

## 1 芽室町における観光ビジョンとは（言葉の定義の共有）

(1) **観光とは** 「地域を豊かにするための手段」（地域にいる人たちが幸せに生き活きと暮らしていくための手段）

= ①「地域の経済を潤し」

②「町民にとって誇りと愛着の持てる活気にあふれた地域社会を築いていくことで」

\*①と②が逆になる場合もある

③「次世代へより良い状態で地域を継承していく」ための手段

【郷土愛の醸成～地域の利益・利潤の最大化～より良い地域として将来世代へ引き継ぐ】

(2) **ビジョンとは** 「目指す理想の姿・方向性」

(3) **観光ビジョンとは** 観光分野における「目指す理想の姿・方向性」

= 「芽室町の観光は、誰のため・なんのために行い、どの方向に進めていくのか」を明確にしたものであり

= 地域が一体となって、同じ方向を向いて、観光に取り組んでいくための考え方をまとめたもの

## 2 策定の目的（なぜ策定するのか）と策定の時期（なぜ今策定するのか）

観光分野における「目指す理想の姿・方向性」を明確にして共有することで、同じ方向を見て、地域一体となって観光振興を進め、地域を豊かにしていくため

(1) 策定の背景

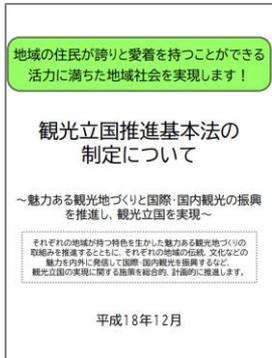
- ・ 第5期芽室町総合計画、めむろシティープロモーション計画（ビジョンマップ）
- ・ 新型コロナウイルス感染症により観光のあり方の変化と見つめなおし（ニーズの変化などへの対応）
- ・ 人口減少社会における対応策

(2) 上記のような背景の中、社会変化から生まれる課題解決と可能性の最大化のため観光分野の重要性が高まる

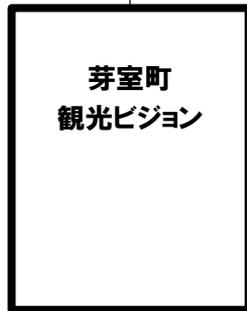
(3) 昨年4月の主要事業ヒアリング（内部議論）で、観光ビジョンの必要性を確認し、6月から議論をスタート

### 3 位置づけ

第5期芽室町総合計画にぶら下がる位置づけであり、基本目標1と5の実現に向けたものである



観光立国推進基本法



第5期芽室町総合計画

- 【基本目標】 1 農業を軸とした活力と賑わいのあるまちづくり
- 【政策】 2 農業と連携した活力ある商工業と観光物産の振興
- 【施策】 2 地域資源を活用した観光振興
  
- 【基本目標】 5 住民と行政がともに考え未来へつなぐ自治のまちづくり
- 【政策】 3 活力を活かした、活気あふれるまちづくり
- 【施策】 1 シティープロモーションの推進

### 4 進捗状況と今後のスケジュール（予定）

現状、約6～7割の進捗状況であり、今後庁舎内議論、関係組織団体等との議論を行い、3月末の成案化を目指す  
詳細は、次ページ参照

2023年度 施策マネジメントシート【2022年度実績評価】 作成: 2023年 6月 5日

実施番号	1-2-2	施策名	地域資源を活用した観光の振興	担当部署	産業を軸とした活力と魅力のあふれるまちづくり
		主 管 課	魅力創造課	政策名	農業と連携した活力ある商工業と観光物産の振興
		施策関係課	生涯学習課	課長名	西田昌樹 内 線 412

1. 施策の方針と成果指標

施策の方針		対象	意 図	結 果		
農業や景観、食など本町の地域資源を活かした観光による魅力づくりを行うため、本町のブランド力の戦略的な活用を図りながら、観光誘客の促進を目指します。		町外観光客	・観光客の滞在時間と日数を増大させ、観光消費の拡大を図る ・観光資源が認知され、新規観光客とリピーターを獲得する	芽室町が国内・国内・海外に発信される 交流人口の増で消費の拡大につながる		
成果指標	説明	単位	2017年度実績	2018年度実績	2019年度実績	2020年度実績
① 芽室町外からの観光入込客数	十勝総合振興局まとめ	人/年	198,800	171,600	150,900	160,800
② 新嵐山スカイパーク利用者数	魅力創造課(旧商工観光課)調べ	人/年	488,100	362,389	281,257	273,520
③						
④						
成果指標設定の考え方	①段階的に209,000人/年を目指す。②年1%増加を目標とし、30年度から34年度までの5年間につき5%増で設定					

