様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１８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	一般社団法人　ステイびばい	
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 北海道美唄市	
所在地	北海道美唄市東１条南２丁目１番７号	
設立時期	令和４年９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	１０人【常勤５人（出向５人）、非常勤５人（うち４人：市契約職員）】	
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） 桜井　恒 （一社）ステイびばい 代表理事 （出身組織名） 美唄市	美唄市長として、地域内における課題や進むべき方向についてリアルタイムで把握できることから、多様な事業に結び付く観光地域づくり組織の牽引役として的確な判断・対応ができるほか、他の自治体や団体との接触も多く、先進事例の取込みや新しいアイデアの創出の環境が整っている。また、病院や医療関連企業等の勤務経験があり、多様な民間事業者との連携や事業を進めるスピード感などを活かすことができる。
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） 工藤　賢「専従」 （一社）ステイびばい 専務理事 （出身組織名） 美唄市	美唄市から出向。市役所に長期に渡り勤務し、市内経済界とともに業務を推進してきたほか、北海道庁や（公財）ノーステック財団への出向経験から、多様なネットワークを構築し繋がりを持つ。また北海道大学で実施の履修証明プログラム「デスティネーション・マネージャー育成プログラム」を履修し、デスティネーション・マネージャーの称号を得ている。
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） 工藤　賢「専従」 （一社）ステイびばい 専務理事 （出身組織名） 美唄市	美唄市から出向。市役所に長期に渡り勤務し、経済部、財政課や税務課のほか、病院事務局の経営部門中枢において経営健全化計画の策定経験を有している。北海道大学で実施している履修証明プログラム「デスティネーション・マネージャー育成プログラム」にて、マーケティング知識を得ている。
データ収集・分析の責任者（専門人材）	（氏名） 今井　健吾 （一社）ステイびばい （出身組織名）	美唄市より地域活性化起業人として配置。まちづくりに関する多種分野のコンサルティングやデータ分析を展開するパシフィックコンサルタンツにおいて、観光・交通分野のコンサルティングやビ

様式１

	美唄市地域活性化起業人 派遣元：パシフィックコンサルタンツ㈱	ッグデータを活用した観光 DX の推進に従事。官民問わず多数の業務実績を有し、データ収集・分析、戦略への反映等高い知識とノウハウを持つ。
滞在型コンテンツ造成の責任者（専門人材）	（氏名） 藤野　智之 （一社）ステイびばい （出身組織名） 美唄市地域活性化起業人 派遣元：㈱アルペン	美唄市より地域活性化起業人として配置。大手スポーツ用品会社（アルペン）から出向し、販売部やゴルフ場支配人のほか、リゾート事業部の経験から、アウトドアを中心としたアクティビティ関連に密接に関わっており、その経験と高い知識を活かすことができる。
旅行商品の造成･販売の責任者（専門人材）	（氏名） 工藤　賢「専従」 （一社）ステイびばい 専務理事 （出身組織名） 美唄市	美唄市から出向。経済部では観光関連事業者とともにインバウンド戦略や滞在観光コンテンツの創出を中心に展開し、国内外の情報発信プロモーションを実践している。北海道大学の履修証明プログラム「デスティネーション・マネージャー育成プログラム」にて、世界の多様な旅行形態を学ぶほか、総合旅行業取扱管理者の資格を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	美唄市　経済部（産業振興計画策定、部長が当法人理事（副会長）） 経済部経済観光課（観光ビジョン策定、課長が当法人運営理事、観光振興・施設整備、中心市街地、スポーツ振興ワーケーション、当法人所管窓口） 経済部農政課（地域ブランド推進、農業振興） 総務部企画財政課（総合計画策定、シティプロモーション、まちちづくり担当、移住定住促進） 都市整備部都市整備課（インフラ整備、駅前整備、公園整備） 都市整備部都市建築住宅課（インフラ整備、空家担当） 教育委員会学務課・生涯学習課（教育旅行・地域資源整備） 市民部生活環境課（市内交通整備・ＡＩデマンド実証事業）	
連携する事業者名及び役割	美唄観光物産協会（滞在コンテンツ創出、情報発信プロモーション） 美唄商工会議所（滞在コンテンツ創出、滞在環境整備） 美唄市農業協同組合（滞在コンテンツ創出、地域ブランド創出、農泊推進） 峰延農業協同組合（滞在コンテンツ創出、地域ブランド創出、農泊推進） （一社）美唄青年会議所（滞在コンテンツ創出、イベント展開） 美唄飲食店組合（地域ブランド創出、飲食提供） 美唄グリーンツーリズム研究会（滞在コンテンツ創出、農業体験、農泊推進） 美唄金融協会（滞在環境整備） びばい商店街振興組合（地域ブランド創出、特産品販売） 地域資源を活用した協働のまちづくり向上委員会（滞在コンテンツ創出） （株）美唄自動車学校（滞在コンテンツ創出、宿泊、交通、旅行商品） ピパの湯ゆ～りん館（滞在コンテンツ創出、温泉、宿泊） ＧＯＬＦ５カントリー美唄コース（滞在コンテンツ創出、アクティビティ） びばい食農アートまちづくり推進協議会（滞在コンテンツ創出、地域資源）	
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 理事会→地域観光資源関係者、宿泊事業者、交通事業者、金融協会、農業事業者、まちづくり団体、行政など幅広い関係者が参画し、各代表者により年３	

