

観光地域づくり法人形成・確立計画

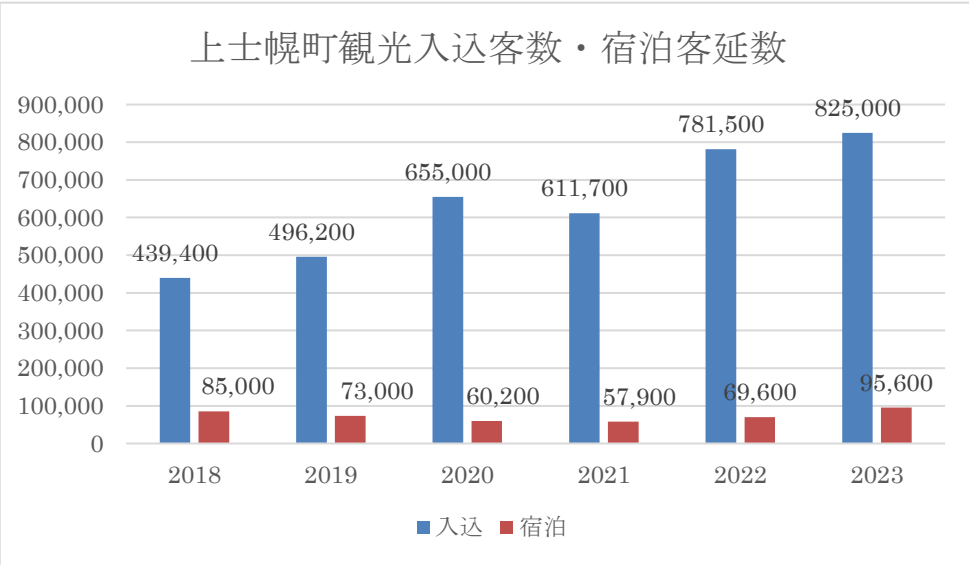
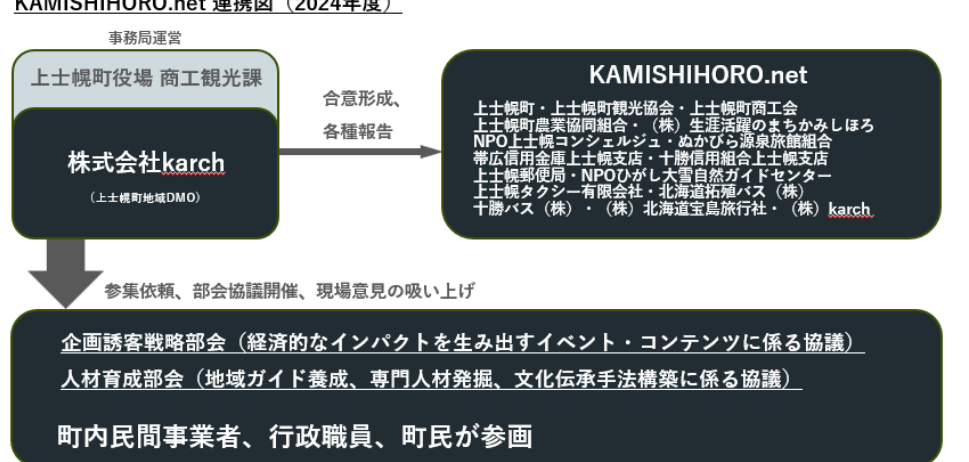
記入日：令和6年 7月 20日

1. 観光地域づくり法人の組織

| | | |
|---|--|---|
| 申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと | 広域連携DMO・地域連携DMO○地域DMO | |
| 観光地域づくり法人 の名称 | 株式会社 k a r c h | |
| 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1 | |
| 設立時期 | 2018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 | 40人 内訳 DMO担当 9人【正社員2人・出向4人・パート3人】 道の駅・かみしほろ電力 23人【正社員6人・パート17人】 ナイトテラス 8人【正社員3人・出向1人・パート4人】 * 出向 町職員1名、地域おこし協力隊4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）k a r c h | （株）k a r c h代表取締役。2021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 引し、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（CM O：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） 石井 竜也「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h | 上士幌町より（株）k a r c hへ専従派遣。上士幌 町では9年観光事業に関わり、観光施設の建設、運 営に携わってきた。元上士幌町観光協会事務局次長 であり観光事業者と密な情報収集を行い観光入込客 数などの調査を行ってきた経験と（株）k a r c h の会社設立時から行政の立場で関わってきた経験を 活かし戦略策定、マーケティングを行う。 |
| 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） 石井 竜也「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h | 上士幌町より（株）k a r c hへ専従派遣。 （株）k a r c h事業統括部長として、観光地域商 社の経営をはじめ全体の組織運営を行ない財源確保 の総責任者。DMO協議会「KAMISHIHOR O. n e t」事務局長。 |

