観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年　7 月　24 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	株式会社 karch	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 北海道上士幌町	
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東 3 線 227 番地 1	
設立時期	平成 30 年 5 月 28 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	42 人【常勤 42 人（正職員 18 人・出向等 0 人・パート 24 人)】 （うち DMO チーム 7 名）	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 千葉　与四郎 （出身組織名） 株式会社 karch	株式会社 karch 代表取締役。令和 3 年 4 月まで 4 期 16 年間上士幌町副町長としてまちづくりを牽引。幅広い人脈から地域内外のネットワークづくりを行う。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 板橋　正智「専従」 （出身組織名） 株式会社 karch	令和 2 年 4 月より上士幌町より株式会社 karch へ専従派遣後、令和 7 年 4 月より同社直接雇用。金融機関での実務経験を活かした事業計画策定の他、経済効果の生まれる効果的なデスティネーションマーケティングおよび観光資源の発掘、コンテンツ開発を牽引。
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） 山名　政志「専従」 （出身組織名） 株式会社 karch	大手ホテルチェーンにて 20 年間の総務・財務部門を経験。同部門の責任者経験も持ち合わせており、高い知見を持つ。

様式１

プロモーション・プロダクト造成責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 杉本　陽介「専従」 （出身組織名） 株式会社 karch	アウトドアアクティビティ、アウトドアガイディングに高い知見を持つ他、資源を最大限に活かしたプロモーションに長けている。Leave No Trace レベル１インストラクター資格保有。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	上士幌町 商工観光課（観光振興・合意形成団体の事務局共同運営） 上士幌町 企画財政課（マーケティング・まちづくり・地域公共交通） 上士幌町 ゼロカーボン推進課（SDGs・ゼロカーボン施策の観光活用） 上士幌町 デジタル推進課（観光 DX・地域公共交通・人流データ分析）	
連携する事業者名及び役割	上士幌町観光協会　（観光プロモーション連携） 上士幌町商工会　（イベント開催・飲食業振興） JA 上士幌町　（特産品開発・観光資源連携） 株式会社生涯活躍のまちかみしほろ　（イベント開催・人材育成） NPO 上士幌コンシェルジュ　（特産品開発・人材育成連携） ぬかびら源泉郷旅館組合　（宿泊コンテンツ連携） 帯広信用金庫上士幌支店　（資金調達・マーケティング） 十勝信用組合上士幌支店　（資金調達・マーケティング） 上士幌町郵便局　（資金調達・マーケティング） NPO ひがし大雪自然ガイドセンター　（ガイドコンテンツ連携） 上士幌タクシー有限会社　（二次交通） 十勝バス株式会社　（二次交通） 北海道拓殖バス株式会社　（二次交通） 株式会社北海道宝島旅行社　（旅行商品造成連携） 公益社団法人北海道観光機構　（広域連携ＤＭＯ） 株式会社デスティネーション十勝　（地域連携ＤＭＯ） 十勝川温泉旅館協同組合　（地域ＤＭＯ） 十勝インバウンド誘客推進協議会　（インバウンド誘客包括連携）	
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 観光地域づくりの施策や指針についての合意形成を図る組織として、令和 3 年に上士幌町観光地域づくりネットワーク協議会「KAMISHIHORO.net」を設立。当該総会は関係する各団体・事業者の代表が参加し合意形成を図る役割を担い、具体的な事業戦略については、企画誘客戦略部会（経済的なインパクトを生み出すコンテンツの造成、既存イベントの磨き上げについて）・人材育成部会（町民参加型のアウトドアガイド養成、インバウンドに対応できる専門人材の発掘について）の 2 部会を設置し、各施策に係る合意形成を図っている。	
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	1. 道の駅かみしほろでのイベントを中心に催事出店や清掃活動、ボランティアスタッフとして参画。町民とのコミュニケーションの場を創出。 2. 本町で実施する総合戦略策定ワーキンググループや SDGs プロジェクトチームに参画。官民連携の強化を図っている。 3. KAMISHIHORO.net の活動、DMO の取組を説明する場として、DMO 主催の各協議会や意見交換会に町民を適宜招聘。町議員との意見交換会も実施。	

様式１

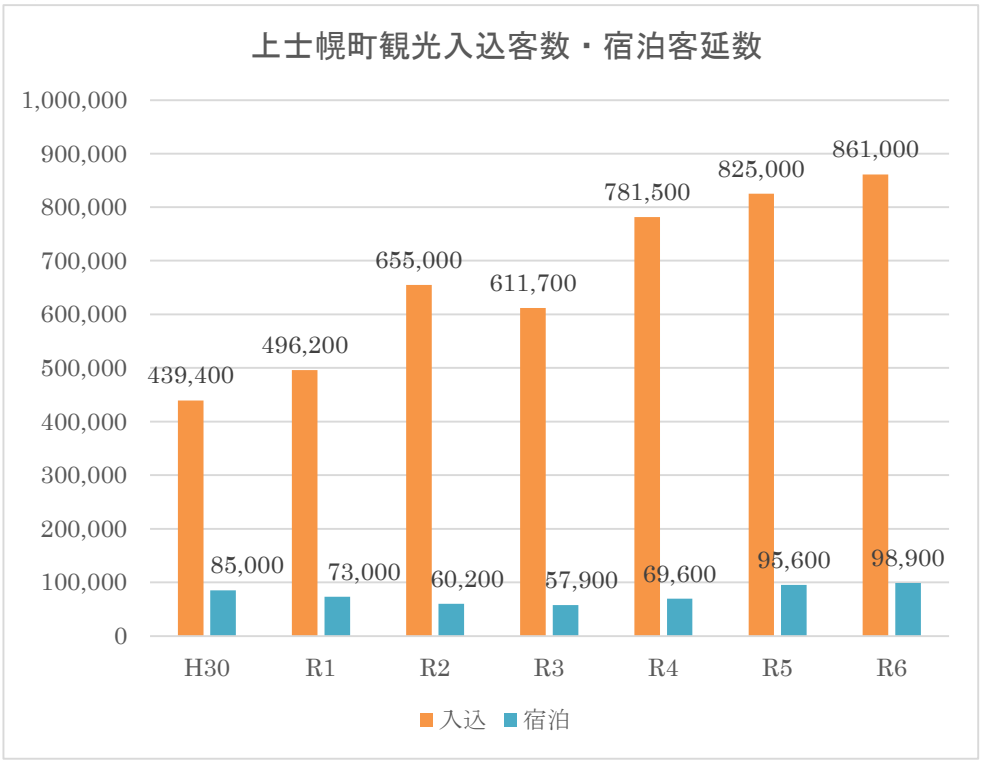
法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