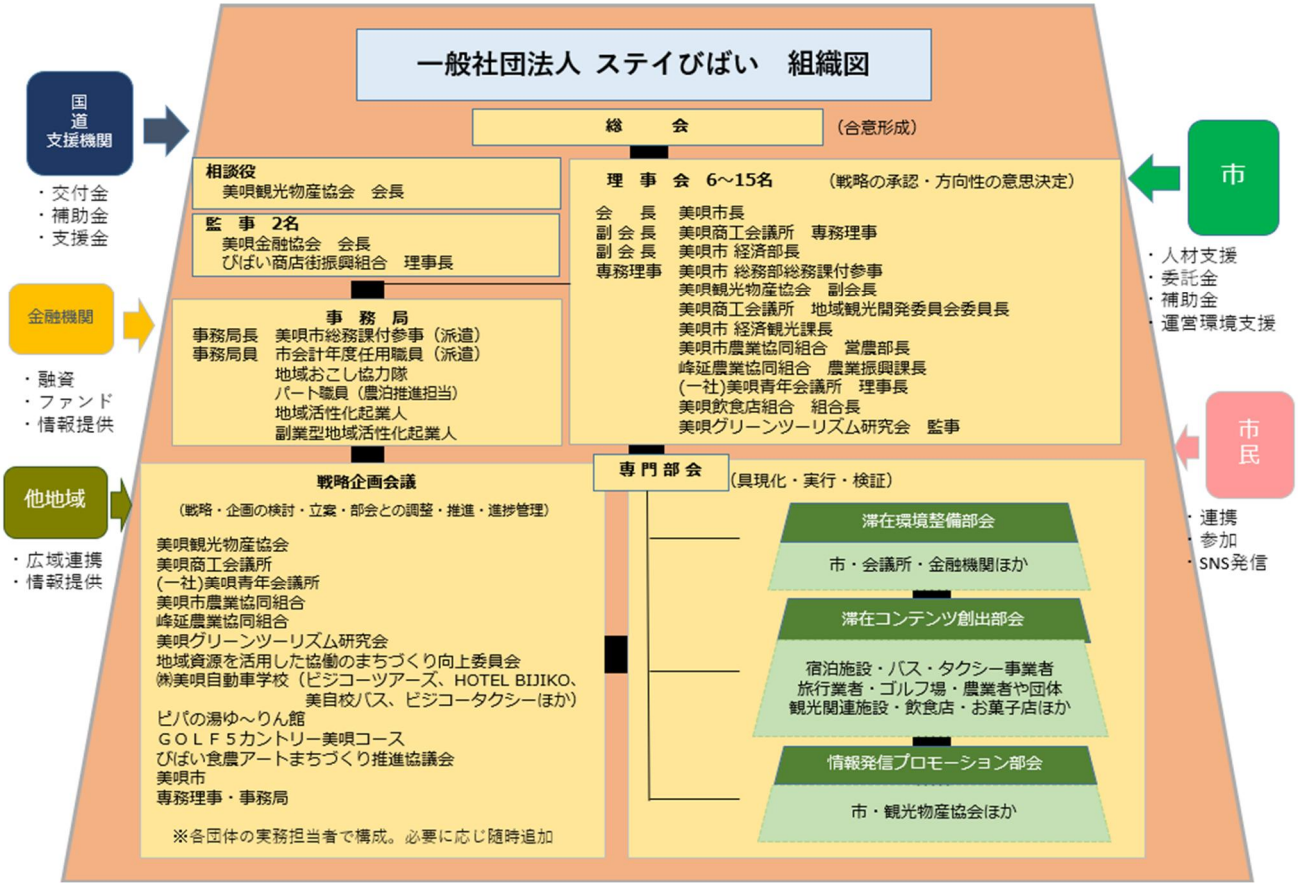
様式１

<table>
<tr><td></td><td>回程度の会議を開催し、戦略の承認・方向性の意思決定などにより、合意形成を図っている。
戦略企画会議→観光関連団体・企業・行政などの実務担当者からなる「戦略企画会議」を設置し、年３～６回程度の会議により、戦略・企画の検討・立案・部会との調整・推進・進捗管理をしている。
三役会→事業進捗状況、全体の方向性など、年３～６回程度の会議により協議している。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>戦略企画会議や具体的事項について展開するプロジェクト会議をワーキンググループとして位置づけ、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、必要に応じゲスト（地域外アドバイザー・事業者・地域団体・住民など）を迎え、観光地域づくりの住民意識改革を図っている。
また、住民や市内事業者向けの「観光地域づくりシンポジウム」により、地域における現状を住民とともに把握し、これからの観光地域づくりに向けて地域が同じベクトルに進むよう機運を高めたところだが、時折、当法人事務所に一般住民が立ち寄る機会が増え、観光地域づくりに対しディスカッションや意見をいただくなど、一定の効果が表れている。
滞在コンテンツの主力なものとして各種ガイドツアーを企画しているところであり、地域住民によるガイド育成事業として、ボランティアガイド講習会を開催する予定でいるほか、インバウンドを対象とした体験コンテンツ「日本学校体験ツアー」の中で、教壇に立つ先生役として地域住民に担ってもらうことを検討している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<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>○令和２年度～令和６年度事業
・美しき唄のまち動画作成（冬、夏秋、春夏）
・WEB、SNS 活用（Facebook、Instagram、Twitter）
・札幌、首都圏、中部、大阪など年５～７回程度出展
・台湾、シンガポール、タイの旅行博出展・トップセールス
・宿泊・GOLF 事業者による、東南アジアを中心としたエージェントプロモーション（マレーシア、シンガポール、タイ、香港、フィリピンなど）
・観光案内所サイン設置・サービス維持・向上
・イベント情報など地域内一元化した WEB 作成
・多言語（英語・繁体字・タイ語）パンフレット制作

○令和７年度事業（～６月新規）
・デジタル観光マップの整備・拡充</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>○令和２年度～令６年度事業
・新型コロナウイルス感染症対策関連用品整備
・駅前及び駅前ホテル観光案内体制整備
・地域資源を繋ぐ交通手段の確保（お得なタクシー往復券）
・日本遺産「炭鉄港」構成文化財説明プレート設置（日本語・英語）
・冬季スノーアクティビティコンテンツ整備
・春季、冬季コンテンツへのシャトルバス運行
・街中誘導イルミネーション整備</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

	観光資源の磨き上げ	○令和２年度～令和６年度事業 ① コンテンツ造成・モニタリングの実施 ・観光タクシー、・キャンプ・グランピング、 ・食農アート滞在型ツアー、スノーランド、 ・炭鉄港ツアー、農泊推進、インバウンド日本学校体験、 ・ワーケーション（企業研修、親子、デジタルノマド） ② デジタルアートコンテンツモニタリングの実施 ・チームラボお絵かき水族館・お絵かきアニマルズ ③ 広域交流マネジメント ・宮古島市との交流探索、スポーツツーリズム可能性調査 ④ コンテンツ造成プロジェクトの設置 ・炭鉄港滞在コンテンツ造成プロジェクト会議 ・アウトドア滞在コンテンツ造成プロジェクト会議 ・スノーアクティビティコンテンツ造成プロジェクト会議 ・農泊推進プロジェクト会議 ⑤ 旅行業（着地型手配旅行）の実施 ○令和７年度事業（～６月新規） ① コンテンツ造成・モニタリングの実施 ・インバウンドインターンシップツアー商品造成 ② ガイド養成講座の実施
	【定量的な評価】 観光プロモーション動画作成：３本 モニタリング ・観光タクシー:１６２名、・キャンプ：３０名、・グランピング：３６名 ・食農アート滞在型ツアー：１６名、・ワーケーション：４９名、 ・スノーランド：５５名、・炭鉄港ツアー：１２名、・農泊ツアー：８名 ・インターンシップツアー：６名、インバウンド日本学校体験：９名 コンテンツ造成 ・美唄スノーランドアイテム創出：５コンテンツ デジタルアートコンテンツモニタリング ・チームラボお絵かき（水族館）３，３３２名、（アニマルズ）１，６６８名 地域資源を繋ぐ交通手段の確保（タクシー往復券利用台数） Ｒ５年度：６４台、Ｒ６年度：３４台 春季・冬季コンテンツへのシャトルバス運行利用者 Ｒ５年度（冬季）：１，９８１名、Ｒ６年度（春冬季）：１２，７０９名 観光客入込客数（千人） Ｒ３年度:２５２、Ｒ４年度:２９８、Ｒ５年度:３４９、Ｒ６年度:３９８ 宿泊客延べ数（百人） Ｒ３年度:１７５、Ｒ４年度:２５５、Ｒ５年度:２６７、Ｒ６年度:２７３	
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）。	**【実施体制の概要】** （一社）ステイびばいが母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者、商店街のみならず、交通事業者、旅行業者、美術館、日本遺産、農泊推進組織、アクティビティ、まちづくり団体、農業団体、商工団体、観光団体等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。 （実施体制図）次図のとおり	