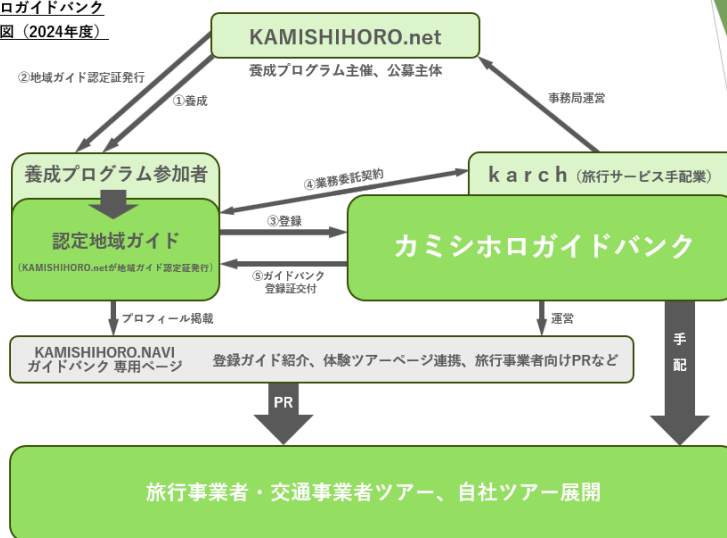
| | | |
|--|---|---|
| プロモーションの責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること | （氏名） 板橋 正智「専従」 （出身組織名） （株）k a r c h | 上士幌町より（株）k a r c hへ専従派遣。 金融機関での実務経験を活かした経済効果の生まれる効果的なプロモーションや観光資源の発掘、旅行商品および特産品を活用した新商品づくりを行う。 |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 | 上士幌町商工観光課（観光振興・合意形成団体の事務局共同運営） 企画財政課（マーケティング・まちづくり・地域公共交通） ゼロカーボン推進課（S D G s・ゼロカーボン施策） デジタル推進課（マーケティング・地域公共交通） | |
| 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） J A上士幌町（特産品開発・イベント開催・生産者連携） （株）生涯活躍のまちかみしほろ（イベント開催・人材育成） N P O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） N P Oひがし大雪自然ガイドセンター（体験コンテンツ連携・ガイド養成連携） 上士幌タクシー（有）（二次交通） 十勝バス（株）（二次交通） 北海道拓殖バス（株）（二次交通） （株）北海道宝島旅行社（旅行商品造成連携） （公社）北海道観光振興機構（広域連携DMO） | |
| 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、2021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。尚、各部会において、施策ごとのターゲット設定、マーケティング協議を行っている。 | |
| 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出店や清掃活動、ボランティアスタッフとして参画。 2. 道の駅かみしほろでのイベント開催時に地域事業者の出店や参加いただき、合わせて町民の皆様とのコミュニケーションの場を創生。 3. 本町で実施する総合戦略策定ワーキンググループやS D G s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。 4. KAMISHIHORO.netの活動について掲載するHPを2022年に立ち上げ、地域住民、事業者と情報の共有の場を創設。 | |

| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 2019年～2023年度事業 1 情報発信事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ HP ((株) k a r c h、道の駅かみしほろ、ナイトテラス)、SNS (T w i t t e r、I n s t a g r a m、F a c e b o o k)、その他ツール (G o o g l e 他) による情報発信 地域観光情報ホームページ「KAMISHIHORO. NAVI」の開設および情報発信 2 誘客宣伝事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行会社、交通事業者、主要観光施設へのプロモーション ・ 旅行雑誌、テレビ、ラジオを活用した誘客宣伝 ・ ふるさと納税寄付者に対する誘客宣伝 ・ 北海道内各所にて上士幌町PRブースの出店によるプロモーション活動の実施 3 道の駅かみしほろを活用したイベント実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ ゲートウェイ機能を活かした周遊性の高いプロモーション |
| | 受入環境の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 2019年～2023年度事業 1 インフォメーションセンター開設、施設管理事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 2019年ナイトテラス（カフェレストラン）開業。指定管理業務受託。 <ul style="list-style-type: none"> 2019年入込13.8万人 2020年入込8.8万人 2021年入込10.2万人 2022年入込12.6万人 2023年入込13.8万人 ・ 2020年道の駅かみしほろ開業。指定管理業務受託。インフォメーションセンター開設。 <ul style="list-style-type: none"> 2020年入込44.3万人 2021年入込39.8万人 2022年入込48.1万人 2023年入込51.4万人 2 情報伝達、案内情報整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ HP多言語情報発信 ・ オンラインショップの開設 ・ 上士幌町観光パンフレットの作成 ・ 上士幌町SDGsパンフレットの作成 ・ デジタルスタンプラリーの実施 3 地域ガイド育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 北海道アウトドアガイド講習の受講 ・ 地域ガイドセンター連携による地域ガイド研修の実施 |
| | 観光資源の磨き上げ | <ul style="list-style-type: none"> ・ 2019年～2023年度事業 1 ICTを活用した観光商品開発、イベントの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ ドローンでの商品配送実証実験 ・ ドローンイルミネーションショーの開催 2 地場産品を活用した商品開発 |

| | <ul style="list-style-type: none">・道の駅や地域で販売するプライベートブランドの開発販売・バイオマス発電を活用した地産地消の電気小売販売 <p>3 観光資源を活用した商品販売</p> <ul style="list-style-type: none">・ワインを楽しむナイトタイ高原牧場ナイトバスツアー実施・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実施・タウシュベツ川橋梁林道ゲートの鍵貸出業務・地域宿泊施設等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・ナイトタイ高原牧場での宿泊体験商品造成・町民ガイドを束ねる組織「カミシホロガイドバンク」設立 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------------|-------------|--------------------|------|---------|--------|------|---------|--------|------|---------|--------|------|---------|--------|------|---------|--------|------|---------|--------|
| | <p>【定量的な評価】</p> <p>上士幌町観光入込客数・宿泊客延数</p>  <table><thead><tr><th>Year</th><th>入込 (Inflow)</th><th>宿泊 (Accommodation)</th></tr></thead><tbody><tr><td>2018</td><td>439,400</td><td>85,000</td></tr><tr><td>2019</td><td>496,200</td><td>73,000</td></tr><tr><td>2020</td><td>655,000</td><td>60,200</td></tr><tr><td>2021</td><td>611,700</td><td>57,900</td></tr><tr><td>2022</td><td>781,500</td><td>69,600</td></tr><tr><td>2023</td><td>825,000</td><td>95,600</td></tr></tbody></table> | Year | 入込 (Inflow) | 宿泊 (Accommodation) | 2018 | 439,400 | 85,000 | 2019 | 496,200 | 73,000 | 2020 | 655,000 | 60,200 | 2021 | 611,700 | 57,900 | 2022 | 781,500 | 69,600 | 2023 | 825,000 | 95,600 |
| Year | 入込 (Inflow) | 宿泊 (Accommodation) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2018 | 439,400 | 85,000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2019 | 496,200 | 73,000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2020 | 655,000 | 60,200 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2021 | 611,700 | 57,900 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2022 | 781,500 | 69,600 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2023 | 825,000 | 95,600 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>実施体制</p> <p>※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p> | <p>【実施体制の概要】</p> <p>（株）karchが事務局として協議会であるKAMISHIHORO.netの運営を展開している。</p> <p>【実施体制図】</p> <p>KAMISHIHORO.net 連携図（2024年度）</p>  <p>事務局運営 上士幌町役場 商工観光課</p> <p>合意形成、各種報告</p> <p>株式会社karch (上士幌町地域DMO)</p> <p>KAMISHIHORO.net 上士幌町・上士幌町観光協会・上士幌町商工会 上士幌町農業協同組合・(株)生活躍のまちかみしほろ NPO上士幌コンシェルジュ・ぬかびら源泉旅館組合 帯広信用金庫上士幌支店・十勝信用組合上士幌支店 上士幌郵便局・NPOひがし大雪自然ガイドセンター 上士幌タクシー有限会社・北海道拓殖バス(株) 十勝バス(株)・(株)北海道宝島旅行社・(株)karch</p> <p>参集依頼、部会協議開催、現場意見の吸い上げ</p> <p>企画誘客戦略部会（経済的なインパクトを生み出すイベント・コンテンツに係る協議） 人材育成部会（地域ガイド養成、専門人材発掘、文化伝承手法構築に係る協議）</p> <p>町内民間事業者、行政職員、町民が参画</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