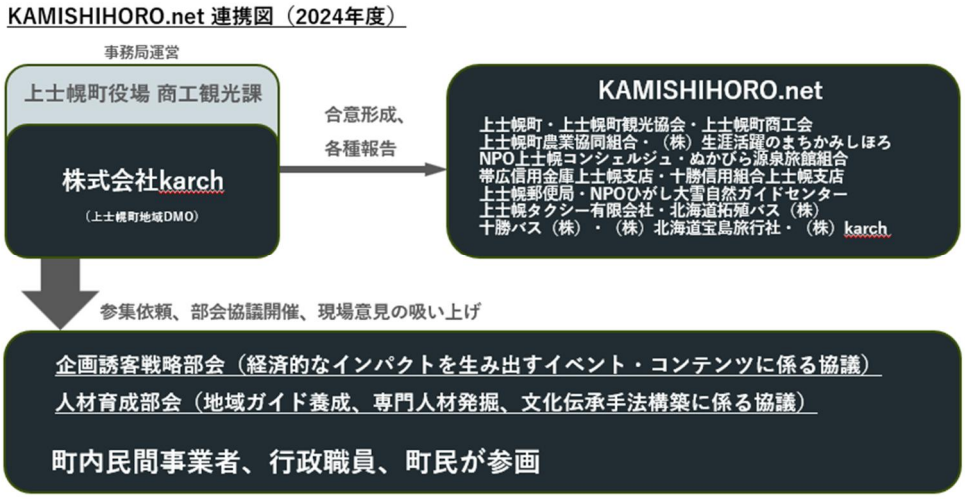
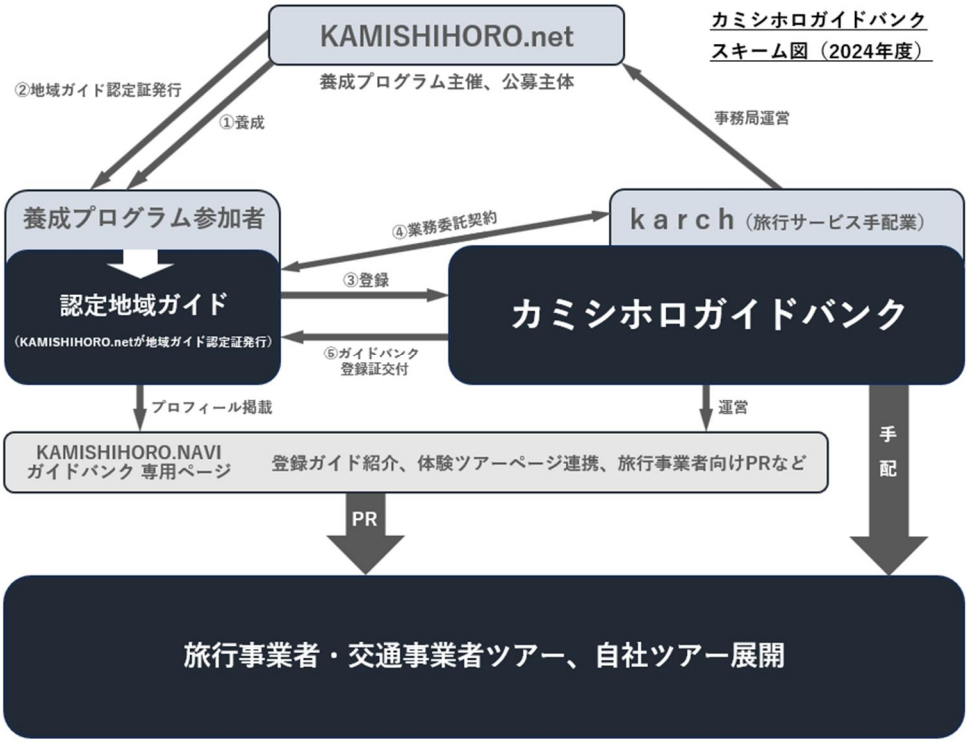
事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・令和１年度～令和６年度事業 1. 情報発信事業 ① HP（株式会社 karch、道の駅かみしほろ、ナイタイテラス）、SNS（Instagram、X、Facebook）、その他ツール（Google、OTA 他）による観光情報発信 ② 地域観光情報ホームページ「KAMISHIHORO.NAVI」の開設および観光情報発信 2. 誘客宣伝事業 ① 国内外旅行会社、交通事業者、主要観光施設、各自治体への BtoB プロモーション、商談会参加 ② 旅行雑誌、WEB メディア、インフルエンサー、テレビ、ラジオを活用した誘客宣伝 ③ ふるさと納税寄付者に対する誘客宣伝 ④ 北海道内、国内各所にて上士幌町 PR ブースの出店 ⑤ FAM トリップ開催 3. 道の駅かみしほろを活用したプロモーション事業 ① ゲートウェイ機能を活かした周遊に繋がる誘客宣伝
受入環境の整備	・令和１年度～令和６年度事業 1. インフォメーションセンター開設、施設運営事業 ① 令和１年度 ナイタイテラス開業 令和１年度 入込 13.8 万人 令和２年度 入込 8.8 万人 令和３年度 入込 10.2 万人 令和４年度 入込 12.6 万人 令和５年度 入込 13.4 万人 令和６年度 入込 13.8 万人 ② 令和２年度 道の駅かみしほろ開業 令和２年度 入込 44.3 万人 令和３年度 入込 39.8 万人 令和４年度 入込 48.1 万人 令和５年度 入込 51.5 万人 令和６年度 入込 51.3 万人 2. 情報伝達、案内情報整備 ① ホームページ内多言語整備 ② オンラインショップの開設・運営 ③ 上士幌町観光パンフレットの作成 ④ 上士幌町 SDGs パンフレットの作成 3. 地域ガイド公募・養成プログラム実施 ① 北海道アウトドアガイド講習の受講 ② ローカルガイド連携による地域ガイド研修の実施