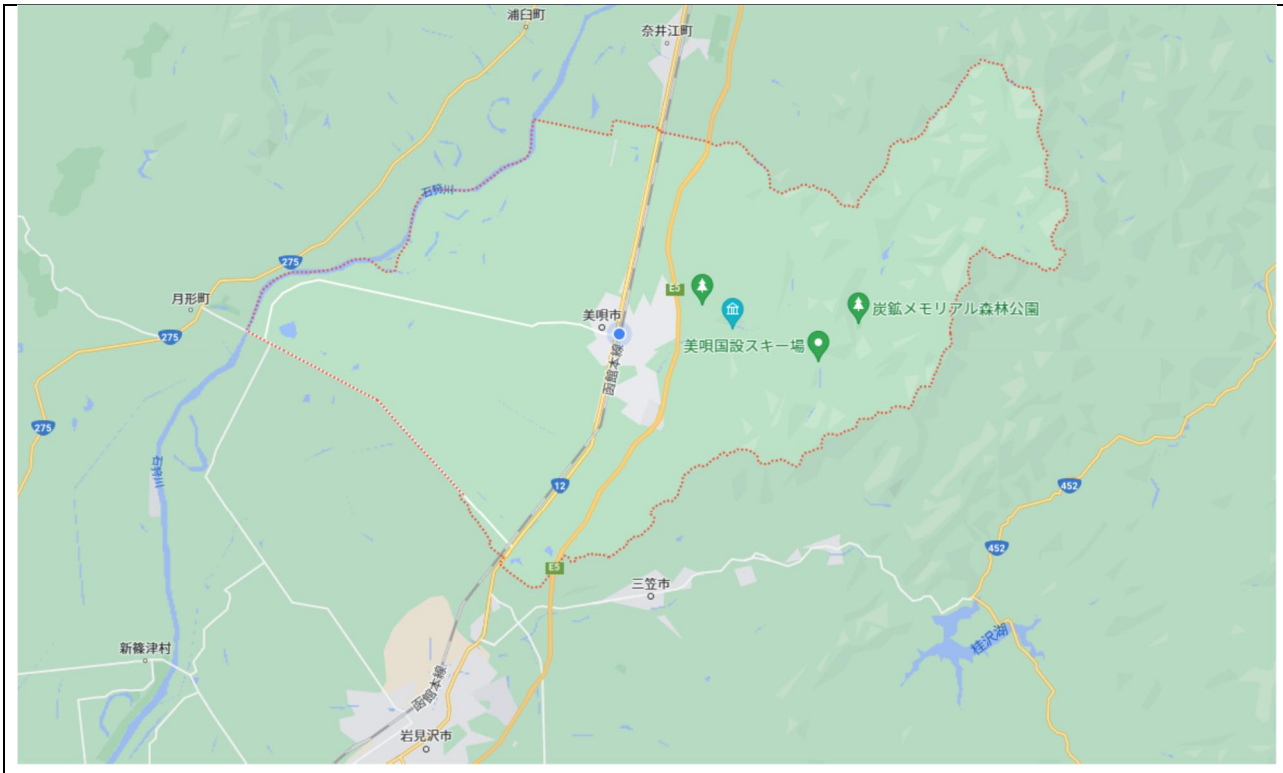
様式１



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】

様式１



【区域設定の考え方】

美唄市は、札幌市と旭川市のほぼ中間に位置し、国道 12 号、道央自動車道が通っている。また、新千歳空港からも車で１時間 30 分程の距離に位置している。

鉄道交通は、ＪＲ函館本線が市街地を南北に縦断しており、市内には美唄駅のほか、峰延駅、光珠内駅、茶志内駅があり、新千歳空港へのアクセスもしやすく、交通の利便性は高い状況にある。

また、本市と富良野方面を結ぶ道道 135 号美唄富良野線の開通により（Ｒ６．８）、富良野・美瑛、旭川といった定番の観光ルートの中継地に位置することで、地理的優位性を有すことから、今後は観光客の立ち寄り地点となることが予想されるとともに、美唄を拠点に札幌、旭川、富良野へ行ける大都市に近いハブとしての活用も期待できる。

地域資源として、安田侃彫刻美術館アルテピアッツァ美唄をはじめ、ラムサール条約湿地認定の宮島沼、約 2,000 本もの桜がある東明公園、竪坑巻上櫓がある炭鉱メモリアル森林公園、雪が多い地域の特色を活かした雪エネルギーの利活用やゴルフ場を冬場はスノーアクティビティエリア（美唄スノーランド）として展開しているほか、日本遺産である「炭鉄港」の４つの登録資産がある。

また近年では、ローカル思考や地域の持つ豊かさ、個性、風土的、文化的特徴や多様性に人々の関心が向いていることから、美唄の自然や田園風景、食、農、アート、これらを活かした体験など、魅力的な地域資源をつなぎ合わせ、一面として展開し、「ゆったり過ごせる滞在場所」として、農泊推進事業を新たなコンテンツとして加え、さらに美唄の魅力を磨きあげようと考えている。

【観光客の実態等】

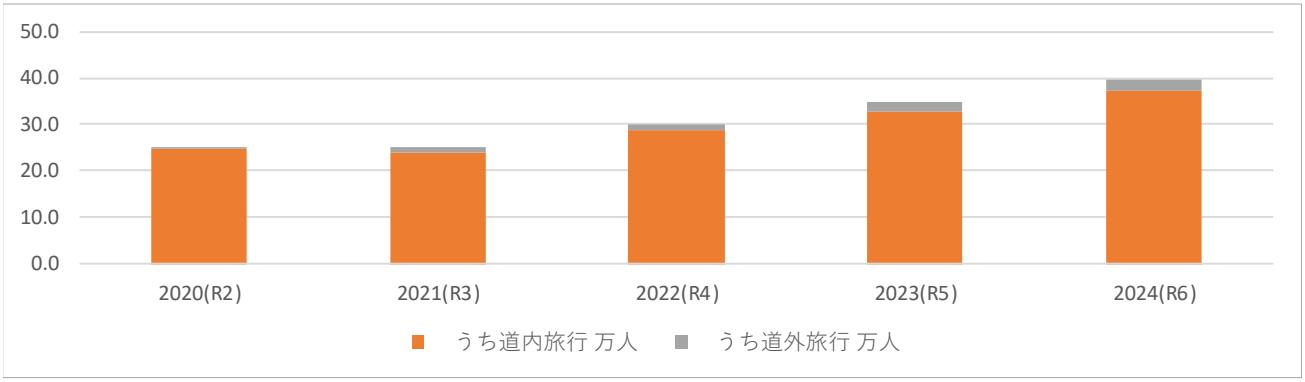
美唄市の観光入込客数は、30 万人前後で推移し、令和元年度には 39 万人を超えたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和２～３年度には 25 万人に減少。令和４年度以降は復調の兆しが見え、令和５年度には 35 万人近くまで回復した。

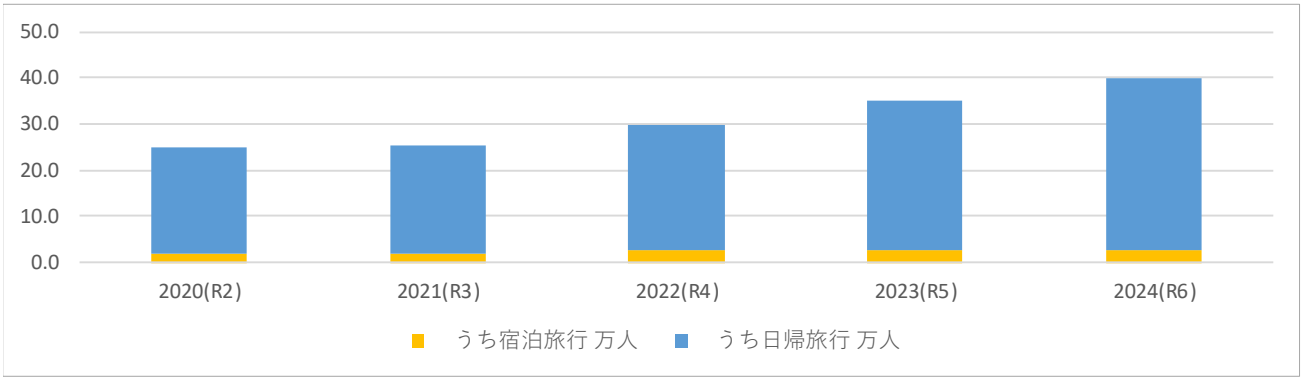
また、道内外別の入込客数では、道内客が９割を超え、滞在形態別の入込客数では、日帰り客が９割を超えており、道外・海外客の宿泊客を増やすとともに、滞在日数の増を目指す必要がある。