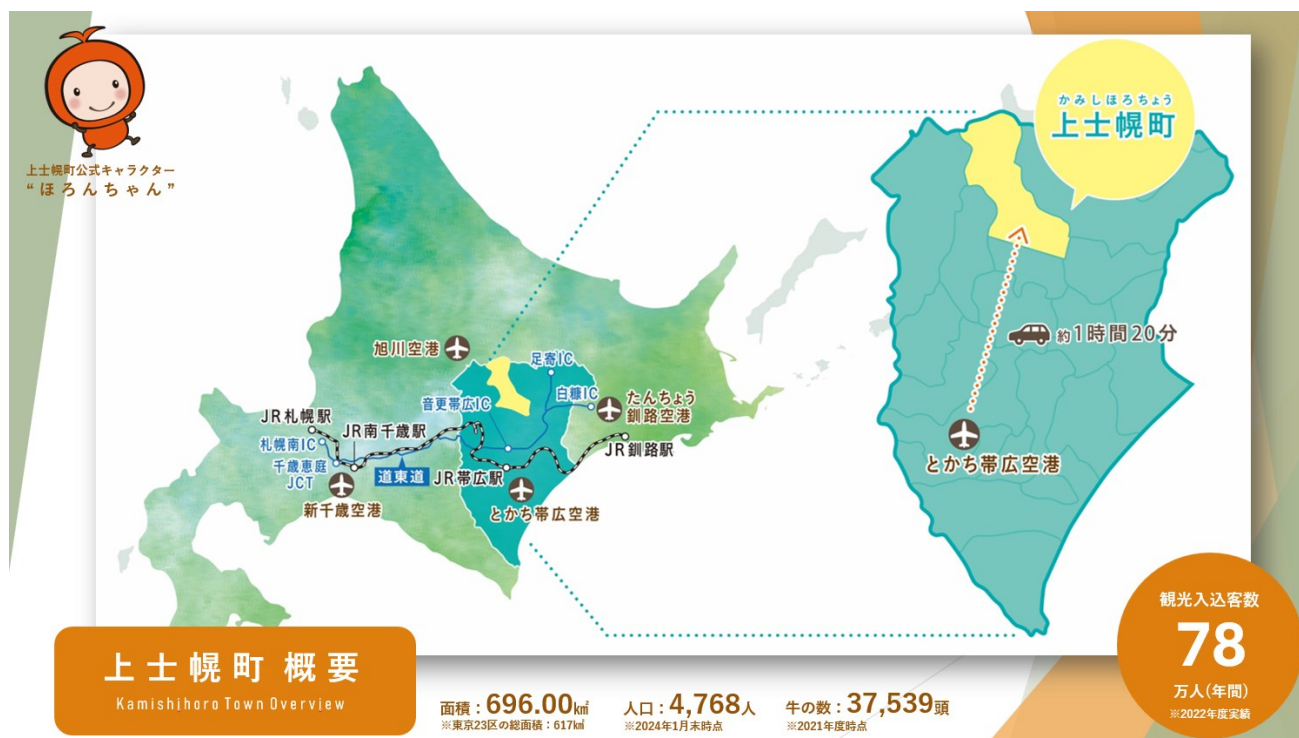
【カミシホロガイドバンク スキーム図】

カミシホロガイドバンク
スキーム図（2024年度）



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695.87km²と広大な町である。日本最大の国立公園である大雪山国立公園の東山麓に位置し、雄大な自然を活かした観光資源に恵まれている。

上士幌町は2018年12月末時点で、人口5,000人（上士幌町役場調べ）となっており、これまでの政策の効果もあり人口を増加させてきていたが、2022年3月末時点では4,943人と微減となっている。住んでよしの上士幌町を維持向上させるために、積極的かつ効果的な観光地域づくりを行うことを掲げている。

上士幌町観光基本計画・戦略（2019年3月）においても、「本町の人口及び経済規模を維持させ、30年後も魅力的な町として残すため、消費効果を宿泊業、飲食業などの観光産業や、農業、製造業に波及させることにより、産業、機能の維持、活性化、町全体の雇用吸収力の確保を目指す」としており、本計画との連携を図りながら、事業を推進していく。

2021年6月にはSDGs未来都市への選定、2022年4月には脱炭素先行地域に選定されるなど、ゼロカーボンや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、自然資源の活用したアウトドアコンテンツ、ATコンテンツの需要も合わせて増加しており、「サステナブル×広大なスケールを活かした自然体験」を付加価値とした体験商品を本町観光誘客におけるキーとしている。

【観光客の実態等】※北海道経済部「北海道観光入込調査」より

2013年度以降、上士幌町の観光入込客数は上昇傾向にあり、宿泊延数と連動していることから、各宿泊事業者の経営努力の賜物であることが推測される。新型コロナウイルスの影響で厳しい状況の中、2020年には「道の駅かみしほろ」がオープンしたこともあり、入込客数は大幅に増加した。

2021年は新型コロナウイルスの拡大により全体的に入込客数、宿泊者ともに減少となっている。アフターコロナを見据えて受け入れ態勢の再構築、新たな観光商品の造成を行っていく。