	観光資源の磨き上げ	・令和１年度～令和６年度事業 1.　ICT を活用した観光商品開発、イベントの実施 ①　ドローンでの商品配送実証実験 ②　ドローンショーイベントの開催 2.　地場産品を活用した商品開発 ①　プライベートブランドの開発販売 ②　バイオマス発電を活用した地産地消の電気小売販売 3.　観光資源を活用した商品販売 ①　ナイタイ高原牧場ナイトバスツアー実施 ②　冬季糠平湖を活用した体験（ワカサギ釣り・スノーシュー、アイスバブル、ファットバイク）の検討、モニターツアー造成、ワカサギ釣りプライベートツアー開発販売 ③　タウシュベツ川橋梁林道ゲートの鍵貸出展開 ④　地域宿泊施設との連携によるタウシュベツ川橋梁見学ツアーの検討、宿泊者向け林道ゲート鍵の貸出 ⑤　域内の食材を活用したオリジナル飲食メニュー開発 ⑥　ナイタイ高原牧場プレミアム宿泊体験商品造成販売 ⑦　ナイタイ高原牧場トレッキングツアー造成販売 ⑧　ナイタイ高原牧場冬期特別立入ツアー造成販売 ⑨　上士幌ウインターバルーンミーティングと連携した雪中キャンプイベント開催

【定量的な評価】



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】 株式会社 karch を事務局として、合意形成団体「KAMISHIHORO.net」を運営 【合意形成 実施体制図】  【地域ガイド管理組織 実施体制図】 

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】

【区域設定の考え方】

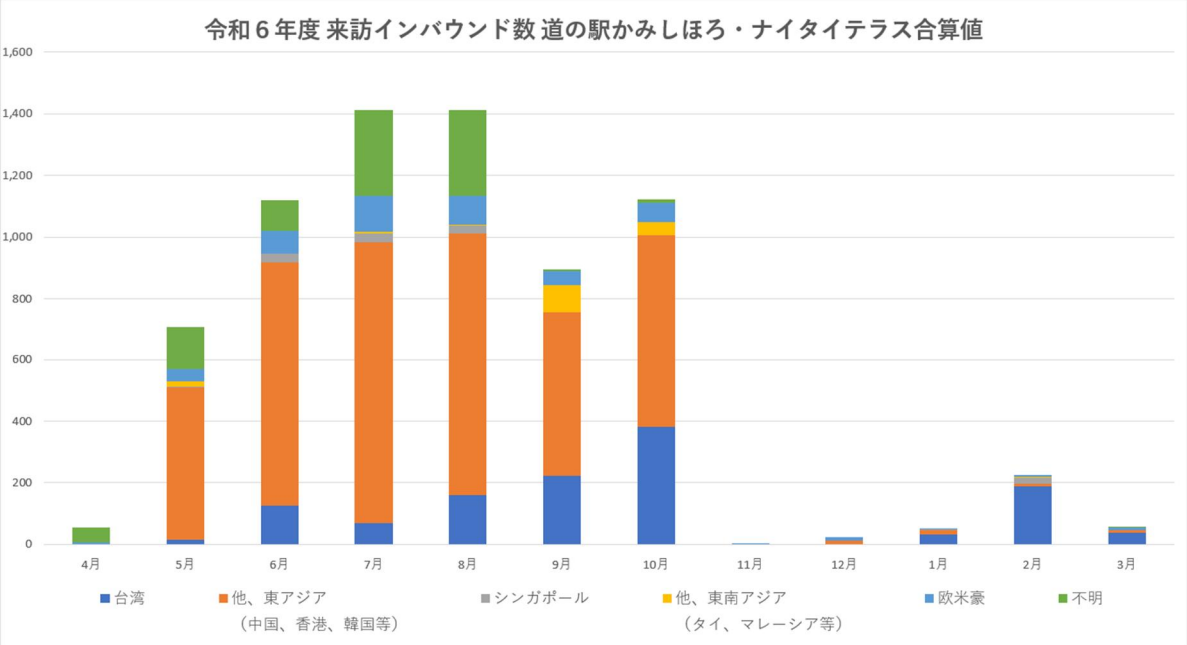
北海道上士幌町は十勝総合振興局管内の北部に位置し、南北に長い面積 696 ㎢と広大な町である。大雪山国立公園の東山麓に位置し、雄大な自然を育んだ自然資源に恵まれている。

平成 30 年 12 月末時点で、人口 5,000 人（上士幌町役場調べ）を記録。従前の施策の効果もあり、近年まで堅調に人口を増加させてきていたが、令和 4 年 3 月末時点では 4,943 人と微減。「住んでよし、訪れてよしの町」として維持向上させるために、多角的・先進的な施策・政策を推進している。

令和 3 年 6 月には SDGs 未来都市への選定、令和 4 年 4 月には脱炭素先行地域に選定されるなど、ゼロカーボン・SDGs に関する本町への視察、教育旅行のニーズが高まっている一方、十勝エリアの雄大な自然資源を活用したアウトドアアクティビティ、アドベンチャートラベルの需要も増加しており、**「100 年後も変わらないロケーションを活かした究極の自然体験」**を価値とした体験コンテンツを本町観光誘客におけるフックとしている。

【観光客の実態等】

平成 25 年度以降、上士幌町の観光入込客数・宿泊延数ともに増加傾向。新型コロナウィルスの影響で市場全体が軟調の最中であったが、令和 2 年度にゲートウェイ機能を持つ新たなランドマーク**「道の駅かみしほろ」がオープン**したこともあり、観光入込客数は大幅に増加。企業滞在型施設、民泊、スマートホテル等、市街地の宿泊受入体制も徐々に整備されており、滞在時間、消費額ともに微増。