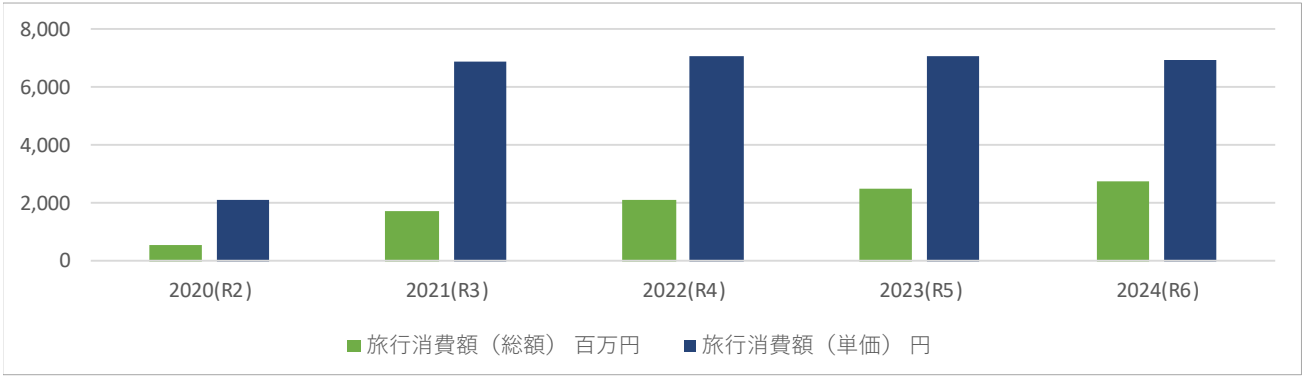
旅行消費額は、Ｒ３年度より単価算出を見直したことも含め、増額傾向となっている。

様式１

	2020(R2)	2021(R3)	2022(R4)	2023(R5)	2024(R6)
観光入込客数　万人	25.2	25.2	29.8	34.9	39.8
うち道内旅行　万人	24.6	24.1	28.6	32.7	37.4
うち道外旅行　万人	0.6	1.2	1.2	2.2	2.4
うち宿泊旅行　万人	1.8	1.7	2.5	2.7	2.7
うち日帰旅行　万人	23.3	23.5	27.4	32.2	37.1
旅行消費額（総額）　百万円	540	1,740	2,118	2,459	2,766
旅行消費額（単価）　円	2,100	6,900	7,100	7,046	6,951







様式１

【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】

ジャンル	地域資源名	案内施設・店舗など	備考
グルメ	とりめし	なかむらえぷろん倶楽部（Aコープびばい他）、しらかば茶屋、たつみ、藤観光、匠庵、山本商店、三船、アンテナショップPipa、クックカフェ	北海道ムラの宝物登録
	美唄焼き鳥	福よし、たつみ、三船、かつ	北海道ムラの宝物登録
	もつそば	福よし、たつみ	
	袋入りやきそば	角屋	北海道ムラの宝物登録
	米粉パン	すぎうらベーカリー、伊原商店	北海道ムラの宝物登録
	米粉製品	ヤマシタ、かいや、角屋	
	美唄銘菓「べかんべ最中」	美唄長栄堂	北海道ムラの宝物登録
	美唄銘菓「くるみ餅」	美唄長栄堂	北海道ムラの宝物登録
	ハスカップのおにぎり	クックカフェ	北海道ムラの宝物登録
	米粉みそザンギ	山本商店、藤観光、角屋ほか	
	雪うなぎ	ＷＤＣ・雪屋媚山商店	サーバー排熱利用養殖
農畜産物	お米	JAびばい、JAみねのぶ、アンテナショップPipa	北海道ムラの宝物登録（雪蔵工房　おぼろづき）、2006年「第8回全国食味分析鑑定コンクール」で阿部さんのおぼろづきが金賞受賞
	米粉	美唄こめこ研究会、よーいDON	
	ハスカップ	JAびばい、JAみねのぶ	北海道ムラの宝物登録（ハスカップ狩り）
	アスパラガス	JAびばい、JAみねのぶ、内山農園ほか	北海道ムラの宝物登録（グリーンアスパラガス狩り）
	アスパラ羊	西川農場、STOVEN、寿楽	
	くるみ	上村農園	
	野菜	JAびばい、JAみねのぶ、アンテナショップPipa	
	美唄尚栄高校グローカル・アグリハイスクール宣言	美唄尚栄高校	農業クラブの活動を通じて、地域農協との連携、地元農業関係者と連携した加工品の開発・販売
アート	安田侃彫刻美術館アルテピアッツァ美唄	カフェアルテ	北海道ムラの宝物登録 日本遺産;炭鉄港(校舎)
	こころを彫る授業	安田侃彫刻美術館アルテピアッツァ美唄	
歴史・文化・体験	空知の炭鉱関連施設と生活文化		北海道遺産
	石狩川	美浦大橋、月形大橋	北海道遺産
	炭鉱メモリアル森林公園	三菱美唄炭鉱立坑巻揚櫓、原炭ポケット	日本遺産：炭鉄港(竪坑)
	旧三井美唄炭鉱事務所		近代化産業遺産認定
	美唄屯田兵屋		北海道有形文化財
	美唄屯田騎兵隊火薬庫		美唄市指定文化財第5号
	旧桜井家住宅		美唄市指定文化財第6号、北海道ムラの宝物登録
	4110形式十輪連結タンク機関車2号		美唄市指定文化財第4号,北海道ムラの宝物登録
	美唄鉄道東明駅		日本遺産：炭鉄港(汽車)
	林芙美子の詩（歌碑）	中央公園	北海道ムラの宝物登録
	石川啄木の歌碑	JA美唄駅	
	峰延獅子舞	みねのぶまつり	美唄市指定文化財第2号
	峰延東傘踊り		美唄市指定文化財第7号
	光珠内いん石（沼貝いん石）	郷土史料館	美唄市指定文化財第3号 国立科学博物館がまとめている日本隕石リスト球粒石質隕石の27番目登録
	美唄市郷土史料館		日本遺産：炭鉄港(絵)
	三菱美唄記念館		

