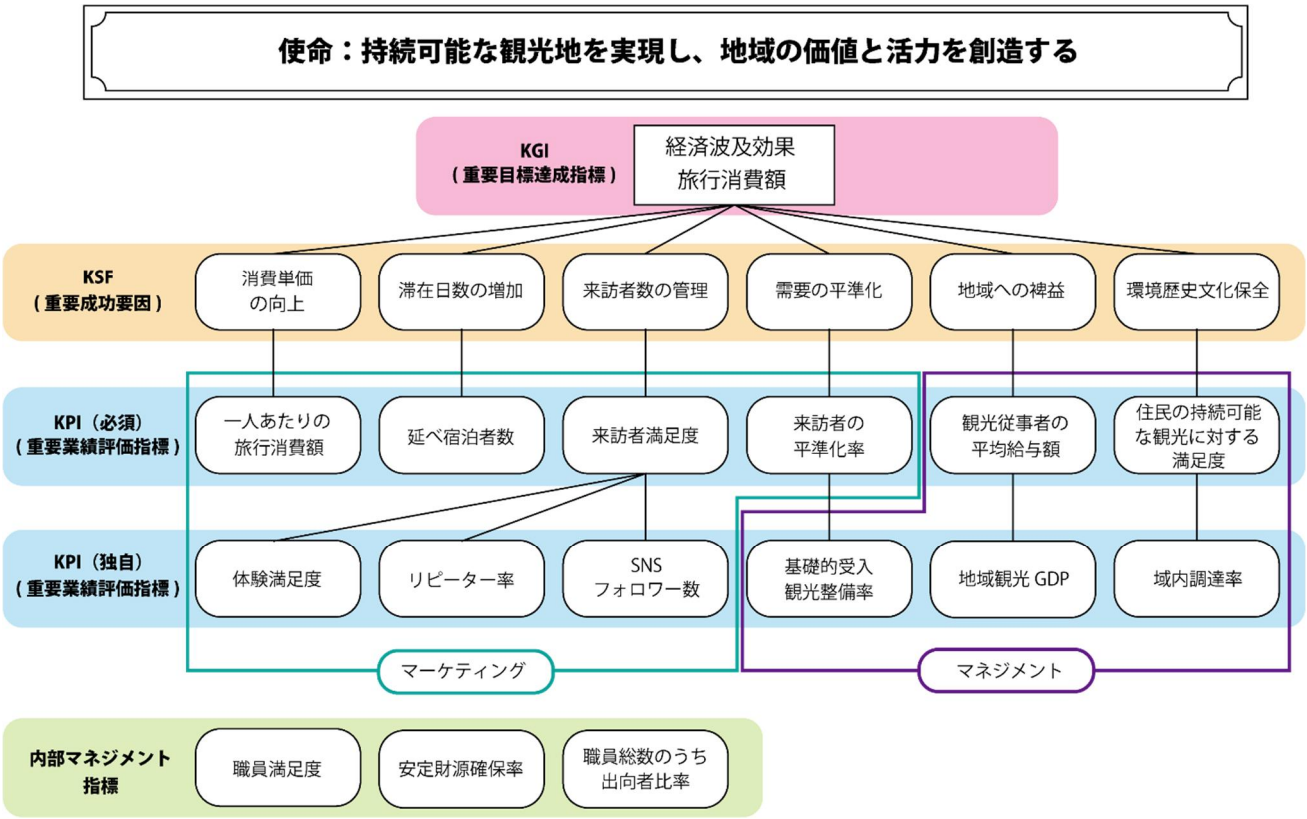
なお、令和７年度以降は DMO 登録要件の改正等を鑑み、次のとおり新たに KGI や KPI の指標を定める。