2. 施策の事業費

	2018年度決算	2019年度決算	2020年度決算	2021年度決算	2022年度決算
施策事業費(千円)	189,718	149,203	181,664	181,404	273,367
人工数(業務量)	1,6208	2,2427	2,1407	2,2074	2,0541

3. 施策の達成状況

(1) 施策の達成度とその考察	
①2022年度の成果評価(前年度との比較)	<input type="checkbox"/> 成果は向上した <input type="checkbox"/> 成果は変わらなかった <input type="checkbox"/> 成果は低下した
②第5期総合計画前期実施計画の最終的な目標達成状況	<input type="checkbox"/> 目標は達成できた <input checked="" type="checkbox"/> 目標は概ね達成できた <input type="checkbox"/> 目標は達成できなかった
(2) 施策の成果評価に対する第5期総合計画前期実施計画の事務事業総括	
①施策の成果向上に対して貢献度が高かった事務事業	町観光・特産品普及事業 ふるさと納税特典贈呈事業 芽室町観光物産協会運営支援事業
②施策の成果向上に対して貢献度が低かった事務事業	新嵐山スカイパーク運営支援事業
③事務事業全体の振り返り(総括)	観光振興においてコロナによる影響は世界的に大きな影響を与えた。その中でも、芽室町における観光振興策の歩みを止めることなく、その時点でできることを試行、実践してきたことは、新嵐山における新たなターゲット層の集客や掘り起こし、観光特産品普及事業ではサイクル事業の継続、野遊び事業の新規実施、ふるさと納税特典贈呈事業では果ごもりニーズへの対応とその継続的寄附者層の獲得など、コロナ禍における新たなチャンスを見逃すことなく実践できたことは、来るべき今後の観光振興事業のスタートダッシュが可能、今後のさらなる向上に向かえると考えます。

(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果(計画策定時との比較)

担当課評価	想定していなかったコロナに直面し、一時は数値目標が激減したが、その中においても歩みを止めず、試行錯誤を繰り返した結果、現状維持とまではいえないが、それに相当すると評価する。	進捗結果				
		A	B	C	D	E

A: 実現した B: (前期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C: (前期実施計画策定時と比較して)前進した D: (前期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E: (前期実施計画策定時と比較して)後退した

4. 施策を取り巻く状況変化・住民意見等

施策を取り巻く状況と今後の予測	<< 施策を取り巻く状況 >> ・コロナの5類移行に伴い、国内・海外の動きの加速、回復が想定される。 ・コロナを経験したことによる、新たな観光の形へのニーズと、受け入れ側のシフト変更が望まれる。 ・ウィズコロナを迎え、観光・物産の振興においては、ブランド力の強さ、差別化がより一層望まれる。 << 今後の予測 >> ・観光振興においては、ウィズコロナにおいて国内、さらには海外の一定のニーズが期待できる。 ・ふるさと納税は今後も需要が見込めることから、体験型など新たな展開ニーズが見込まれる。
この施策に対して住民・審議会・議会からの意見や要望が寄せられ、どのように改善したか。	・新嵐山スカイパーク改革に関する関係機関、関係者への説明及び意見聞き取りの徹底 → 議会・町広報誌を通じた定期的な説明と、ホットボイスに対する真摯な対応、町民無作為抽出による自分ごと化会議の実施による意見の聞き取りと、その反映を行っている。 ・ふるさと納税寄附額の向上への新たな取り組み → 庁内関係課、観光物産協会、関係事業者、町外事業者との目的・目標の共有による魅力的な返礼品数の増を回った。 ・情報発信の工夫 → SNSなどデジタル媒体を活用した効果的な情報発信の研鑽。

5. 施策の課題認識(現状の課題、第5期総合計画後期実施計画期間において新たにに取り組むべき課題)

・新嵐山の運営の方針・経営可能な運営の在り方、効果的・効率的な施設整備については、令和5年度に改訂する新嵐山活用計画において明確にし、それを踏まえた運営事業者の公募を実施していく
・観光・物産の振興に関する芽室町のビジョンがないことから、ビジョン策定に取り組むとともに、新たな観光コンテンツとして日高山脈国立公園化を見据え、それらを絡めたビジョンを策定していく。併せて、観光物産振興の核となるよう、芽室町観光物産協会の組織強化、自立的運営に支援を行い、芽室町の観光と関連産業の振興を図る。