様式１

ジャンル	地域資源名	案内施設・店舗など	備考
	空知神社		
	美唄市とんでん太鼓		北海道ムラの宝物登録
	日本一の直線道路		北海道ムラの宝物登録
	樺戸道路	月形樺戸博物館	北海道ムラの宝物登録
	ぬいぐるみ作り	ZOOプランニング	
	サンプル工房	美唄フォレストセンター	
	陶芸・登り窯	体験交流館	
自然環境・風景	宮島沼	宮島沼水鳥・湿地センター	ラムサール条約登録、北海道ムラの宝物登録
	美唄山		
	美唄ダム・びばい湖		
	東明公園	スペース・カリヨン	北海道ムラの宝物登録
	ふるさとの見える丘	東明公園、ピンネシリ	
	田園風景	市内各所	夏の水田、秋の稲穂、冬の防風林と雪
	美唄湿原	北海道農業研究センター美唄試験地	北海道ムラの宝物登録
ご当地キャラクター	地産戦隊「ビバレンジャー」	びばい歌舞裸まつりほか	北海道ムラの宝物登録
	マガンの「マミィーちゃん」	びばい歌舞裸まつりほか	北海道ムラの宝物登録
	ヤキトリ男	びばい歌舞裸まつりほか	
イベント・スポーツ	びばいさくら	東明公園、ピンネシリ	
	びばい歌舞裸まつり	中央公園	
	美唄雪んこまつり	中央公園	北海道で札幌雪まつりに次ぐ歴史（1953年～）
	サイクリング	ピパの湯　ゆ～りん館	びばいカントリーライド
	マラソン		ピパオイヘルシーロードレース・美唄市ハーフマラソン大会
	ゴルフ・ウィンターゴルフ	ゴルフ5カントリー美唄コース、北海道リンクスカントリー倶楽部	
	スカイスポーツ	農道離着陸場	スカイダイビング、パラグライダーなど
	美唄国設スキー場		
	スノーアクティビティ	ゴルフ5カントリー美唄コース（美唄スノーランド） ピパの湯　ゆ～りん館	ウィンターゴルフ、ファットバイク、クロスカントリー、スノーモービル、スノーボートなど
	クライミング、ボルダリング	美唄市体育センター	
	サン・スポーツランド美唄		野球、陸上競技、テニス
	美唄パークゴルフ場		NPO法人国際パークゴルフ協会公認コース
	我路ファミリー公園キャンプ場		
日帰り温泉・宿泊	ピパの湯　ゆ～りん館		
宿泊	HOTEL BIJIKO		
	だるま屋旅館		
	的場旅館		
	コージーペンギンハウス		
	STAY桜		
	Swan House		
	多目的宿泊施設　トマーレびばい		
産業	石炭の露天掘り	北菱産業埠頭、三美鉱業	
	雪利活用施設	ホワイト・ラボ、雪蔵工房、雪蔵美人、コミュニティホーム、ケアハウスハーモニー、ゆ～りん館	ＷＤＣ（ホワイトデータセンター）
	北海幹線用水路		北海道遺産
	北海道溜池発祥の地		北海道ムラの宝物登録
	工場見学	日本理化学工業ほか	キットパス、チョーク等
	北海道立総合研究機構森林研究本部林業試験場	緑化樹センター	

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・ピパの湯ゆ～りん館　　３４室　１６４名収容　温泉併設ホテル
・HOTEL BIJIKO　　３７室　１０３名収容　ビジネスホテル
・だるま屋旅館　　１３室　　３０名収容　旅館
・的場旅館　　１４室　　４８名収容　旅館
・コージーペンギンハウス（１棟）　４室　　１０名収容　民泊
・STAY 桜　（１棟）　　４室　　１１名収容　民泊
・トマーレびばい（４棟）　　１２室　　２４名収容　簡易宿泊
・ZEN　CABIN（２棟）　　２室　　６名収容　簡易宿泊

【利便性：区域までの交通、域内交通】

・札幌から　60km　JR で 35 分　車で 40 分（高速）
・旭川から　80km　JR で 50 分　車で 75 分（高速）
・富良野から　60km　車で 60 分
・新千歳空港から　95km　JR で 80 分　車で 80 分（高速）
・苫小牧港　115km　車で 80 分（高速）
・石狩湾新港　85km　車で 75 分（高速）
・市内：市民循環バス、乗合タクシー、タクシー会社（２社）、
　レンタルサイクル（２９台、うち電動５台）
　※お得なタクシー往復券販売、季節コンテンツへのシャトルバス運行

【外国人観光客への対応】

・市ホームページ（観光情報）４か国語（日本語、英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語）対応
・市内配置デジタルサイネージ　３か国語（日本語、英語、中国語（繁体））対応
・観光動画　２か国語（日本語、英語）対応
・観光パンフレット　２～４か国語（日本語、英語、中国語（繁体）、タイ語）対応
・市内飲食店、商店、ドラッグストア等に電子マネーやキャッシュレス化を推進している。
・宿泊施設及び市内英語等対応として、フロントスタッフや市地域おこし協力隊による対応可能。
・市内団体にて外国語対応可能。
・「やさしい日本語」を推進している。

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。	自治体が実施している調査データを活用。
延べ宿泊者数	宿泊者の推移を把握し長期滞在への戦略立案に繋げるため。	自治体が実施している調査データを活用。
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。	アンケート調査にて実施。
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。	アンケート調査にて実施。
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。	Google アナリティクスを活用。
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。	市が実施しているまちづくりアンケート調査データを活用。
流動人口動向調査	地域内外の人の動きを把握・分析し、戦略立案に繋げるため。	地域活性化起業人の活用又は調査会社に委託して実施。

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

美唄市では、観光プロモーションによるＰＲ活動や積極的な情報発信、観光客の受入環境整備などにより、令和元年度には、観光入込客数が直近 10 年間で最多となる 39 万人に達するなど、一定の成果を挙げてきた。

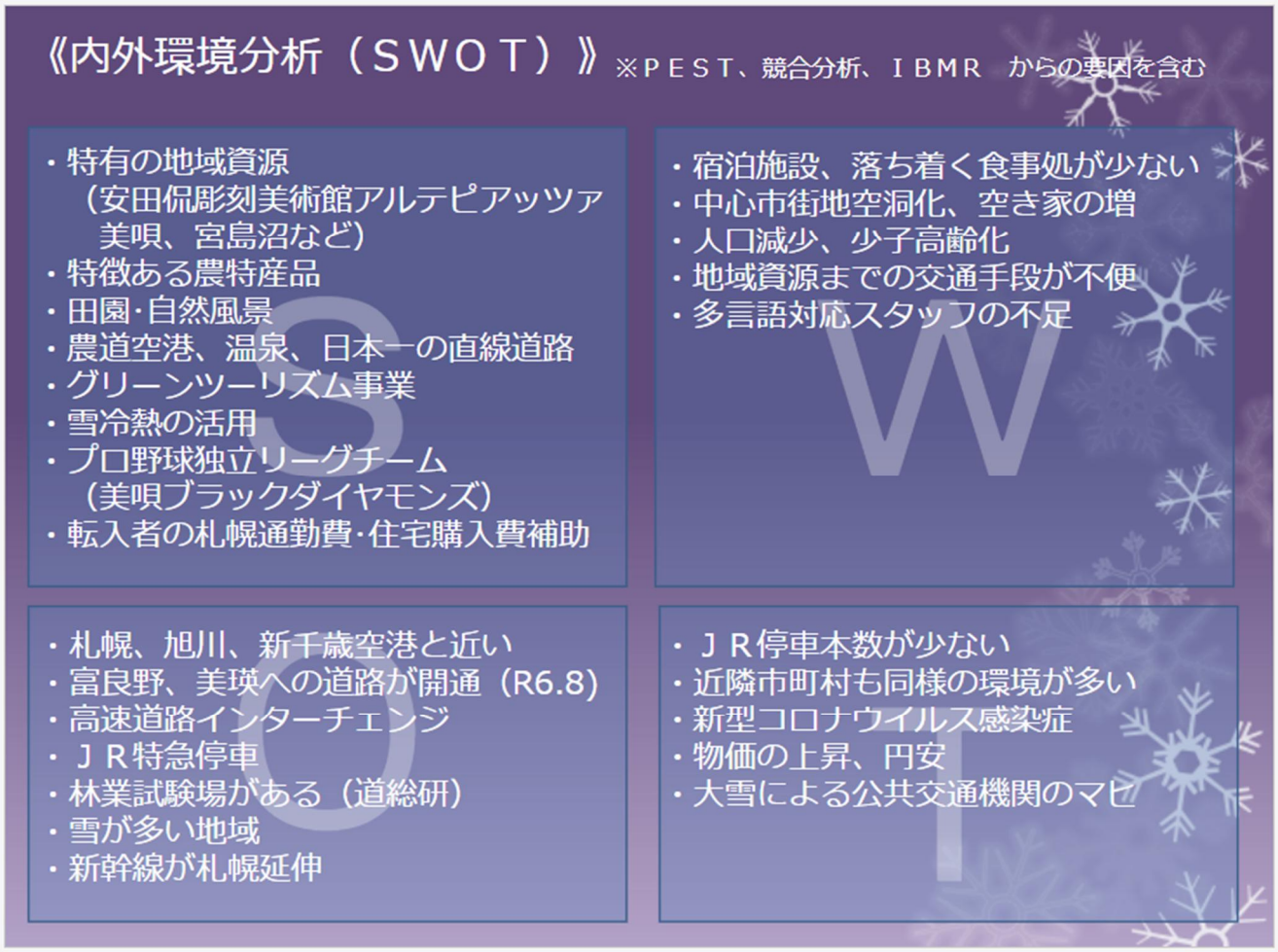
しかしながら、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、インバウンド需要はほぼ消失するとともに、国内の旅行需要も減少するなど、観光関連産業は大きな打撃を受けた。