【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

区分	観光資源	概要
山岳	ウペペサンケ山	標高 1,848m。2km の長い頂上を持つ雄大な稜線が特徴的な山。登山道 3 コース。
	ニペソツ山	標高 2,013m。東大雪地域の最高峰。山頂からウペペサンケ山、石狩岳、トムラウシ山等が見られる。登山道 2 コース。
	ピリベツ岳	標高 1,602m。
	音更山	標高 1,932m。登山道 2 コース。
	丸山	標高 1,692m。
	三国山	標高 1,541m。
	西クマネシリ岳	標高 1,635m。
	石狩岳	標高 1,967m。石狩川の源流にそびえ、十勝三股から美しい山並みが見える。登山道 2 コース。
自然	ナイタイ高原牧場	総面積 1,700 ヘクタールを誇る、日本一広い公共牧場。十勝平野を一望できる。約 2,000 頭の育成牛が放牧。
	糠平湖	大雪山国立公園内の人造ダム湖。湖畔でのサイクリング、森林浴の他、冬期のワカサギ釣り、スノーシューも定番。
	糠平湖展望台	糠平ダム脇に設けられた展望台。糠平湖の眺望を楽しめる。
	三股（旧：十勝三股駅）	かつて木材産業で栄えた集落跡に広がる草地から、東大雪の山々を眺望できる。
	三国峠（三国峠駐車場）	北海道の国道の中で一番標高の高い峠。（標高 1,139m）

	北海道長距離自然歩道 （東大雪の道）	鉄道資料館からメトセップまでの 8㎞、旧幌加駅から第五音更川橋梁の往復 700m の鉄道廃線跡に所在する散策路。
温泉	ぬかびら源泉郷	全国でも珍しく、地域内全ての温泉が源泉かけ流しの宿。泉質が評価されており、リピーター多数。
	幌加温泉	秘境の温泉として口コミ評価が高い。
アウトドア	国営ぬかびら野営場	糠平湖畔に近く、自然豊かなキャンプ場。
	ぬかびら源泉郷スキー場	源泉郷直結のスキー場。道内屈指のパウダースノー。
	ぬかびら源泉郷温泉公園	良質な泉質の足湯を楽しめる公園。
	上士幌町ゴルフ場	ナイタイ高原牧場の麓、十勝平野の自然豊かな 36 ホール。
	森のトロッコエコレール	廃線鉄道を利用した木製軌道トロッコ。冬季も営業。
	上士幌航空公園キャンプ場	市街地から近距離にある町営キャンプ場。
歴史・文化	タウシュベツ川橋梁を含むコンクリートアーチ橋梁群	タウシュベツ川橋梁を含む旧国鉄士幌線のコンクリートアーチ橋梁群は「北海道遺産」に選定され、自然に溶け込んだ美しい姿を見せる。
	ひがし大雪自然館	大雪山国立公園を中心とした地域の自然を標本やパネルの他、世界の昆虫類の標本も展示。
	鉄道資料館	昭和 62 年に廃止された旧国鉄士幌線の資料館。
イベント	北海道 バルーンフェスティバル	半世紀以上の歴史を誇る、町内外から多くのバルーニストが集まり、上士幌の空を彩る一大イベント。
食品	十勝ナイタイ和牛	「上士幌町で肥育された肉質等級 4～5 等級、オレイン酸 55%以上」の条件が付されたブランド牛。
	十勝ハーブ牛	黒毛和牛とホルスタインから産まれた国産牛で、良質な空気と水、北海道産の稲わらに加え、17 種類のハーブをブレンドしたエサで健康的に育ったブランド牛。
	上士幌フレッシュミルク	町内の酪農家の生乳のみ使用した牛乳。当 DMO が関係者と連携して開発したプライベートブランド。
	多品種なじゃがいも・豆類	産地だからこそ手に入る、多種多様な地域産品。
	菩提樹（シナ）のハチミツ	上士幌町産のシナのハチミツは、希少な逸品。
商業施設	十勝しんむら牧場、ドリームドルチェ、ドリームラッテ、かみしほろマルシェ、十勝工芸社、大和みやげ店、A コープルピナ、中島商店、ナイタイテラス、道の駅かみしほろ	地場産品を提供するスーパーマーケット、スマートコンビニエンスストア、飲食店、土産物店、観光施設等。

様式１

【体験可能なアクティビティ】

大カテゴリー	中カテゴリー	小カテゴリー	ゾーン	アクティビティ名称
アウトドア・アドベンチャー	マウンテン・アクティビティ（山岳・高原等）	ウォーキング（歩行移動）	ぬかびら	タウシュベツ川橋梁 探勝
			ぬかびら	アイスバブル探勝 探勝
			ぬかびら	きのこ氷 探勝
			ぬかびら	コンクリートアーチ橋梁群 見学
			幌加・三股	大雪山国立公園内 登山
			ぬかびら	東大雪の道（遊歩道）トレッキング
			三股	十勝三股 ハイキング
			三股	十勝三股 動植物 観察
			ぬかびら	ぬかびら オジロワシ・オオワシ 観察
			全域	スターウォッチング
			全域	サインライズウォッチング
			全域	林道ハイキング
			ナイタイ	ナイタイ高原牧場 トレッキング
		バイク・ライド（自転車利用）	全域	レンタサイクル
			ぬかびら	糠平湖 氷上サイクリング
			三股	ダウンヒルサイクリング
			全域	トカプチ400 サイクリング
		モータービークル（自動車利用）	ぬかびら	足こぎトロッコ乗車体験
			市街地	自動運転バス 市街地周遊
	スノー・アクティビティ（雪上）		ぬかびら	ぬかびら スキー・スノーボード
			市街地	上士幌町航空公園 歩くスキー
			ぬかびら	糠平湖 スノーシュー
			ナイタイ	ナイタイ高原 スノーシュー
			ナイタイ	ナイタイ高原 スノーサファリ
			ナイタイ	ナイタイ高原 スノーモービル
	ウォーター・アクティビティ（水面・水中）		全域	音更川 フライフィッシング
			ぬかびら	糠平湖 氷上ワカサギ釣り
	スカイ・アクティビティ（空中）		市街地	熱気球係留
			市街地	熱気球フリーフライト
	アウトドア・アクティビティ（その他アウトドアー般）		郊外	ゴルフ
			ナイタイ	ナイタイ高原 特別立入キャンプ
			ナイタイ	ナイタイ高原 キャンピングカーステイ
			郊外	キャンプ・BBQ
			全域	ドローン空撮・操縦体験
ウェルネス（健康保養）			ナイタイ	ナイタイ高原 ヨガ
			郊外	サウナ
アート＆カルチャー（芸術・文化）			郊外	畑作 収穫体験
			ナイタイ	和太鼓観賞