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	成果指標は未達成であるが、新嵐山に関して様々な取組を行ったことから「維持した」と評価する。	進捗結果				
		A	B	C	D	E
今後の取組に対する意見	5に記載の取り組みを進めてください。	A: 実現した B: (前期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C: (前期実施計画策定時と比較して)前進した D: (前期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E: (前期実施計画策定時と比較して)後退した				

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	スキー場の利用は野外のためコロナの影響をあまり受けておらず、利用者数減少はコロナだけの理由ではないと思う。町民が使いやすい新嵐山スカイパークになってほしい。「前進した」とは言えず「維持した」と評価する。	進捗結果				
		A	B	C	D	E
今後の取組に対する意見	・温泉施設が欲しい。 ・観光宿舎よりも学生向けに合宿部屋など作ってもいいのではないか。	A: 実現した B: (前期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C: (前期実施計画策定時と比較して)前進した D: (前期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E: (前期実施計画策定時と比較して)後退した				

## ■ 観光ビジョンの議論経過と今後の予定

R5

- 6/22 関係組織等との議論① 芽室町観光物産協会とjeki（JR東日本企画）  
・観光と地域ブランディングの関係性確認  
※観光物産協会及びjekiとは適宜情報交換
- 6/30 内部議論① 今後の進め方・テーマの設定
- 7/4 内部議論② 現状と理想
- 7/12 内部議論③ 観光振興で、誰がどうなる？  
観光資源の再確認
- 7/19 関係組織等との議論② 国交省北海道運輸局観光部との情報交換  
・北海道観光全体の状況（インバウンド増）  
・十勝川温泉などには多くの観光客（どう芽室町に呼び込むか）  
・日中のプログラム不足の補完等
- 7/24 内部議論④ 理念と相関図の整理
- 7/26 内部議論⑤ 課内で共有、ブラッシュアップ
- 7/31 内部議論⑥ 全体構成の議論
- 9/14 関係組織等との議論③ 一般社団法人十勝プラスとの情報交換
- 10/2-5 関係組織等との議論④ 専門家と町内調査（観光庁専門家派遣事業 森田哲史氏）
- 10/6 関係組織等との議論⑤ 専門家と情報交換（観光庁専門家派遣事業 森田哲史氏）
- 10/19 関係組織等との議論⑥ 一般社団法人十勝プラスとの情報交換
- 12/19 内部議論⑦ 全体構成の議論
- 12/22 関係組織等との議論⑦ jekiとの情報交換
- 12/27 内部議論⑧ 全体構成の議論
- 1/9 内部議論⑨ 全体構成の議論

### 1/16 総務経済常任委員会

- 1/上旬～2/上旬 庁舎内及び関係組織等との議論（町内外）
- 2/下旬 町民への説明（フォーラム等を想定）
- 2/下旬 まちづくり意見募集（パブリックコメント）
- 3/下旬 成案化

#### 【町民意見等の把握】

- 1 R2 芽室町ビジョンマップ作成時の町民等ワークショップ等内容
- 2 R3-4 野遊び事業・地域ブランディング事業ワークショップ等内容
- 3 R4-5 まちなか再生事業ワークショップ等内容
- 4 まちづくりに関する住民意識調査

#### 【参考】

- 1 第5期芽室町総合計画・めむろシティープロモーション計画
- 2 観光立国推進基本法
- 3 第3次魚津市観光振興計画
- 4 岩見沢市観光振興戦略
- 5 第2次うるま市観光振興ビジョン
- 6 茅ヶ崎市観光振興ビジョン
- 7 観光立国の正体（著書） など