現在は、インバウンドに対する水際対策も徐々に緩和され、経済も活気を取り戻しつつあるが、急速に進む人口減少、少子高齢化、生産年齢人口の減少により、国内需要の減少による経済規模の縮小が避けられない中、今後、観光が地域活性化に果たす役割は非常に大きいものと考える。

第７期美唄市総合計画の中では、国内外からたくさんの人が美唄に滞在し、関係人口・交流人口を増加させることを目指す姿として、令和７年度に観光入込客数を６０万人、宿泊者延べ数を４万８千人（美唄市観光ビジョン）とする目標を設定しているが厳しい状況となっている。

この実現に向けては、これまで各々で創出・展開・プロモーションを実施してきたものを、ベクトルを同じ方向にした全市的な組織を必要とし、観光まちづくり推進主体として発足した当法人が、観光関連団体・事業者と連携を図りながら、美唄ならではの「食」や「自然」、「歴史文化」、「芸術」などの魅力的な地域資源を活用し、新たな体験メニューや滞在型観光商品の開発、受入体制・滞在環境の整備を進める必要がある。

（２）地域の強みと弱み



（３）ターゲット

《ターゲット層》

●「数」より「質」を重視したターゲット
●不特定多数の観光客よりも、美唄を応援してくれる人
●美唄を好きな（好きになりそうな）人

○共通するプロファイル

個人、家族、グループ、子育世代、ゆとりを求める人、移住の可能性を秘める人

国内・・・札幌圏・首都圏・都会・雪の少ない地域に居住

海外・・・欧米志向（長期滞在）、東南アジアの富裕層（雪の少ない国）

○セグメンテーション

・自分史探検家（文化的ルーツの探索・理解、訪ねた土地に浸る）
・非日常生活体験志向者（日常生活のストレスから解放）
・穏やかな探検家（旅行時は心地良さを求め家族等と滞在）
・文化史探検家（歴史や文化を重視、自分のペースで行動）
・自然を好む探検家（自然を好み、自然の動向で自分が行動）

○ポジショニング：**穏やかな滞在時間を過ごせる場所**

《選定の理由》

美唄に現存する自然や田園風景、食、農、アート、これらを活かした体験などの地域資源は、人が混み合う都会や知名度の高い観光地とは違い、「密」を回避しながら、明瞭な四季が織りなす自然環境の中で滞在できる地域資源を多く有していることから、良質で魅力的な地域資源となるよう磨き上げ、その時代にあった滞在観光づくりを継続することが、関係人口の創出や田園回帰に結び付く持続可能な施策と考えている。

現存する地域資源を好きになってもらい、何度も足を運び、長期に滞在に繋がり、常に一定数の滞在者がいることで、地域経済が循環し保たれる観光地域づくりを目指す。

この地域に適したターゲットのセグメントとして、カナダの観光マーケティングで使用するＥＱ（Explorer Quotient）を参考に、地域に合う深層心理でセグメントすることにより、リピーターや長期滞在、短期移住に結び付けることができる可能性が高いことから、国内外にいるこの地域に滞在したいと思いそうな方をターゲット層と選定し、社会的要因によるリスクをカバーし、継続的に滞在者がいる状況を作り出す。

プロファイル及びセグメントは「①地域に眠る観光コンテンツ開発業務」及び「②美唄市観光マーケティング調査業務」のほか、「③空知管内における訪日外国人宿泊者数調査（2023）」から得たデータ・分析等を活用している。

●共通するプロファイル

①より、魅力度について「充実したスポーツやアクティビティ環境」が若年層になるほど高い傾向にあることから、10代・20代の個人、家族（子育世代）、グループを選定。

①②より、アンケート等で「田舎や地方のスロウな時間の流れを感じさせるまち」との結果から、ゆとりのある暮らし求める方、移住の可能性がある方、欧米志向などの長期滞在が見込まれる方を選定。

①より、観光入込状況で道内客が９割であり、アクセスの良い札幌、旭川等を中心とした都会を選定。

③より、管内では美唄市に宿泊した外国人が最も多く、特に美唄スノーランドを目的とした来訪が増加したことから、雪の少ない首都圏や東南アジア圏をターゲットに選定。

●セグメンテーション

①②より、アンケート等で「田舎や地方のスロウな時間の流れを感じさせるまち」との結果から次を設定

・自分史探検家（文化的ルーツの探索・理解、訪ねた土地に浸る）

・非日常生活体験志向者（日常生活のストレスから解放）

・穏やかな探検家（旅行時は心地良さを求め家族等と滞在）

①より、既存の美唄観光アトラクションは、アートや歴史・文化・郷土関連資源が多いことから次を設定

・文化史探検家（歴史や文化を重視、自分のペースで行動）

・自然を好む探検家（自然を好み、自然の動向で自分が行動）

●ポジショニング

①②より、アンケート等で「田舎や地方のスロウな時間の流れを感じさせるまち」との結果から次を設定

・穏やかな滞在時間を過ごせる場所

《取組方針》

●ターゲット層に影響力があるインフルエンサーの活用や、モニターツアーにより、リピーター、長期滞在の可能性を増幅させ、情報発信としてＳＮＳ活用する。

●満足度調査等のデータを活用し、リピーターや長期滞在につながる要因を分析しターゲット層に強力に訴求する効率的な情報発信やコンテンツを磨き上げる。

●住民とのふれあいの場を構築し、その様子を双方自ら発信する等、滞在者と住民の満足度の上昇につなげる。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	Calm time Bibai　～もう一つの在り処～ 忙しく過行く日々、 人にはリセットする時間が必要 過去や未来を考えたり、 日頃考えられないことを考えたり、 何にも考えなかったり 思い思いに楽しむ場所 ここは、その貴重な時間を保つ場所
②コンセプトの考え方	特徴的な地域資源として、豊かな自然と子供たちの姿が調和した安田侃彫刻美術館アルテピアッツァ美唄をはじめ、７万羽のマガンが飛来し春と秋の朝と夕暮れには心を揺さぶる感動が待っている宮島沼、ソメイヨシノやエゾヤマザクラなど約 2,000 本もの桜が見事に咲き誇る東明公園、真っ赤に染まった日本遺産「炭鉄港」の構成文化財である竪坑巻上櫓が象徴的な炭鉱メモリアル森林公園、豊かな自然や田園風景、食、農、アート、これらを活かした体験など、200 万人が暮らす札幌から直ぐ近くにあり、混みあっていない「過ごしやすい滞在場所」として美唄の魅力を磨き上げ、交流人口・関係人口を増加させ、滞在者との関わりにより住民自身の満足度が高まるよう推進し、地域経済の活性化を目指す。