■KGI及びKPI指標（令和７年度改訂版）

区分	指標項目		令和6年度(2024)		令和7年度(2025)		令和8年度(2026)		令和9年度(2027)		データ取得方法
			総数	うちインバウンド	総数	うちインバウンド	総数	うちインバウンド	総数	うちインバウンド	
KGI	経済波及効果【百万円】	目標値									道銀地域総合研究所に委託
		実績値									
	旅行消費額【百万円】	目標値									道銀地域総合研究所に委託 ※R6については独自調査により算出
		実績値									
KPI マネジメント	観光従事者の平均給与額【千円】	目標値									宿泊事業者の組合に対し直接調査
		実績値									
	住民の持続可能な観光に対する満足度【%】	目標値									独自調査「旭川大雪エリア住民満足度調査」より算出
		実績値									
	域内調達率【%】	目標値									宿泊事業者の組合に対し直接調査
		実績値									
	地域観光GDP【百万円】	目標値									経済波及効果算出時の粗付加価値誘発額としてみなし算出
		実績値									
	基礎的受入環境整備率【%】	目標値									道銀地域総合研究所に委託
		実績値									
KPI マーケティング	１人あたりの旅行消費額【円】	目標値									独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出
		実績値									
	延べ宿泊者数【千人】	目標値									上川総合振興局「」を参照
		実績値									
	来訪者満足度【%】	目標値									独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出
		実績値									
	来訪者の平準化率【%】	目標値									独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出
		実績値									
	リピーター率【%】	目標値									独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出
		実績値									
	SNSフォロワー数（人）	目標値									独自調査「旭川大雪エリア来訪者満足度調査」より算出
		実績値									
	体験満足度【%】	目標値									独自調査「旭川大雪エリア体験満足度調査」より算出
		実績値									

■その他調査

その他	職員満足度【%】	実績値	－	－	－	－	－	－	－	－	社内指標として独自に調査
	安定財源確保率【%】	実績値	－	－	－	－	－	－	－	－	社内指標として独自に調査
	職員総数のうち出向者比率【%】	実績値	－	－	－	－	－	－	－	－	社内指標として独自に調査



令和７年度以降の目標設定について、現行の KPI から引き継いだ項目においては現行の考え方を踏襲するが、インバウンドの重要性から新たに各項目においてインバウンドのみの指標を設ける。新規追加となる KPI については、観光庁より提示される予定の手引きをベースに当法人のアドバイザーや提携しているシンクタンクと相談の上、各市町が策定する総合戦略や直近の観光動向をベースに DMO 連絡協議会で検討、協議し理事会において決定する。

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）
2022（Ｒ４）年度（実績）	452,711,938（円）	○一般会計 【市町村等からの負担金】 63,150,000 円 【各種事業収入】 5,655,102 円 【補助金、受託収入】 14,187,755 円 【雑収入】 92,257 円 ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業収入】 304,601,600 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【市町村等からの負担金】 59,446,000 円 【事業収入】 5,579,224 円
2023（Ｒ５）年度	584,984,564（円）	○一般会計 【市町村等からの負担金】 77,270,000 円 【各種事業収入】 5,586,198 円

様式１

（実績）		【補助金、受託収入】 28,846,444 円 【雑収入】 260,820 円 ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業収入】 405,895,861 円 【補助金、受託収入】 6,481,650 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【市町村等からの負担金】 44,773,000 円 【事業収入】 7,005,591 円 【補助金】 8,865,000 円
2024（Ｒ６） 年度 （実績）	830,109,278（円）	○一般会計 【市町村等からの負担金】 79,540,000 円 【各種事業収入】 16,942,215 円 【補助金、受託収入】 25,178,262 円 【雑収入】 523,026 円 ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業収入】 632,284,431 円 【補助金、受託収入】 15,475,420 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【市町村等からの負担金】 54,966,000 円 【事業収入】 5,199,924 円
2025（Ｒ７） 年度 （見込）	734,343,000（円）	○一般会計 【市町村等からの負担金】 79,483,000 円 【各種事業収入】 14,035,000 円 【補助金、受託収入】 15,500,000 円 【雑収入】 100,000 円 ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業収入】 598,006,000 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【市町村等からの負担金】 22,203,000 円 【事業収入】 4,600,000 円 【雑収入】 416,000 円
2026（Ｒ８） 年度 （見込）	734,343,000（円）	○一般会計 【市町村等からの負担金】 79,483,000 円 【各種事業収入】 14,035,000 円 【補助金、受託収入】 15,500,000 円 【雑収入】 100,000 円 ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業収入】 598,006,000 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【市町村等からの負担金】 22,203,000 円 【事業収入】 4,600,000 円 【雑収入】 416,000 円
2027（Ｒ９） 年度 （見込）	734,343,000（円）	○一般会計 【市町村等からの負担金】 79,483,000 円 【各種事業収入】 14,035,000 円 【補助金、受託収入】 15,500,000 円 【雑収入】 100,000 円 ○カムイスキーリンクス特別会計