道の駅かみしほろ

“旅の目的地になる道の駅”をテーマに設立した北海道内127番目の道の駅。
スタイリッシュで開放的な館内で上士幌町ならではの食やショッピングが楽しめる。町のゲートウェイ、近隣観光の拠点として年間50万人が来訪。
2021年度、2024年度北海道じゃらん道の駅ランキング1位受賞。

観光入込客数

51

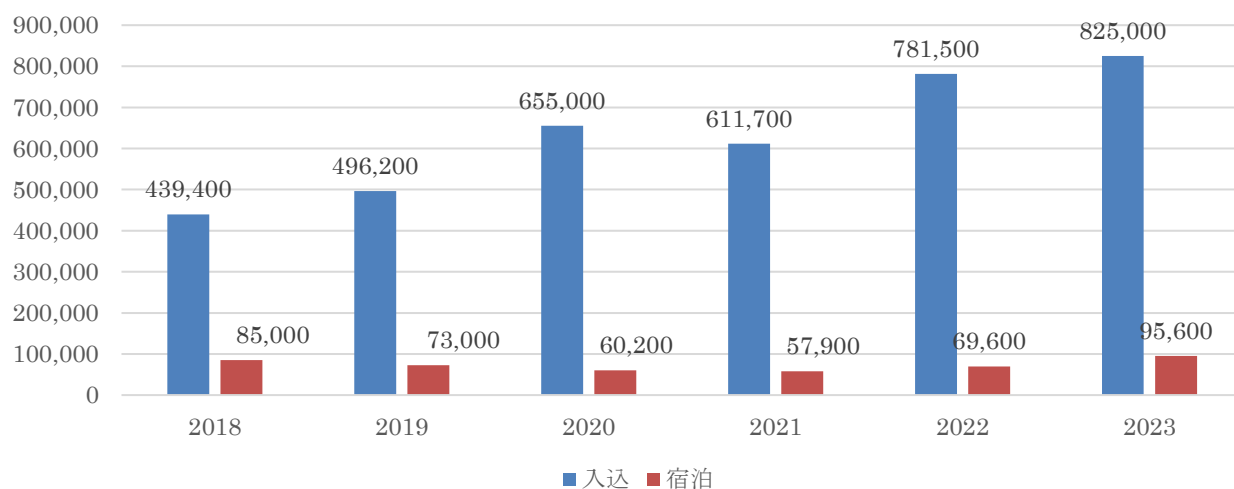
万人(年間)

※2023年度見込

Michi-no-Eki
KAMISHIHORO
Hokkaido Tokachi



上士幌町観光入込客数・宿泊客延数



※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

■外国人宿泊延べ数の推移（人）

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------|-------|-------|------|------|------|------|
| 中国 | 2,263 | 2,841 | 0 | 0 | 0 | 630 |
| オーストラリア | 41 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 韓国 | 29 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 台湾 | 32 | 27 | 0 | 0 | 0 | 65 |
| シンガポール | 11 | 31 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| その他 | 114 | 90 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 合計 | 2,490 | 3,026 | 0 | 0 | 0 | 725 |

【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1848m。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。 |
| | ニペツツ山 | 標高2013m。東大雪地域の最高峰で、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1602m。十勝三股からの眺めから通称「オッパイ山」と呼ばれている二つの山の北側。 |
| | 音更山 | 標高1932m。登山道2コース。 |
| | 丸山 | 標高1692m。 |
| | 三国山 | 標高1541m。 |

| | | |
|-------|--------------------------|---|
| | 西クマネシリ岳 | 標高 1 6 3 5 m。十勝三股からの眺めから通称「オッパイ山」と呼ばれている二つの山の南側。 |
| | 石狩岳 | 標高 1 9 6 7 m。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 | 日本一広い公共牧場。十勝平野を一望できる。 |
| | 糠平湖 | 人造のダム湖で、アウトドアのスポット。湖畔ではサイクリングや森林浴が楽しめる。 |
| | 糠平湖展望台 | 糠平ダムのすぐ脇に設けられた展望台で、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 1 3 9 m）で、夏の大樹海、秋の紅葉が魅力。 |
| | 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ツまでの 8 k m、旧幌加駅から第五音更川橋梁の往復 7 0 0 m の鉄道廃線跡が散策路となっており、森林浴や紅葉が楽しめる。 |
| 温泉 | ぬかびら源泉郷 | 全国でも珍しく、地域内にある全ての温泉が源泉かけ流しの宿。 |
| | 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 | 温泉街直結のスキー場。道内屈指のパウダースノーが楽しめるスキー場。 |
| | 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 3 6 ホール。 |
| | 森のトロッコエコレール | 廃線となった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 | 熱気球の観覧スポットでもある、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 6 2 年に廃止された旧国鉄士幌線の歴史資料が豊富な資料館。 |
| イベント | 北海道バルーンフェスティバル | 町内外から多くのバルーンリストが集まり、上士幌の空を彩る一大イベント。 |

| | | |
|----------|--|---|
| 食 その他 | 十勝ナイタイ和牛 | 上士幌町で肥育された肉質等級４、５等級のみが”十勝ナイタイ和牛”として認められるブランド牛。 |
| | 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。 |
| | 牛乳 | 道の駅かみしほろオリジナル商品「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。産地ならではの鮮度や品質の高さが、味の決め手となっている。 |
| | 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 | 十勝しんむら牧場クリームテラス、ドリームドルチェ、十勝工芸社、大和みやげ店、Ａコープルピナ、ナイタイテラス、道の駅かみしほろ | 上士幌町の日常に溢れる豊かな乳製品、食肉、野菜、豆類、天然石など地域産品を堪能できる、上士幌ならではの施設。 |

※観光資源の活用方法についても記入すること。

【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 | 糠平館観光ホテル | 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テル | 簡易宿泊 | ８ | ２０ |
| | プライマルステージ | 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95分