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。	・（一社）ステイびばい 三役会議、理事会、戦略企画会議、各種部会（プロジェクト会議） ・観光地域づくりシンポジウム ・他団体の会議に参加し取組報告、意見交換
	理事会は年３回程度、三役会議は月１回程度、戦略企画会議は年６回程度、各種プロジェクト会議は月１～２回実施し、関連団体・事業者を集めてコミュニーションの場を設け、戦略の方向性確認・企画立案・進捗管理等を実施する。また、外部人材として地元の外から見ることができる方たちとのコミュニケーションの場を設け、取組みに偏りが出ないようにすることで、関係者との良好な関係を育み、持続可能にしていく。
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	観光タクシーの乗務員やフロントや窓口等に従事する方を対象に、おもてなし接遇研修の機会を設ける。 また、各種ガイドツアーのガイド（インタープリター）養成を推進し、質が高く、また説明を受けたくなるようなガイドを増やし、常に同等のサービスが受けられるよう取り組む。 ２次交通を充実させるため、主な地域資源へのタクシー往復券の販売や季節コンテンツへのシャトルバス運行を実施。

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	・（一社）ステイびばいの WEB を立上げ、各団体や事業者等のイベント情報を一元化（詳細情報は各団体作成ページとのリンク）し、美唄で開催される催しがリアルタイムで把握できるようにする。 また「食べる」「遊ぶ」「体験する」などのカテゴリーに区分された各団体・事業者で作成している WEB の当該コーナーに直接リンクしたページを作成することで、各々の詳細な情報を安易に閲覧できるようにするほか、WEB 上で予約・決済が完了できるように構築する。 ・これまで事業者単体で出展していた各種旅行博や展示会等、商談会に、DMO として出展し、幅広いプロモーションを実施する。 ・海外におけるプロモーションは、これまでネットワークを構築している宿泊事業者や交通事業者、ゴルフ事業者などとともに魅力的な地域資源を漏れなく発信できるよう取り組むほか、ＪＲ北海道などの交通機関と連携したＦＩＴ博への共同出展などを実施。

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		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（百万円）	目標	550	2,840	3,540	3,100	3,400	3,400
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	2,118	2,459	2,766			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	17.5	25.0	32.5	30.0	32.0	32.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	25.5	26.7	27.3			
		(0.5)	(1.2)	(1.5)			
●来訪者満足度（%）	目標	－	90	90	90	90	90
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	－	87	89			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	－	30	20	16	16	16
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	－	14	15			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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）
滞在型観光を目指すにあたり、観光入込客数だけではなく、延べ宿泊者数に重点をおくこととし、できるだけ多くの期間、美唄に滞在させるための取り組みを行っていく。また、来訪者満足度やリピーター率にも着目し、美唄ファンの獲得に向け取り組んでいく。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
主要な宿泊施設、観光施設、飲食店、商店などにおけるアンケートにより数値化する。
北海道の平均単価が日帰り客８，４３４円、宿泊客２８，６２６円であるのに対し、美唄市は日帰り客６，１１６円、宿泊客１８，２７２円と７割前後の数値になっているのを踏まえ、単価の増加に向けた戦略を企てる必要がある。R7 以降は、実績を踏まえた目標数値に見直した。

●延べ宿泊者数
滞在型観光を目指す上で、延べ宿泊数は最も重要な数値である。R7 以降は、実績を踏まえた目標数値に見直した。

●来訪者満足度
美唄ファンを獲得する上で、来訪者満足度は重要な数値である。R5 からアンケート調査などにより、来訪者満足度数値を算出。当面９０%の来訪者が満足することを目標数値とした。

●リピーター率
美唄ファンを獲得する上で、リピーター率は重要な数値である。R5 からアンケート調査などにより、リピーター率を算出。R7 以降は、実績を踏まえた目標数値に見直した。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●平均宿泊数（泊）	目標	－	1.2	1.2	1.3	1.3	1.3
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	－	1.1	1.2			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
過ごしやすい滞在場所として、地域資源を繋げたコンテンツ造成や滞在環境の整備を行い、来訪者に長期滞在を促すことを目指し、平均宿泊日数を目標数値として設定した。

【設定にあたっての考え方】
●平均宿泊日数
宿泊施設に調査を依頼する。長期滞在、短期移住につながるよう滞在型体験コンテンツの創造や滞在環境整備を推進し、初年度 1.2 泊、３年後には 1.3 泊となるよう目標数値を算出した。

様式１

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	21,526,732（円）	【国からの補助金】	0 千円
		【市からの委託金】	20,031 千円
		【支援機関からの補助金】	679 千円
		【事業収入】	466 千円
		【雑入】	351 千円
		【収益事業】	0 千円
2023（Ｒ５）年度	35,465,796（円）	【国からの補助金】	22,809 千円
		【市からの委託金】	1,500 千円
		【市からの補助金】	8,600 千円
		【支援機関からの補助金】	600 千円
		【事業負担金収入等】	1,709 千円
		【収益事業】	248 千円
2024（Ｒ６）年度	26,497,606（円）	【国・道からの補助金】	9,483 千円
		【市からの委託金】	4,347 千円
		【市からの補助金】	10,704 千円
		【支援機関からの補助金】	821 千円
		【事業負担金収入等】	200 千円
		【収益事業】	942 千円
2025（Ｒ７）年度	40,101,000（円）	【国・道からの補助金】（公募事業想定）	17,410 千円
		【市からの委託金】	9,400 千円
		【市からの補助金】	10,290 千円
		【支援機関からの補助金】	500 千円
		【事業負担金収入等】	501 千円
		【収益事業】	2,000 千円
2026（Ｒ８）年度	35,000,000（円）	【国・道からの補助金】（公募事業想定）	11,500 千円
		【市からの委託金】	10,000 千円
		【市からの補助金】	10,000 千円
		【支援機関からの補助金】	1,000 千円
		【事業負担金収入等】	500 千円
		【収益事業】	2,000 千円
2027（Ｒ９）年度	35,000,000（円）	【国・道からの補助金】（公募事業想定）	11,500 千円
		【市からの委託金】	10,000 千円
		【市からの補助金】	10,000 千円
		【支援機関からの補助金】	1,000 千円
		【事業負担金収入等】	500 千円
		【収益事業】	2,000 千円

様式１

（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	21,526,732（円）	【一般管理費】 322 千円 【情報発信・プロモーション（市委託）】 4,740 千円 【コンテンツ開発（市委託）】 13,160 千円 【国内外交流マネジメント（市委託）】 1,099 千円 【イベント開催費】 142 千円 【次期繰越収支差額】 2,064 千円
2023（Ｒ５）年度	35,241,667（円）	【一般管理費】 3,801 千円 【収益事業】 181 千円 【受託事業】 1,342 千円 【環境整備・コンテンツ開発・情報発信】29,918 千円
2024（Ｒ６）年度	26,045,508（円）	【一般管理費】 4,973 千円 【収益事業】 758 千円 【受託事業】 4,347 千円 【環境整備・コンテンツ開発・情報発信】15,967 千円
2025（Ｒ７）年度	39,800,000（円）	【一般管理費】 8,000 千円 【収益事業】 1,700 千円 【受託事業】 9,400 千円 【環境整備・コンテンツ開発・情報発信】 20,700 千円 ※公募事業想定
2026（Ｒ８）年度	35,000,000（円）	【一般管理費】 8,000 千円 【収益事業】 1,700 千円 【受託事業】 4,500 千円 【環境整備・コンテンツ開発・情報発信】 20,800 千円 ※公募事業想定
2027（Ｒ９）年度	35,000,000（円）	【一般管理費】 8,000 千円 【収益事業】 1,700 千円 【受託事業】 4,500 千円 【環境整備・コンテンツ開発・情報発信】 20,800 千円 ※公募事業想定