## 芽室町観光ビジョン（案）

18,000人のおもてなし力で

住む人も訪れる人も

**「いい気分」** になる観光

（幸福の最大化）



# 住む人

A. 観光客が増えることは、芽室町が**選ばれるまち**になることであるので、**嬉しい、誇りに**思えるので「いい気分」です



E. 観光で、町の**税金が増え**、それで**行政サービスが維持・充実**されれば「いい気分」です（安心して生活ができます）



I. 観光を進めるために、住んでいるまちに、**魅力的な場所が増える**と「いい気分」です



F. 観光で、**みんなが楽しく笑顔の人が増える**と嬉しく「いい気分」です



J. 観光客に、**農業の価値を知ってもらえる**と嬉しくて「いい気分」になります



G. 観光で、地域内の**経済循環で、所得が上がる**と家族も私も「いい気分」です



K. 観光で訪れた人が「**芽室町っていいまちだね！**」って褒められると「いい気分」です



H. 観光客をおもてなしして、**観光客に喜んでもらえる**と、こちらも「いい気分」になります



D. 観光客が増えることで、自分の作った料理を**たくさんの人に食べてもらえ**、**利益も**が増えるので「いい気分」です

住む人も訪れる人も「いい気分」になる観光

どんな時に「いい気分」に？

# 訪れる人



H. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります



D. 自然の中で、**ゆったりと時間を**過ごせると「いい気分」になります



I. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります



E. 自然を感じる**アクティビティで**楽しめると「いい気分」になります



A. **きれいな景色**を見たり、**美味しい食事**ができると「いい気分」になります



B. **ペットと一緒に**観光ができると「いい気分」です



F. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります



J. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります



C. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります



G. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります



K. ●●●●●●●●  
●●●●●●●●だと「いい気分」になります

住む人・訪れる人の「いい気分」を増やすために観光を進めます

## 人口減少による域内消費額の減少分を観光消費額で補っていく考え方

令和8年度に  
観光消費額等を  
現状から

『6億円』

増やす

※ 数値目標は現在検討中  
芽室町における観光消費額の算出方法、現在研究中…  
ビジョン成案化までには一定の算出方法をここに記載

域内消費額が減ると、域内で働く方々の給与にも影響していくとともに、税収減になると、行政サービスの維持・充実が制限され、町民生活への影響が懸念されます。

人口減少を受け入れながら、その域内消費額の減少分を観光消費額で補うことで、住む人の生活を維持・向上させていきます。

芽室町人口の推移 (第2期芽室町まち・ひと・しごと創生総合戦略参照)

令和5年	令和7年	令和8年
17,913人	17,552人	17,430人
		△483人

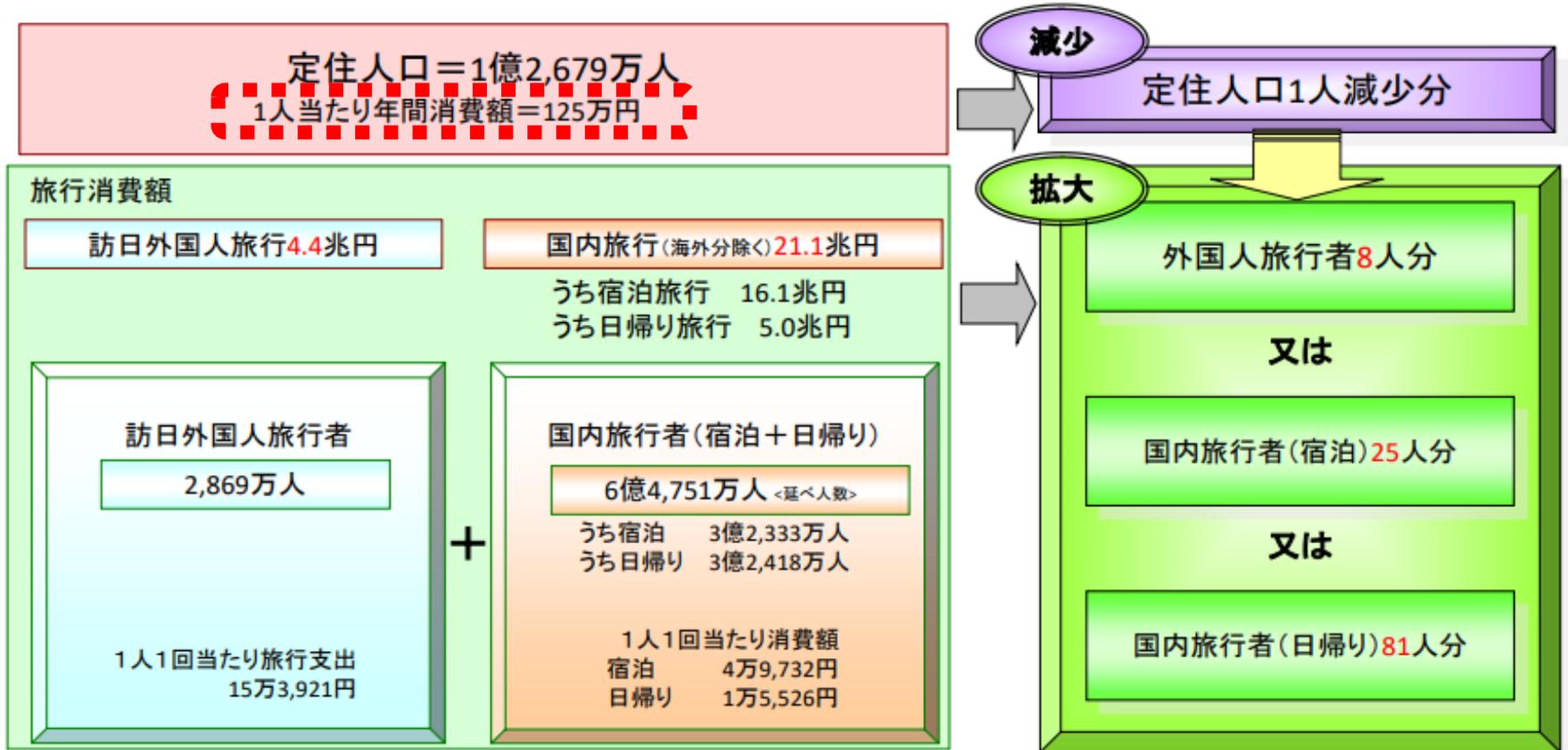
定住人口1人当たりの年間消費額  
125万円 (総務省/家計調査参照)