		【事業収入】 598,006,000 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【市町村等からの負担金】 22,203,000 円 【事業収入】 4,600,000 円 【雑収入】 416,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度 （実績）	424,811,190（円）	○一般会計 【管理費】 41,451,483 円 【事業費】 41,560,720 円 （ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ，ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ推進，プロモーション費等） ○カムイスキーリンクス特別会計 【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 （実績）	566,079,399（円）	○一般会計 【管理費】 53,789,580 円 【事業費】 60,249,443 円 （ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ、ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ推進、プロモーション費等） ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業費】 391,413,332 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【事業費】 60,627,044 円
2024（Ｒ６） 年度 （実績）	764,642,992（円）	○一般会計 【管理費】 52,025,427 円 【事業費】 64,990,295 円 （ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ、ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ推進、プロモーション費等） ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業費】 587,534,458 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【事業費】 60,092,812 円
2025（Ｒ７） 年度 （見込）	717,817,000（円）	○一般会計 【管理費】 57,529,000 円 【事業費】 55,803,000 円 （ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ、ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ推進、プロモーション費等） ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業費】 577,266,000 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【事業費】 27,219,000 円
2026（Ｒ８） 年度 （見込）	717,817,000（円）	○一般会計 【管理費】 57,529,000 円 【事業費】 55,803,000 円 （ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ、ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ推進、プロモーション費等） ○カムイスキーリンクス特別会計

		【事業費】 577,266,000 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【事業費】 27,219,000 円
2027（Ｒ９） 年度 （見込）	717,817,000（円）	○一般会計 【管理費】 57,529,000 円 【事業費】 55,803,000 円 （ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ、ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ推進、プロモーション費等） ○カムイスキーリンクス特別会計 【事業費】 577,266,000 円 ○ＩＣＴパーク特別会計 【事業費】 27,219,000 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

・DMO 設立当初は、市町村からの負担金が主な運営資金であったが、平成 30 年度からスキー場（カムイスキーリンクス）の指定管理業務を旭川市から受託し、その運営による利益も大きな運営資金となっている。将来に渡って持続可能なＤＭＯの財政基盤を確保するため、インバウンドの受け入れを強化するなど利益拡大を図るとともに、更なる財源確保手段として、旅行商品販売やふるさと納税の活用、EC サイトの構築などを進めていく。また、やクラウドファンディングの活用も検討する
・市中心部にあるＩＣＴパークの運営を令和２年度から行っているが各種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）大雪カムイミンタ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として登録更新したく（一社）大雪カムイミンタラＤＭＯとともに申請。
北海道は、（一社）大雪カムイミンタラＤＭＯを当該都道府県及び市町村における地域連携ＤＭＯとして登録更新したく（一社）大雪カムイミンタラ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、意見交換を行っている。

・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、意見交換を行っている。

【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アドベンチャーツーリズム商品の造成、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富良野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）	総務マーケティング部（マネージャー）
郵便番号	070-0030
所在地	北海道旭川市宮下通10丁目3番2号マルウンホール3階
電話番号（直通）	0166-73-6968
Ｅ－ｍａｉｌ	info@taisetsu-kamui.jp