様式１

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

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

13 施設　182 部屋数　628 人収容

【利便性：区域までの交通、域内交通】

飛行機

羽田～とかち帯広空港　約 1 時間 35 分

・公共バス：約 1 時間 40 分

　とかち帯広空港連絡バス：とかち帯広空港～帯広駅（約 30 分）

　上士幌線公共バス：帯広駅～上士幌町交通ターミナル（約 1 時間 10 分）

・レンタカー：約 1 時間 15 分

ＪＲ

札幌駅～帯広駅　約 2 時間 30 分

釧路駅～帯広駅　約 1 時間 30 分

自動車

札幌～上士幌（道東自動車道「十勝清水経由）約 230km

旭川～上士幌　約 160km

釧路～上士幌（道東自動車道経由）約 130km

帯広～上士幌　約 45km

【外国人観光客への対応】

・インバウンド向けのパッケージツアー、体験コンテンツの造成

・主要観光施設での Wi-Fi 環境整備の推進

・多言語（英語、簡体、繁体、韓国語）に対応した施設リーフレット（紙・ウェブ）の作成

・デジタルデバイスを活用した多言語インフォメーション対応

・町民通訳者の公募、マネジメント体制構築

・海外 OTA やアプリケーションを介した体験コンテンツのデジタルチケット化

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
延宿泊者数	滞在型観光の推進・観光消費増を掲げており、その達成度を測る為。	上士幌町商工観光課、北海道十勝総合振興局、（公社）北海道観光機構の計測データ
観光消費額	域内 GDP の向上に資する経済効果を推計する為。	① アンケート調査（ウェブ・運営施設） ② 運営施設内でのインタビュー調査 ③ 運営施設の購買データ分析
来訪者満足度	観光客が満たされている箇所、満たされていない箇所の洗い出しの為。	運営施設内でのインタビュー調査
リピーター率	持続的な域内消費と二次拡散効果を計る為。	運営施設内でのインタビュー調査
ＷＥＢサイトのアクセス状況	潜在顧客の関心度、ブランド認知度を測る為。	運営ウェブサイトのアナリティクスを活用

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

【地域概略】
大雪山国立公園の東山麓に位置する上士幌町は、森林地帯が面積の 76%を占める、ダイナミックな地域資源に溢れた自然豊かな町である。唯一無二の絶景やこの場所でしかできない体験を求めて、人口約 4,800 人の町に年間 80 万人を超える観光客が来訪。北海道遺産「旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群・タウシュベツ川橋梁」など十勝の開拓を支えた貴重な鉄道遺産をはじめ、総面積 1,700 ヘクタールを誇る、日本一広い公共牧場「ナイタイ高原牧場」、北海道の国道のなかで最も標高の高い峠「三国峠」、永久凍土などの寒冷地帯、温泉などの地熱地帯が共存するカルデラ「十勝三股の樹海」、すべての宿が源泉掛け流しの良質な温泉地「ぬかびら源泉郷」など国内有数の絶景・景勝地・温泉地が点在する。また「熱気球のまち」として、熱気球が日常に溶け込んでいる点も大きな特色であり、澄んだ青空に浮かぶ熱気球は上士幌町の貴重な観光資源である。

【地域特性】

1. 圧倒的なスケール感
   大地・山々・道路・空等、来訪者に映る全ての風景が圧倒的で規格外のスケール感。当地の環境が生み出した幾多の絶景は心に焼き付いて離れない魅力を持っている。

2. 類をみない生物多様性
   約 100 万年前の噴火によって形成された三股のカルデラは寒冷地帯と温泉地帯が共存。多種多様な生物が生息し、極めて特異的な生物多様性を保っている。

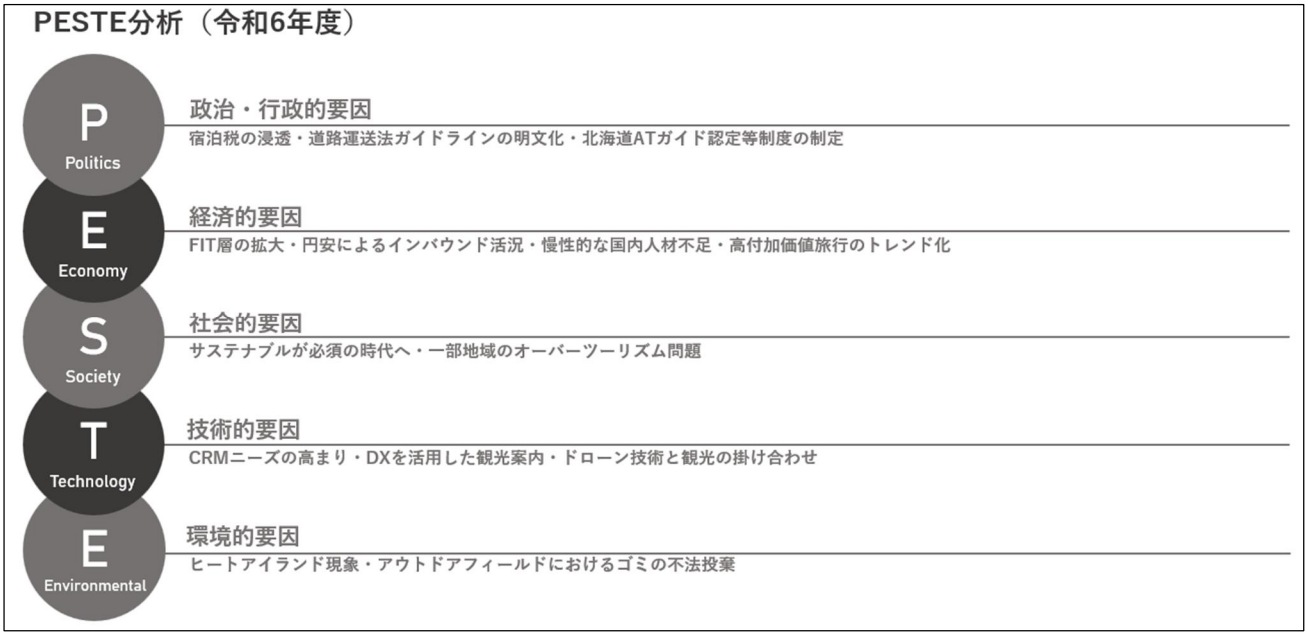
3. サステナビリティ
   牛のふん尿をバイオマス発電で資源活用。ゼロカーボン施策、SDGs 施策等、持続的なまちづくりを官民一体となり推進している。