（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

これまで、市や団体、企業、事業者が、各々で創出・展開・プロモーションを実施してきた「点」を、ベクトルを同じ方 向にしたステークホルダーで構成する組織「面」により、美唄市にある地域資源を最大限に活用できる事業の創出・マネジメント活動を主に展開し、効率的かつ発展的な活動を推進し、持続可能な経済活動の発展に導くものとしている、

また、多様な滞在型体験交流プログラムの創造や滞在コンテンツ造成など、美唄の観光資源を活かした居心地の良い滞在環境を 構築し、滞在人口やリピーターを含めた関係人口の増加を推進するほか、来訪者との関わりにより住民自身の満足度が高まるよう取組み、地域経済の活性化に繋ぎ合わせることを目的とする。

以上のことから、全市的な観光地域づくりを推進するマネジメント組織として運営するにあたり、滞在体験コンテンツ造成や滞在環境整備、一元的な情報発信プロモーション、地域ブランドの創出などにかかる公益性を伴う活動費用は、国等の支援申請にチャレンジしながら確保し、その際の自主負担分や市受託事業、管理運営費は当面市が負担することとしている。

また、旅行業（着地型旅行業）運営により、多様な旅行商品の造成、販売、手配旅行を進め、取扱い手数料等を運営費に充てることとしている。

その他、安定的な運営費用の獲得のため、市アンテナショップ運営や市所有の合宿宿泊施設運営に向けた本格的な協議のほか、ふるさと納税返礼品の取扱い事務受託、その他観光関連施設における指定管理業務などを検討していくほか、市の財源として宿泊税を検討することとしている。

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

新型コロナウイルス感染症の影響により、全国的にインバウンドや国内旅行社が激減し、人との接触を避け、地方にある規模の小さい宿を選択するなど、旅行スタイルや旅先の選択が大きく変化している状況にある。また、インバウンドに過度に依存してしまうと、コロナ禍のような状況となった時の打撃が大きいことを実感するなど、グローバル化の時代から一転し、ローカルから出発して経済循環を創っていくといった地域志向への考え方に移り変わり、地域の持つ豊かさや個性、風土的・文化的特徴や多様性に、人々の関心が向いていると認識している。

このような中、本市の地域資源は、自然や田園風景、食、農、アート、これらを活かした体験など、人が混み合う都会や観光名所とは違い、「密」を回避しながら、明瞭な四季が織りなす自然環境の中で滞在できる地域資源を多く有しており、良質で魅力的な地域資源となるよう磨き上げ、その時代にあった滞在観光づくりを継続することが、関係人口の創出や田園回帰に結び付く持続可能な施策であり、こうした考え方を基に、第７期総合計画を策定し、産業振興計画や観光ビジョンとも整合性を図りながら、地方創生推進交付金事業などに取り組んでいる。

滞在型観光地域づくりに向けて、多様な関連団体や観光に携わる事業者を主体とした全市的な組織づくりを進め、支援してきたところであり、美唄市としては、この法人が中心となって地域資源を磨き上げ、滞在人口やリピーターを含めた関係人口の創出・拡大を推進するほか、若い世代のローカル志向や国内における地域志向に沿った選ばれる地域づくりを進め、未来にわたって持続可能な地域社会をつくるため、農業や産業振興とともに地域の特性を活かした観光拠点づくりの構築に取り組むこととしている。

美唄市は、一般社団法人ステイびばいを、当市における地域ＤＭＯとして位置付けている。

様式１

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）

広域連携として、日本遺産に登録されている「炭鉄港」を通じ、構成自治体とともに中広域的なツアー造成や滞在コンテンツ創出などを行っている。
また、境遇が近い近隣市と連携し、それぞれの強みを活かし、点から面への展開に向けたツアーの実施を始めている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	工藤　賢
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	072-0012
所在地	北海道美唄市東１条南２丁目１番７号
電話番号（直通）	050-1741-4683
ＦＡＸ番号	-
Ｅ－ｍａｉｌ	k.kudoh@staybibai.com

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	北海道美唄市
担当者氏名	山本　貴裕
担当部署名（役職）	経済部経済観光課長
郵便番号	072-8660
所在地	北海道美唄市西３条南１丁目１番１号
電話番号（直通）	0126-63-0112
ＦＡＸ番号	0126-62-1088
Ｅ－ｍａｉｌ	t2.yamamoto@city.bibai.lg.jp

都道府県･市町村名	北海道美唄市
担当者氏名	猪谷　香織
担当部署名（役職）	経済部経済観光課課長補佐
郵便番号	072-8660
所在地	北海道美唄市西３条南１丁目１番１号
電話番号（直通）	0126-63-0112
ＦＡＸ番号	0126-62-1088
Ｅ－ｍａｉｌ	k.inoya@city.bibai.lg.jp

（登録）【地域DMO】 一般社団法人　ステイびばい

様式２

記入日：　令和7年7月18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　美唄市
【設立時期】 令和4年9月28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】　桜井　恒
【マーケティング責任者（CMO）】 工藤　賢
【財務責任者（CFO）】 工藤　賢
【職員数】 10人
（常勤5人（出向5人）、非常勤5人（うち4人：市契約職員）
【主な収入】 補助金・受託収入（国・市・支援機関）26百万円（R6決算）
【総支出】 事業費　26百万円、一般管理費　5百万円（R6決算）
【連携する主な事業者】
美唄観光物産協会、美唄商工会議所、美唄市農業協同組合、
峰延農業協同組合、（一社）美唄青年会議所、びばい商店街振興組合、
美唄グリーンツーリズム研究会、美唄金融協会、ピパの湯ゆ～りん館、
美唄飲食店組合、㈱美唄自動車学校、GOLF5カントリー美唄コース
地域資源を活用した協働のまちづくり向上委員会、
びばい食農アートまちづくり推進協議会

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	550（　）	2,840（　）	3,540（　）	3,100（　）	3,400（　）	3,400（　）
	実績	2,118（　）	2,459（　）	2,766（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	17.5（　）	25.0（　）	32.5（　）	30.0（　）	32.0（　）	32.0（　）
	実績	25.5（0.5）	26.7（1.2）	27.3（1.5）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	－（　）	90（　）	90（　）	90（　）	90（　）	90（　）
	実績	－（　）	87（　）	89（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	－（　）	30（　）	20（　）	16（　）	16（　）	16（　）
	実績	－（　）	14（　）	15（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・「数」より「質」を重視したターゲット
・美唄を応援してくれる人
・美唄を好きな人（好きになりそうな人）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・インフルエンサーの活用
・モニターツアーの実施
・キラーコンテンツの企画・作成
・滞在者と市民のふれあいの場の構築
【観光地域づくりのコンセプト】
Calm time Bibai　～もうひとつの在り処～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・コンテンツ造成各プロジェクト設置
・地域資源を繋いだモニタリング実施
・ワーケーション商品造成（企業・親子）
・旅行業の推進（着地型手配旅行）

【情報発信・プロモーション】
・美しき唄のまち動画作成
・地域イベントを一元化したWEB
・国内外プロモーション
・インバウンドプロモーション

【受入環境整備】
・地域資源を繋ぐ交通手段確保（タクシー往復券）
・季節コンテンツへのシャトルバス運行
・スノーアクティビティの新たなコンテンツ創出
・地域資源の説明プレート設置（英訳ほか）