様式１

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	大川　和之
担当部署名（役職）	観光スポーツ交流部観光課（課長補佐）
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	宮森　翔
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
ＦＡＸ番号	0166-83-5100
Ｅ－ｍａｉｌ	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
ＦＡＸ番号	0166-84-4883
Ｅ－ｍａｉｌ	chiikishinkou@town.tohma.lg.jp

様式１

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観光係（課長）
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
ＦＡＸ番号	0166-85-2389
Ｅ－ｍａｉｌ	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
ＦＡＸ番号	01658-6-5110
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyoushinkou@town.aibetsu.lg.jp

都道府県･市町村名	北海道・上川町
担当者氏名	工藤　将貴
担当部署名（役職）	産業経済課商工観光グループ（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
ＦＡＸ番号	01658-2-1220
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.hokkaido-kamikawa.lg.jp

都道府県･市町村名	北海道・東川町
担当者氏名	小林　峻
担当部署名（役職）	経済振興課産業振興室
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
ＦＡＸ番号	0166-82-3644
Ｅ－ｍａｉｌ	syoukoukankou@town.higashikawa.lg.jp

都道府県･市町村名	北海道・美瑛町

様式１

担当者氏名	谷口　直也
担当部署名（役職）	商工観光交流課観光振興係（係長）
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
ＦＡＸ番号	0166-92-4414
Ｅ－ｍａｉｌ	shoko-kanko@town.biei.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	北海道
担当者氏名	嶋　裕也
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（主幹兼食・観光戦略室長）
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
ＦＡＸ番号	0166-46-5208
Ｅ－ｍａｉｌ	shima.yuuya@pref.hokkaido.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人　大雪カムイミンタラDMO

様式２

記入日：　令和7年7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）】 森田　直
【財務責任者（CFO）】 佐藤　昌彦
【職員数】 28人（常勤28人（正職員17人・非正規4人・出向6人、派遣1人）
【主な収入】（令和6年度決算）
　カムイスキーリンクス事業収入632百万円、自治体負担金79百万円
【総支出】（令和6年度決算）
　765百万円（管理費52百万円、事業費65百万円、カムイスキーリンクス事業費587百万円等）
【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）

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額1人あたり（千円）	目標	55（－）	60（－）	65（－）	70（－）	75（－）	80（－）
	実績	54.7（－）	75（－）	71（－）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	1,100（170）	1,600（400）	1,950（480）	2,100（530）	2,250（580）	2,400（630）
	実績	1,152（100）	1,559（391）	1,666（539）	—	—	—
来訪者満足度（5段階）	目標	4.35（－）	4.40（－）	4.45（－）	4.50（－）	4.55（－）	4.60（－）
	実績	4.48（－）	4.82（－）	3.48（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	64.0（－）	65.0（－）	66.0（－）	67.0（－）	68.0（－）	69.0（－）
	実績	75.5（－）	58.7（－）	57.7（－）	—	—	—

＊括弧内は外国人の数値

戦略

【主なターゲット層】
■Nature Enthusiasts（自然愛好家）
■Adventure Actives（冒険好きアクティブ派）
■Winter Sporters（ウィンタースポーツ愛好家）
■Culture Enthusiasts（文化愛好家）
【主なターゲットエリア】
■近隣エリア：札幌圏
■遠方エリア：東京、愛知、大阪
■海外エリア：
・成熟市場
　韓国、台湾、香港、北京、上海、広州、深圳
・成長市場
　タイ、シンガポール、インドネシア、オーストラリア
　アメリア、フランス、イギリス

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・エリアの魅力を体感できる着地型旅行商品の開発
・大雪山国立公園の魅力をより深い体感を促し自然保護活動も兼ねた「Taisetsu縦走Pass」の販売促進
・北海道パウダーベルト推進協議会のブランド化と長期滞在型周遊コンテンツ商品の造成

【地域特性を活かした商品造成】
・温泉・食・AT要素を活かした「温泉ガストロノミーツーリズム」の造成

【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エリア情報発信の強化
・専門人材のネットワークを活用したプロモーションの実施

【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
・ガイド、コーディネーター等の育成