483人 × 125万円 = 6億375万円の減少

# 参考：人口減少を補う観光客の価値

## 観光交流人口増大の経済効果（2017年）

○ 定住人口1人当たりの年間消費額（125万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）25人分、国内旅行者（日帰り）81人分に当たる。



定住人口は2017年7月1日現在人口推計（総務省）、定住人口1人当たり年間消費額は2017年家計調査（総務省）による。  
 旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査（2017年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2016年）より算出。  
 訪日外国人旅行者はJNTO（2017年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2017年）より算出。  
 訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査（2017年）、国内旅行者（宿泊/日帰り）1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査（2017年）より算出。  
 定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。（※観光庁資料）

# 芽室町観光推進に必要な3つの要素と繋がりイメージ

【1】観光シンボル（拠点）  
設定・磨き上げ  
（一点突破）

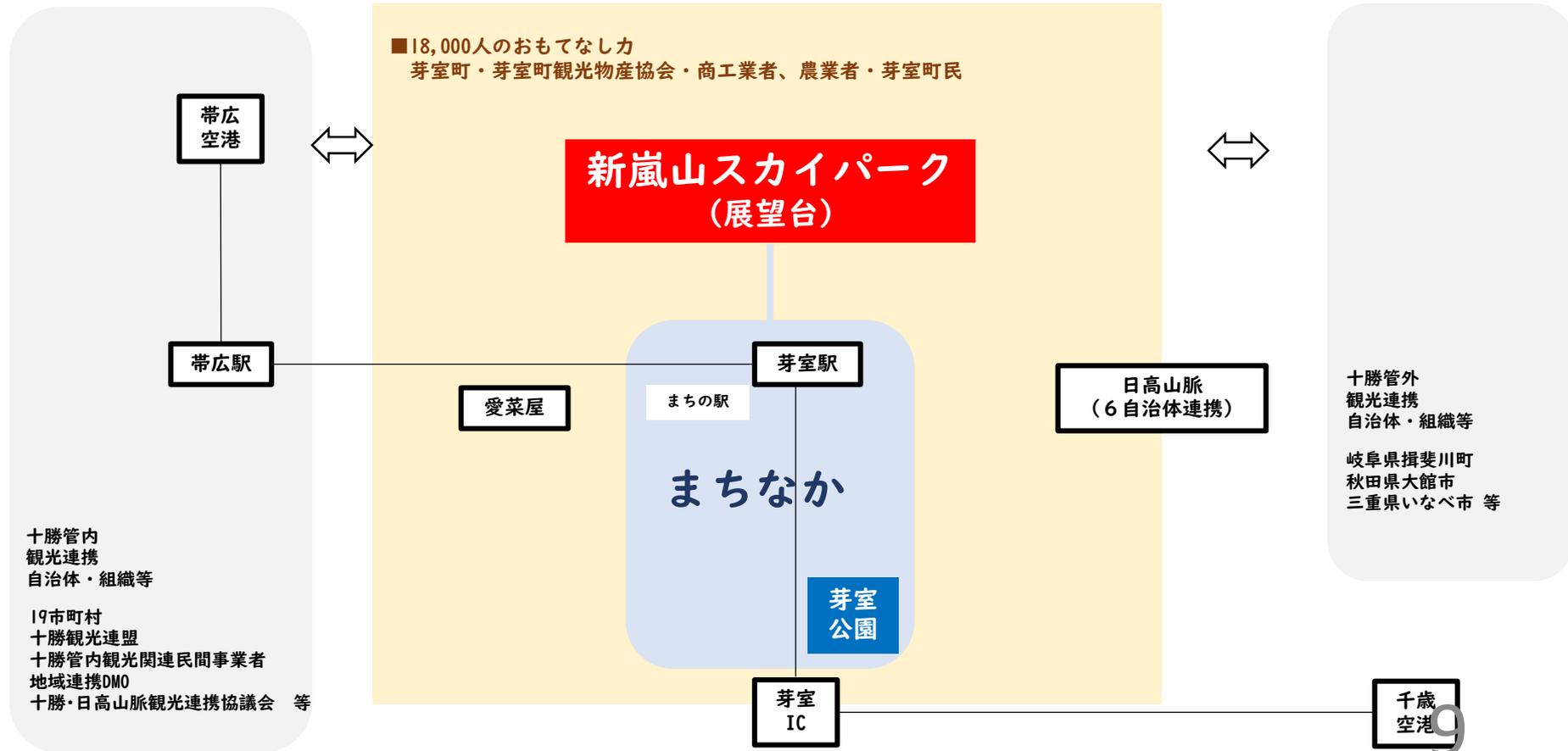
↓  
新嵐山スカイパーク（展望台）

【2】受入体制整備  
（18,000人のおもてなし力）

↓  
芽室町観光物産協会を中心に  
商工業・農業者・一般町民も

【3】まちなかへ繋ぐ  
（地域内経済循環）

↓  
まちなか再生との連動



**KPI**  
郷土愛指数  
(精神)  
満足度・郷土愛等