4. 十勝開拓のストーリー
   十勝エリアの開拓を支えた旧国鉄士幌線の線路跡地「コンクリートアーチ橋梁群」が歴史を伝承する北海道遺産として現存している。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** 1. 「日本一広い～」、「道内一標高が高い～」等、唯一性の高い観光資源が豊富 2. 自然資源に恵まれており、町民にとっての日常風景が商品と成り得る 3. SDGs を政策として積極推進しており、サステナブルな観光施策との親和性が高い 4. 基幹産業が農業であり、畑作・酪農ともに国内屈指の生産量、自給率を誇る 5. 道内の主要観光地同士を繋ぐ動線沿いに所在しており、地域への立ち寄り機会が多い	**弱み（Weaknesses）** 1. 二次交通の整備が不十分（鉄路が無い、路線バスの運行本数も少ない） 2. 観光地「上士幌町」としての認知度が低い。特にインバウンド誘客については地域を含めた近郊全域のブランドプロモーションが必要 3. 天候に左右されやすい観光資源が多く、通年営業する屋内型観光施設が少ない 4. 宿泊施設の部屋数が少なく、グローバルな観光客に対する整備が不足 5. 日帰り観光の比率が高く、旅行消費額が低い
外部環境	**機会（Opportunity）** 1. 十勝エリア全体を包括したブランドプロモーションの動きが加速 2. サステナブルツーリズム、AT の市場拡大 3. 円安による国内インバウンド市場の急成長と、高付加価値旅行のトレンド化 4. 基幹空港において、初の LCC 国際直行便（韓国：Aero K 社）が就航 5. アジア圏・欧州圏 FIT を中心に、レンタカー市場拡大傾向	**脅威（Threat）** 1. ヒートアイランド現象の深刻化 2. 一部地域のオーバーツーリズム問題 3. 持続性を阻害し得るゴミの不法投棄 4. 国内旅行者の足が遠のくインバウンド価格



（３）ターゲット

○第１ターゲット層 【東アジア（香港・韓国・台湾）・東南アジア（シンガポール）FIT、30～40 代の北海道リピーター】
○選定の理由 「HOKKAIDO」ブランドが既に確立しているエリア。FIT 層のレンタカー利用も実績豊富であり、基幹空港、駅から上士幌町への長距離移動にも抵抗感が少ない属性。アジア圏は高難易度のアウトドアコンテンツの需要が少ないが、上士幌町の自然体験・景勝コンテンツは平坦地のウォーキングアクティビティが多く、低難易度で占有性の高い絶景を提供可能。 ○取組方針 自然体験と快適性、占有性のバランスを整えた商品を継続開発。一般個人に訴求できるソーシャルメディア・OTA サイトを中心に体験コンテンツ概要を情報発信。並行して旅行博・大規模商談会を介して現地エージェントへセールスを実施する。
○第２ターゲット層 【国内都市圏（東名坂・札幌）FIT、30～50 代の新規客】
○選定の理由 上士幌町の原始的な自然環境に価値を感じやすい都市部の中間層、準富裕層をターゲティング。ソーシャルメディアをアクティブに活用する傾向が強い属性であり、ユーザー拡散による地域ブランドの国内外認知度向上も見込むもの。 ○取組方針 既存の定番アクティビティに加え、プライベート色の強い占有プロダクトを開発。一般個人に訴求できるソーシャルメディア・OTA サイトを中心に体験コンテンツ概要を情報発信。
○第３ターゲット層 【欧米豪（アメリカ・カナダ・オーストラリア）FIT、40～60 代の北海道リピーター】
○選定の理由 上士幌町で提供できるアクティビティは、体験難易度が多彩。欧米豪アドベンチャートラベラーのニーズを捉えたエクストリームスポーツや挑戦的なコンテンツを開発販売し、地域において未だ未成熟な当該ターゲット市場の開拓を推進する。 ○取組方針 プライベートゲレンデや国立公園内のルート整備等、当該ターゲットを受入出来る体制の構築を図る。現地エージェントへのセールスと合わせて、一般個人に訴求できるソーシャルメディア・OTA サイトを中心に体験コンテンツ概要を情報発信。

（４）観光地域づくりのコンセプト

① コンセプト	LOCATION FIRST MARKETING（ロケーション第一主義）
② コンセプトの考え方	上士幌町は体験に没入できる非日常空間（ナイタイ高原牧場のサンライズ、タウシュベツ川橋梁の国有林立入等）が特色であり、合わせて本町は持続的なまちづくり・中長期的な SDGs 施策を推進している。観光資源を極めて高いレベルで維持しながら、ローインパクト・ハイクオリティを意識した体験商品を開発。先々まで続く未来のロケーションに価値を付した上士幌町独自の地域ブランドの国際的な定着を目指す。

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。	合意形成団体「KAMISHIHORO.net」の定例部会を年５回程度開催。情報共有を図るとともに、同団体は毎年６月に定時総会を行う。定例部会に限らず、同団体の部会員とは施策に応じて個々に意見聴取を実施。
	「KAMISHIHORO.net」企画誘客戦略部会・人材育成部会の開催、ワークショップ等の実施により戦略の設定、共有、意見交換を図る。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	観光入込調査の結果や各種マーケティング（アンケート調査、運営ウェブサイトのアクセス状況分析）の実績を共有の上、課題を抽出。令和７年４月より道の駅かみしほろにて利用客へのインタビュー調査を開始。年間1,800サンプルを目標値として顧客ニーズの分析を行っている。
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	①　観光情報発信一元化の為、上士幌町観光協会および上士幌町商工会と連携し、リーフレットを刷新および多言語化を実施。 ②　DMO運営ウェブサイトを活用した包括プロモーションを実施。 ③　道の駅かみしほろの公式Instagramを介して定期的な広告発信。施設情報に加え、上士幌町全体の周遊に繋がる観光資源の案内、コンテンツ情報、イベント情報を出稿。