*とかち帯広空港からの連絡手段

とかち帯広空港連絡バス：とかち帯広空港～帯広駅（約30分）

バス：帯広駅～上士幌町交通ターミナル（約70分）

*レンタカー 約75km（約75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】

- ・主要観光施設でのWi-Fi環境整備の推進（ナイタイテラス、道の駅等）
- ・携帯電話不通エリアの解消に向けた、光回線及び既存FWAの回線補強について検討
- ・3言語（英語、中国語・簡体字／繁体字、韓国語）に対応した施設パンフレットの作成
- ・デジタルデバイスを活用したインフォメーション対応
- ・運営ウェブサイトに外国語対応の体験コンテンツページを構築
- ・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
- ・各景勝地に所在する案内看板の多言語化

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 | 通過型観光が主流の本町において、滞在型観光の推進を掲げており、その達成度を測るため。 | 上士幌町及び十勝総合振興局などのデータを活用して実施。 |
| 観光消費額 | 消費額から経済効果を推計するため。 | ① 運営施設、運営ウェブサイトを紹介したアンケート調査を実施。 ② 運営施設の購買データ（食・土産品）の消費単価分析。 |
| 来訪者満足度 | 満足度の向上を図り、リピート率向上を図るため。 | インターネットサイト口コミ等データ分析、運営施設、運営ウェブサイトを紹介したアンケート調査を実施。 |
| リピーター率 | リピート要因を探り、魅力向上につなげるため。 | 運営施設、運営ウェブサイトを紹介したアンケート調査を実施。 |
| 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。 | 運営ウェブサイト上のシステムログを活用して実施。 |

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

上士幌町は人口5,000人弱の町である一方、農業を基幹産業としており、当該農業も担い手不足のため、統合され大規模法人化が進んでいる。観光業、商工業も同様に事業承継が課題のひとつであり、観光協会や商工会、各青年会なども自立していくことが困難な状況に陥っている。このような背景の中、観光地域づくり法人として、各団体の垣根を越えて事業の支援や統合を進め、課題解決に取り組む。また、ハイシーズン（5月～9月）と閑散期の本町入込数には大きな乖離があり、年間を通じた観光誘客の平準化および冬期誘客につながるスノーコンテンツ、アドベンチャートラベルツアーの充実が求められている。観光入込数については、近年、昨対比105%程度で増加傾向であるが、観光消費額（単価）が伸び悩んでいる。滞在に繋がる施策や体験への消費を生み出す必要がある。

上士幌町は、大雪山国立公園・旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋をはじめとした北海道遺産・日本一広い公共牧場「ナイタイ高原牧場」など、豊富な自然資源、産業遺産が点在するほか、子育てに特化した施策や道内有数のSDGsの先進地としてまちづくりを官民連携のうえ進めており、自然体験×サステナブル要素を観光に落とし込み、優位性、希少性のある観光コンテンツを造成していく。

(2) 地域の強みと弱み

| | 好影響 | 悪影響 |
|------|---|--|
| 内部環境 | <p><u>強み (Strengths)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本一広い公共牧場であるナイタイ高原牧場にカフェレストラン「ナイタイテラス」をオープン。十勝有数の景勝地としてシーズン13万人の入込実績 ・2020年の道の駅かみしほろオープン後、3年連続で道の駅満足度ランキングでトップ5以内をキープ、2024年の同ランキングでは1位を獲得 ・大雪山国立公園ビジターセンターとしての機能を持つ「ひがし大雪自然館」 ・タウシュベツ川橋梁などの産業遺産が観光資源となっている ・全ての宿が源泉かけ流しの「ぬかびら源泉郷」はリピーター率の高い日本人客が中心 ・ふるさと納税の町として認知度が高く、商品開発や収益に繋がる事業展開が可能 ・畜産の糞尿を活用したバイオマス発電による地産地消エネルギーを活用した電気小売販売を実施。SDGsとしても評価が高い ・企業滞在型施設やシェアオフィスを町内に有し、ワーケーションの取り組みの推進を行っている ・日本で初めて開催された熱気球の大会「北海道バルーンフェスティバル」の開催地 | <p><u>弱み (Weaknesses)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・鉄路がなく、路線バスも少なく、二次交通が十分でないため観光に係る交通手段は自家用車やレンタカーが中心 ・タウシュベツ川橋梁の崩落の可能性もあり、その他の産業遺産も維持活用していくことへの課題 ・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本町含めた十勝全域のプロモーションが必須 ・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ため観光産業に係る雇用の維持が困難 ・大規模経営農家が多く、主要産業で恒常的に人材不足なため、事業拡大が困難 ・商工業の事業継承が課題 ・日帰り観光が多く、宿泊率が低い傾向にあるため、観光消費額が低い |
| 外部環境 | <p><u>機会 (Opportunity)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・十勝広域でインバウンドに係る誘客施策を推進 ・SDGsをキーワードとした旅行、サステナブルツーリズムの需要が高まる ・体験型観光への関心の高まりおよびニーズの増加 ・インバウンド観光客の目的地として札幌や函館の主要観光地から周辺地域にまで範囲が拡大 | <p><u>脅威 (Threat)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地球温暖化による冬期観光資源の危機 ・若者の就労意識が変わり、会社員として定年まで働く人材の減少 ・観光客に対応する受入人材の減少 ・団体旅行から個人旅行への旅行体系の変化による旅行会社経由の団体ツアー減少 |

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 【道外都市圏のファミリー層・アジア圏の北海道リピーター（30～50代）】
牧歌的で雄大な自然資源と町内のサステナブルコンテンツに価値を感じるターゲット

上士幌町は2021年度「SDGs未来都市」に選定され、その中でも特に先導的な取り組みとして、「自治体SDGsモデル事業」にも併せて選定、更に2022年度には脱炭素先行地域にも選定されている。

（株）karchでは、牛の糞尿によるバイオマス発電（上士幌町が実施）で生み出された電気を町内の観光施設、公共施設や住民に電気小売業として供給。国内において、これらの取組は稀有であり、サステナブルな施策として高く評価されている。合わせてICTを活用した自動運転バスの実証実験、顔認証による非接触を実現したホテルの開業やスマートストア（無人コンビニエンスストア）の開業、ドローンを使用した配送サービス、ドローンイルミネーションショーなど、デジタルを効果的に活用した施策を数多く展開している。一般企業や各自治体からの視察も多く受け入れている。