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	3,000	4,200	5,200	5,700	6,100	7,000
		(80)	(80)	(100)	(50)	(70)	(100)
	実績	3,920	4,700	5,349			
		(-)	(42)	(33)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	75.0	80.0	98.0	100.0	100.0	100.0
		(3.0)	(3.2)	(1.0)	(1.2)	(1.5)	(1.8)
	実績	69.1	95.6	99.0			
		(0.0)	(0.7)	(0.7)			
●来訪者満足度（%）	目標	80.0	80.0	82.0	84.0	86.0	90.0
		(80)	(85)	(85)	(90)	(90)	(95)
	実績	69.7	79.0	80.0			
		(-)	(-)	(75)			
●リピーター率（%）	目標	40.0	40.0	40.0	42.0	44.0	45.0
		(5.0)	(5.0)	(1.0)	(1.0)	(2.0)	(3.0)
	実績	31.1	37.8	45.0			
		(-)	(-)	(-)			

※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】

上士幌町の観光拠点施設および町内事業者への経済的な波及効果を第一として、旅行消費額を最重要 KPI（中長期 KGI は域内 GDP）とする。尚、インバウンドに係る指標も重要な数値と捉え、令和 9 年度時点のインバウンド年間消費額を 1 億円とし、達成に向けた具体策を実施する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

観光入込客数は比較的堅調に推移しているが、旅行消費額の伸び率は鈍化傾向。体験コンテンツの効果的なプロモーション強化と合わせて「泊まる」「食べる」「買う」各カテゴリー自体の更なる品質向上、付加価値の見直し、が必要。

●延べ宿泊者数

観光入込客数に対する宿泊者比は、令和 4 年度時点で約 9%程度まで落ち込んだものの、令和 5 年度時点では 11%超まで伸びている。堅調な伸びを底支えする滞在施策と合わせて、連泊や長期滞在を促すコンテンツ造成・モデルルート再考が急務。

●来訪者満足度

後述のリピーター率にもリンクする数値であり、DMO 運営施設（道の駅かみしほろ・ナイタイテラス）を中心に定期的な調査を実施。令和 7 年度時点で国内満足度 90%を目標値とする。

●リピーター率

増加する観光客入込数も影響し、相対的に当該率の低下が認められる現況。リピーターによる情報の二次拡散に繋がる現地体験を強化。上士幌町の特性を活かしたコンテンツの整備と定期的なターゲティング広告を発信。令和 7 年度時点で国内リピーター率 45%を目標値とする。

（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
●WEB サイトのアクセス数（PV）	目標	(-)	700,000	100,000	80,000	100,000	120,000
		(-)	(20,000)	(50,000)	(2,000)	(3,000)	(4,000)
	実績	(-)	32,048	56,320			
		(-)	(574)	(542)			
●体験コンテンツの参加者数（人）	目標	300	300	300	30,000	33,000	37,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	92	134	27,816			
		(-)	(-)	(-)			

※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】
DMO 運営ウェブサイト「KAMISHIHORO.NAVI」運営に伴うアクセス数を含めたアナリティクス分析を実施。滞在コンテンツの参加人数については、令和７年度より地域事業者連携を強化。より細部にわたる体験コンテンツ参加人数として、自治体データ・各事業者保有のデータを基に算出。

【設定にあたっての考え方】
●WEB サイトのアクセス数
「KAMISHIHORO.NAVI」アナリティクスから算出。

●体験コンテンツの参加者数
以下のアクティビティについて合算値として算出。
・スキー、スノーボード（ぬかびら源泉郷スキー場）
・アイスバブル、きのこ氷探勝ガイドツアー（糠平湖）
・ワカサギ釣り（糠平湖）
・ナイタイ高原 スノーサファリ（ナイタイ高原牧場）
・タウシュベツ川橋梁 探勝ガイドツアー（糠平湖）
・タウシュベツ川橋梁 探勝（糠平湖）
・キャンプ・BBQ コンテンツ（上士幌町航空公園・国設ぬかびら野営場・ナイタイ高原牧場）
・熱気球係留、フリーフライト（市街地）

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　※DMO 法人における全事業収入を記載

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度	522,730,000 円	【指定管理収入】 【業務委託・ふるさと納税収入】 【電力小売事業収入】 【その他自主事業収入】	23,780,000 円 50,370,000 円 222,460,000 円 226,120,000 円
2023（Ｒ５）年度	532,990,000 円	【指定管理収入】 【業務委託・ふるさと納税収入】 【電力小売事業収入】 【その他自主事業収入】	23,780,000 円 75,610,000 円 215,970,000 円 217,630,000 円
2024（Ｒ６）年度	578,960,000 円	【指定管理収入】 【業務委託・ふるさと納税収入】 【電力小売事業収入】 【その他自主事業収入】	17,000,000 円 57,930,000 円 240,180,000 円 263,850,000 円
2025（Ｒ７）年度	586,680,000 円	【指定管理収入】 【業務委託・ふるさと納税収入】 【電力小売事業収入】 【その他自主事業収入】 【国からの補助金】	17,000,000 円 61,800,000 円 237,550,000 円 266,200,000 円 4,130,000 円

2026（Ｒ８） 年度	600,000,000 円	【指定管理収入】 【業務委託・ふるさと納税収入】 【電力小売事業収入】 【その他自主事業収入】	17,000,000 円 62,000,000 円 250,000,000 円 271,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	610,000,000 円	【指定管理収入】 【業務委託・ふるさと納税収入】 【電力小売事業収入】 【その他自主事業収入】	17,000,000 円 62,000,000 円 255,000,000 円 276,000,000 円

（２） 支出※DMO 法人における全事業支出を記載

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４） 年度	506,570,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 国内：100%　海外：0% 【受入環境の整備・観光資源磨き上げ】 【マーケティング】 【施設維持管理】 【自主事業原価等】	129,530,000 円 4,820,000 円 12,080,000 円 660,000 円 23,320,000 円 336,160,000 円
2023（Ｒ５） 年度	520,330,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 国内：90%　海外：10% 【受入環境の整備・コンテンツ開発】 【マーケティング】 【施設維持管理】 【自主事業原価等】	130,030,000 円 1,210,000 円 1,320,000 円 1,500,000 円 25,480,000 円 360,790,000 円
2024（Ｒ６） 年度	562,800,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 国内：40%　海外：60% 【受入環境の整備・コンテンツ開発】 【マーケティング】 【施設維持管理】 【自主事業原価等】	169,350,000 円 2,230,000 円 21,420,000 円 1,190,000 円 28,300,000 円 340,310,000 円
2025（Ｒ７） 年度	576,000,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 国内：30%　海外：70% 【受入環境の整備・コンテンツ開発】 【マーケティング】 【施設維持管理】 【自主事業原価等】	175,000,000 円 3,000,000 円 5,800,000 円 1,000,000 円 28,000,000 円 363,200,000 円

2026（Ｒ８） 年度	585,000,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 国内：30%　海外：70% 【受入環境の整備・コンテンツ開発】 【マーケティング】 【施設維持管理】 【自主事業原価等】	180,000,000 円 3,000,000 円 3,500,000 円 1,500,000 円 30,000,000 円 367,790,000 円
2027（Ｒ９） 年度	590,000,000 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 国内：30%　海外：70% 【受入環境の整備・コンテンツ開発】 【マーケティング】 【施設維持管理】 【自主事業原価等】	180,000,000 円 5,000,000 円 1,500,000 円 1,500,000 円 30,000,000 円 372,000,000 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

・運営施設の事業収入等、自主事業での安定財源確保。
・当 DMO への DMO 運営に係る町補助金および KAMISHIHORO.net への町補助金の確保。
・エージェントや OTA を介した、サプライヤーとしてのコンテンツ収益確保。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

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

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携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）

重複無し。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	板橋　正智
担当部署名（役職）	地域戦略部（部長）
郵便番号	080-1408
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東３線 227 番地１
電話番号（直通）	01564-7-7777
ＦＡＸ番号	01564-7-7787
Ｅ－ｍａｉｌ	m-itabashi@karch.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	北海道河東郡上士幌町
担当者氏名	石井　竜也
担当部署名（役職）	商工観光課（主幹）
郵便番号	080-1492
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東３線 238 番地
電話番号（直通）	01564-2-4291
ＦＡＸ番号	01564-2-4637
Ｅ－ｍａｉｌ	ishii-tatsuya@town.kamishihoro.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	北海道河東郡上士幌町
担当者氏名	佐伯　洋祐
担当部署名（役職）	ゼロカーボン推進課（SDGs 推進員）
郵便番号	080-1492
所在地	北海道河東郡上士幌町字上士幌東３線 238 番地
電話番号（直通）	01564-7-7255
ＦＡＸ番号	01564-7-4637
Ｅ－ｍａｉｌ	Saeki-yousuke@town.kamishihoro.hokkaido.jp

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

（登録）【地域DMO】 株式会社karch

様式２

記入日： 令和7年 7月 24日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
北海道河東郡 上士幌町
【設立時期】 2018年5月28日
【設立経緯】
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】 千葉 与四郎
【マーケティング責任者（CMO）】 板橋 正智
【財務責任者（CFO）】 山名 政志
【職員数】 42人（役員除く）
常勤42人（正職員18人・パート24人）
【主な収入】
収益事業 504.0百万円、委託事業・補助金等 74.9百万円（令和6年度決算）
【支出】
事業費 393.5百万円、一般管理費 169.4百万円（令和6年度度決算）
【連携する主な事業者】
上士幌町観光協会・上士幌町商工会・（株）生涯活躍のまちかみしほろ・（特非）上士幌コンシェルジュ・ぬかびら源泉郷旅館組合・上士幌町農業協同組合・帯広信用金庫上士幌支店・十勝信用組合上士幌支店・上士幌町郵便局・（特非）ひがし大雪自然ガイドセンター・上士幌タクシー（有）・十勝バス（株）・北海道拓殖バス（株）・（株）北海道宝島旅行社・（公社）北海道観光機構

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

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	3,000（80）	4,200（80）	5,200（100）	5,700（50）	6,100（70）	7,000（100）
	実績	3,920（－）	4,700（42）	5,349（33）	―	―	―
延べ宿泊者数（千人）	目標	75（3.0）	80（3.2）	98（1.0）	100（1.2）	100（1.5）	100（1.8）
	実績	69.1（0）	95.6（0.7）	99.0（0.7）	―	―	―
来訪者満足度（%）	目標	80.0（80.0）	80.0（85.0）	82.0（85.0）	84.0（90.0）	86.0（90.0）	90.0（95.0）
	実績	69.7（－）	79.0（－）	80.0（75）	―	―	―
リピーター率（%）	目標	40.0（5.0）	40.0（5.0）	40.0（1.0）	42.0（1.0）	44.0（2.0）	45.0（3.0）
	実績	31.1（－）	37.8（－）	45.0（－）	―	―	―

甲斐0

甲斐1

戦略

【主なターゲット】
第1ターゲット
東アジア・東南アジアFIT、30代～40代の北海道リピーター
第2ターゲット
国内都市圏（東名坂・札幌）FIT、30～50代の新規客
第3ターゲット
欧米豪FIT、40～60代の北海道リピーター

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
占有性の高い自然体験をフックとしたプロダクト開発。中間層および準富裕層FITに向けたOTA掲載、ソーシャルメディア発信。

【観光地域づくりのコンセプト】
LOCATION FIRST MARKETING

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】
・自社運営HP、SNS、ウェブメディア、国内外OTAを介した情報発信・広告展開
・エージェント、交通事業者等へのBtoBプロモーション

【観光資源の磨き上げ・販路開拓】
・インバウンドコンテンツの開発、モデルルート策定
・既存資源、コンテンツの再構築
・自動運転バスの観光利用検討など、本町ICTスキームの観光資源化
・特産品を用いたオリジナル商品の開発、販売
・町内バイオマス発電を活用した地産地消の電気小売販売

【受入環境の整備】
・令和1年度 ナイタイテラス開設
・令和2年度 道の駅かみしほろ開設
・令和3年度 オンラインストアの開設
・令和4年度 ワンストップ型の観光情報サイト「KAMISHIHORO.NAVI」開設

スライド 1

甲斐0
事業報告書及び様式１に合わせる形で修正しておりますが、数値に間違いないかご確認いただけますと幸いです。
甲斐 沙耶花, 2024-08-20T13:22:20.307

正板0 0
甲斐さま
お世話になります。ご修正の件ありがとうございます。確認致しました。
大変お手数をお掛け致しました。
正智 板橋, 2024-08-25T02:15:22.527

甲斐1
同上
甲斐 沙耶花, 2024-08-20T13:23:23.352