一方、上士幌町はタウシュベツ川橋梁をはじめとした旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群、ナイタイ高原牧場、三国峠、十勝三股の樹海など自然資源・産業遺産も豊富に点在しており、景勝地として高い水準の入込実績がある。現在「体験観光・アドベンチャートラベル」につながる各種コンテンツを官民連携の上、立案・造成しており、これらの優位性・特別性のあるコンテンツに価値を感じる属性をターゲット化している。

○取組方針















【国内】長期滞在が期待できる道外都市圏の観光客に向けた戦略的なプロモーションを実施。

【国外①】牧歌的な風景、スノーコンテンツに価値を感じるアジア圏へプロモーションを実施。

【国外②法人向け】FAMトリップ等の定期実施。

【国外③個人向け】インフルエンサーマーケティングではない、SNSを活用した一般個人へのPR。

○（株）karchおよび上士幌町のSDGs取組

| | | |
|---------------------|--|--|
| 観光地域商社の役割 |    | 8 上士幌町の発展に貢献(雇用増、所得増) 9 DMOとして上士幌町の観光産業を支える 11 町民の雇用確保、各組織との繋がりを持つことによる上士幌町の新たな価値の創造 |
| 道の駅の運営 |     | 3 レンタサイクルで周遊していただくことによる健康増進 4 旧国鉄士幌線(アーチ橋、タウシュベツ、幌加駅)を観光客に知っていただく 8 道の駅を拠点とし来館者を町内への移動を促し、消費してもらう 13 レンタサイクルで周遊することによるCO2発生量の低減 |
| レストラン UC ショップ |   | 12 フードロスを減らす、食材の地産地消 14 プラスチック使用の低減、紙素材の使用 |
| ナイタイ |    | 12 フードロスを減らす、食材の地産地消 14 プラスチック使用の低減、紙素材の使用 15 ナイタイの景観を守る(守っていただく、各機関と連携) |
| かみしほろ電力 |     | 7 バイオマス発電による資源循環 8 循環型農業を軸とした雇用の確保 12 家畜ふん尿を電力、液肥として活用し農家へ還元させる 13 化石燃料を用いない発電によるばい煙の発生しない発電 |

| |
|--|
| <p>○第2ターゲット層 【道内近郊のファミリー層（20～40代）】</p> <p>主に再訪頻度が高く成り得る近郊居住者をターゲット化。新鮮なコンテンツを戦略的に生み出し、リピートを推進する。</p> |
| <p>○選定の理由</p> <p>上士幌町は、主要な観光施設として道の駅、ナイトイテラス、ひがし大雪自然館が所在し、3施設で上士幌町全体の観光入込数の70%超が来訪する。当該施設の周辺には観光牧場やカフェレストランが点在し、体験メニューや宿泊を伴うと1泊2日、上士幌町だけでも十分楽しめるコンテンツがある。魅力的なイベント、コンテンツを定期的に発信し、近郊居住者のリピーターを獲得。通年通した安定的な観光地域を形成する。</p> <p>○取組方針</p> <p>定期的なイベント、コンテンツのプロモーションを図り、リピートにつながる環境を整備。</p> |
| <p>○第3ターゲット層 【国内の教育関係者、学生】</p> <p>第1ターゲット層の内容と同様に国内の10代をターゲットとした教育旅行の受け入れを実施。</p> |
| <p>○選定の理由</p> <p>現代の教育でSDGsを学んでいる10代学生に対し、上士幌町で進めているSDGs取組を観光コンテンツに落とし込んだ「先進的な教育旅行」を提供。</p> <p>○取組方針</p> <p>SDGsやゼロカーボン推進について、上士幌町は既に高い評価を得ている。教育旅行の目的地として旅行会社と連携し商品を構築、実売する。</p> |

（４）観光地域づくりのコンセプト

| | |
|-------------|--|
| ①コンセプト | 「すべての日常をコンテンツへ。グローバルな観光地域の形成」 |
| ③ コンセプトの考え方 | <p>上士幌町は自然、遺産、食、観光施設など、観光振興に係る豊かな資源に溢れている。特に自然資源や産業遺産については地域住民が日常の風景として捉えているロケーションが、観光者にとって国内トップクラスの観光地に成り得るポテンシャル（日本一広い・日本一標高が高い・北海道遺産など）を有していると捉えている。地域DMOとしては、これら上士幌町の資源の全てを観光コンテンツ（若しくは観光コンテンツに昇華できるもの）であると捉え、観光地域づくりに係るあらゆる施策において当該コンセプトを意識した事業推進を行う。</p> <p>また、上士幌町は交通インフラに課題が残るものの、当該資源を磨き上げたコンテンツについては言語を超えて感動を生み出す付加価値が有るものと考えており、インバウンドニーズにも答えたグローバルな観光施策を打ち出していく。諸外国において、「上士幌町」および「十勝」の認知度は依然低く、コンテンツの発信、プロモーションについては十勝広域で連携を強化しながら戦略的に行っていく。</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 ※頻度が分かるよう記入すること。 | KAMISHIHORO. netの各部会は月1回程度開催。情報共有を図るとともに、内容についてはHPに掲載する。協議会は毎年6月に総会を行う。 「KAMISHIHORO. net」企画誘客戦略部会、人材育成部会の開催、セミナー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 | 入込調査の結果や各種マーケティング調査（来訪者満足度調査、SNS等の分析）の実績を共有するとともに、Webアンケートを取り入れながら課題を見出し、解決していく。 2022年度春にKAMISHIHORO. netホームページを開設し、各事業所が情報発信できるサイトを構築する。セミナーを開催するなどしてお客様へのサービス向上に取り組む。 |
| 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 | 本町全体のブランディング統一のため、これまで観光協会や商工会が作成していた、パンフレットの見直しを行い一元的な情報発信を行う。 |

※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 | | 2021 (R3) 年度 | 2022 (R4) 年度 | 2023 (R5) 年度 | 2024 (R6) 年度 | 2025 (R7) 年度 | 2026 (R8) 年度 |
|-----------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●旅行消費額 (百万円) | 目標 | 2,500 (80) | 3,000 (80) | 4,200 (80) | 5,200 (100) | 5,700 (150) | 6,100 (200) |
| | 実績 | 2,320 (0.0) | 3,920 (0.0) | 4,700 (4.1) | | | |
| ●延べ宿泊者数 (千人) | 目標 | 80.0 (3.2) | 75.0 (3.0) | 80.0 (3.2) | 98.0 (1.0) | 100.0 (1.2) | 100.0 (1.5) |
| | 実績 | 58.0 (0.0) | 69.1 (0.0) | 95.6 (0.7) | | | |
| ●来訪者満足度 (%) | 目標 | 85.0 (85) | 80.0 (80) | 80.0 (85) | 82.0 (85) | 84.0 (90) | 86.0 (90) |
| | 実績 | 76.0 (-) | 69.7 (-) | 79.0 (-) | | | |
| ●リピーター率 (%) | 目標 | 40.0 (5.0) | 40.0 (5.0) | 40.0 (5.0) | 40.0 (1.0) | 42.0 (1.0) | 44.0 (2.0) |
| | 実績 | 35.8 (-) | 31.1 (-) | 37.8 (-) | | | |

※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】

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、旅行消費額単価を最重要KPIとする。また、インバウンドに係る指標も重要な数値と捉え、2026年度時点の年間消費額を2億円とし、達成に向けた施策を推進する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

観光入込客数は昨対比105%程度で推移しているが、当該消費額の伸び率は鈍化傾向。体験コンテンツの消費額底上げと合わせて「泊まる」「食べる」「買う」各カテゴリー自体の品質向上、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、2022年時点の約9%程度まで落ち込んだものの、2023年度時点では11%超まで伸びている。堅調な伸びを後押しする施策と合わせて、連泊や長期滞在を促すコンテンツ造成が急務。

●来訪者満足度

各観光施設の満足度調査を行い算出。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・ナイトテラス）を中心に定期的な調査を実施。国内については2026年度時点90%を目標値とする。

●リピーター率

各観光施設およびウェブサイト内の満足度調査を行い算出。増加する新規客も影響し、率の低下が認められるが、5ポイントアップの40%を目標数値としている。リピーターによる間接的なプロモーションも見込み、先進的かつ魅力あるイベント、コンテンツの造成、細やかで丁寧な観光案内を行い達成を目指す。国内については2026年度時点44%を目標値とする。

(2) その他の目標

| 指標項目 | | 2021 (R3) 年度 | 2022 (R4) 年度 | 2023 (R5) 年度 | 2024 (R6) 年度 | 2025 (R7) 年度 | 2026 (R8) 年度 |
|--------------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●WEBサイトのアクセス数 (PV) | 目標 | 実施準備 | 実施なし | 700,000 | 100,000 | 120,000 | 150,000 |
| | | (-) | (-) | (20,000) | (50,000) | (70,000) | (100,000) |
| | 実績 | 実施準備 | 実施なし | 32,408 | | | |
| | | (-) | (-) | (574) | | | |
| ●体験コンテンツ の参加者数 (人) | 目標 | 実施準備 | 300 | 300 | 300 | 320 | 340 |
| | | (-) | (-) | (-) | (60) | (120) | (150) |
| | 実績 | 実施準備 | 92 | 134 | | | |
| | | (-) | (-) | (-) | | | |

※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】

KAMISHIHORO. net ホームページ立ち上げによりアクセス数を含めた調査を実施。滞在コンテンツの参加人数については当DMO主体で体験商品を作成し、滞在客の動向を調査する。尚これまでの数値に景勝地を展望するのみのツアー等は含んでいない。

【設定にあたっての考え方】

●WEBサイトのアクセス数

KAMISHIHORO. net ホームページのアナリティクスから算出。

●滞在プログラムの参加者数

自然資源や産業遺産、上士幌町の食文化を掛け合わせたアウトドアコンテンツを中心に調査。アドベンチャータベル要素を付した高付加価値型コンテンツをリリースし消費額増につなげる。

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

※2023年度よりDMO法人における全セクションの収入（決算全体の数値）を記載。

| 年（年度） | 総収入（円） | 内訳（具体的に記入すること） |
|----------------|---------------|---|
| 2021（R3） 年度 | 61,418,194 円 | 【指定管理収入】 35,716,194 円 【市町村からの受託事業収入】 23,202,000 円 【収益事業（一部充当）】 2,500,000 円 |
| 2022（R4） 年度 | 58,359,373 円 | 【市町村からの補助金】 8,800,000 円 【指定管理収入】 21,985,232 円 【市町村からの受託事業収入】 19,580,000 円 【収益事業（一部充当）】 7,994,141 円 |
| 2023（R5） 年度 | 532,992,440 円 | 【指定管理収入】 23,784,928 円 【業務委託収入】 73,811,976 円 【市町村からの補助金】 1,800,000 円 【施設運営・コンテンツ事業収入】 217,629,688 円 【電力小売事業収入】 215,965,848 円 |
| 2024（R6） 年度 | 586,000,000 円 | 【指定管理収入】 23,700,000 円 【業務委託収入】 73,800,000 円 【市町村からの補助金】 1,800,000 円 【施設運営・コンテンツ事業収入】 233,700,000 円 【電力小売事業収入】 253,000,000 円 |
| 2025（R7） 年度 | 594,000,000 円 | 【指定管理収入】 23,700,000 円 【業務委託収入】 73,800,000 円 【市町村からの補助金】 1,800,000 円 【施設運営・コンテンツ事業収入】 237,700,000 円 【電力小売事業収入】 257,000,000 円 |

| | | |
|------------------|---------------|--|
| 2026 (R 8) 年度 | 600,000,000 円 | 【指定管理収入】 23,700,000 円 【業務委託収入】 73,800,000 円 【市町村からの補助金】 1,800,000 円 【施設運営・コンテンツ事業収入】 239,700,000 円 【電力小売事業収入】 253,000,000 円 |
|------------------|---------------|--|

(2) 支出

※施設運営事業・電力小売事業・その他自主事業に伴う売上原価は除く

| 年 (年度) | 総支出 | 内訳 (具体的に記入すること) |
|------------------|---------------|---|
| 2021 (R 3) 年度 | 61,016,194 円 | 【一般管理費】 11,000,000 円 【観光資源の磨き上げ】 4,100,000 円 【受入環境の整備】 4,000,000 円 【マーケティング】 3,000,000 円 【情報発信】 3,200,000 円 【公的指定管理】 35,716,194 円 |
| 2022 (R 4) 年度 | 58,359,373 円 | 【一般管理費】 18,807,509 円 【観光資源の磨き上げ】 7,800,027 円 【受入環境の整備】 4,283,042 円 【マーケティング】 660,000 円 【情報発信】 4,823,563 円 【公的指定管理】 21,985,232 円 |
| 2023 (R 5) 年度 | 179,323,384 円 | 【一般管理費】 155,158,680 円 【広告宣伝費】 1,211,256 円 【受入環境の整備】 1,320,000 円 【マーケティング】 1,503,000 円 【情報発信媒体管理】 3,730,000 円 【施設維持管理】 16,400,448 円 |
| 2024 (R 6) 年度 | 183,000,000 円 | 【一般管理費】 160,000,000 円 【広告宣伝費】 3,000,000 円 【受入環境の整備】 1,500,000 円 【マーケティング】 1,500,000 円 【情報発信媒体管理】 3,000,000 円 【施設維持管理】 17,000,000 円 |
| 2025 (R 7) 年度 | 183,000,000 円 | 【一般管理費】 160,000,000 円 【広告宣伝費】 3,000,000 円 【受入環境の整備】 1,500,000 円 【マーケティング】 1,500,000 円 【情報発信媒体管理】 3,000,000 円 【施設維持管理】 17,000,000 円 |

| | | | |
|----------------|---------------|------------|---------------|
| 2026（R8） 年度 | 183,000,000 円 | 【一般管理費】 | 160,000,000 円 |
| | | 【広告宣伝費】 | 3,000,000 円 |
| | | 【受入環境の整備】 | 1,500,000 円 |
| | | 【マーケティング】 | 1,500,000 円 |
| | | 【情報発信媒体管理】 | 3,000,000 円 |
| | | 【施設維持管理】 | 17,000,000 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

- ・運営協議会 KAMISHIHORO. net への補助金収入、DMO 運営補助金の確保。
- ・体験コンテンツの社内ガイド活用による収益確保。
- ・観光協会や商工会で実施していた事業のスライドによる行政支援の事業予算の確保。
- ・道の駅やナイトテラス等、施設の高収益化。自主財源比率の向上。
- ・EC等、施設以外の販路によるプライベートブランド販売を行い、安定的な自主財源を確保。

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 k a r c h 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）

【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】

（例）エリアが重複する ●● DMO とは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【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】

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 | 木田 克則 |
| 担当部署名（役職） | 商工観光課 主査 |
| 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 | oitsuki-syunji@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 | 木川 陽介 |
| 担当部署名（役職） | ゼロカーボン課 プロジェクトマネージャー |
| 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 | 01564-2-4637 |
| E-mail | kikawa-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 | 鈴木 勇汰 |
| 担当部署名（役職） | デジタル推進課 主査 |
| 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 | 01564-2-4637 |
| E-mail | suzuki-yuuta@town.kamishihoro.hokkaido.jp |

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)】 石井 竜也

【財務責任者(CFO)】 石井 竜也

【職員数】 40人(役員除く)

(常勤40人(正職員11人・出向5人・パート24人)、非常勤0人)

【主な収入】

収益事業 433.5百万円、委託事業・補助金等 99.3百万円(令和5年度決算)

【支出(売上原価除く)】

事業費 24.1百万円、一般管理費 155.1百万円(令和5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

戦略

【主なターゲット】

第1ターゲット

道外・国外(アジア圏)30代～50代

第2ターゲット

道内20代～40代(ファミリー層)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

牧歌的なロケーションを活かした滞在型コンテンツを主軸に
サステナブルな要素を掛け合わせ誘客を図る

【観光地域づくりのコンセプト】

すべての日常をコンテンツへ。グローバルな観光地域の形成

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月 20日

※()内は外国人に関するもの。

| 項目 | | 2021 (R3)年 | 2022 (R4)年 | 2023 (R5)年 | 2024 (R6)年 | 2025 (R7)年 | 2026 (R8)年 |
|--------------------|----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 旅行 消費額 (百万円) | 目標 | 2,500 (80) | 4,000 (80) | 4,200 (80) | 5,200 (100) | 5,700 (150) | 6,100 (200) |
| | 実績 | 2,320 () | 3,920 () | 4,700 (41) | — | — | — |
| 延べ 宿泊者数 (千人) | 目標 | 80 (3.2) | 75 (3.0) | 80 (3.2) | 98 (1.0) | 100 (1.2) | 100 (1.5) |
| | 実績 | 58.0 (0) | 69.1 (0) | 95.6 (0.7) | — | — | — |
| 来訪者 満足度 (%) | 目標 | 85.0 (85.0) | 80.0 (80.0) | 80.0 (85.0) | 82.0 (85.0) | 84.0 (90.0) | 86.0 (90.0) |
| | 実績 | 76.0 (-) | 69.7 (-) | 79.0 (-) | — | — | — |
| リピーター率 (%) | 目標 | 40.0 (5.0) | 40.0 (5.0) | 40.0 (5.0) | 40.0 (1.0) | 42.0 (1.0) | 44.0 (2.0) |
| | 実績 | 35.8 (-) | 31.1 (-) | 37.8 (-) | — | — | — |

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】

- ・HP、SNS、国内外OTAによる情報発信
- ・旅行会社、交通事業者等へのプロモーション

【観光資源の磨き上げ】

- ・既存資源、コンテンツの再構築
(各種プライベートツアー・牧場宿泊体験ツアー・冬期の牧場貸切コンテンツ等)
- ・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
- ・立入禁止区域等、特別性のある資源を活用した体験コンテンツ造成

【受入環境の整備】

- ・2019年ナイトテラス開設
- ・2020年道の駅かみしほろ開設
- ・オンラインショップの開設
- ・ワンストップ型の地域観光ホームページ「KAMISHIHORO.NAVI」開設