(目指す姿)  
**住む人も訪れる人も「いい気分」になる観光 (幸福の最大化)**  
交流人口・関係人口の増加 → 地域活性化・定住人口増 (移住増・旅先納税)

**KPI**  
経済活性化指数  
(お金)  
入込客数・観光消費額  
経済波及効果 所得誘発額等

(効能) 誇り・地元愛・自尊心↑  
集客数・売上・利益↑

(欲しいもの)  
・お土産  
・ワンハンド食  
・カフェ  
・食イベント

(欲しいもの)  
・(仮)ホメられちゃった通信(レビュー)

(欲しいもの)  
・リフトの夏季運航  
・展望台整備 (カフェ等)  
・展望台までの道路整備

**町民  
事業者等**

みらい牛 あいす屋 愛菜屋 紀山 コーン炒飯  
ホルジン ポップコーン ジンギスカン にじます(松久園)  
ワイナリー 農畜産物 スイートコーン  
MEMORIBEE ナッツ MEMORIBEE ソフト コロボックル BBQ

10線防風林 SAからの眺め 花菖蒲園 十勝川  
日高山脈 小川 小麦の茶色 じゃがいもの白花  
展望台 畑・パッチワーク 朝陽・夕陽 星空

【食】

【景観】

おもてなし

(目指す姿)  
・情報発信基地  
・観光の核施設  
・ランドマーク

**新嵐山**

(欲しいもの)  
・アクティビティセンター  
・ガイド  
・温泉、展望台サウナ  
・新嵐山⇄まちなか交通手段

感謝・お礼  
口コミ・再訪

【体験】  
スキー・スノーボード キャンプ・グランピング  
パークゴルフ バギー ファットバイク ドッグラン  
収穫体験 ゴルフ 乗馬 サイクルツーリズム  
ねんりん イベント(かちフェス・華音・氷灯夜等)  
明治工場(見学) 画家の美術館 芽室公園  
じゃがいもアート ゲストハウス モコロ  
ゲートボール

【人・その他】  
寒さ カブトムシ コロボックル伝説 NFTアート  
柏の木 レンガ倉庫 スカイアース 移住者  
まちなか再生

**まちなかの駅**

(欲しいもの)  
・推奨観光ルート  
・ホテル  
・サウナ  
・旅行会社

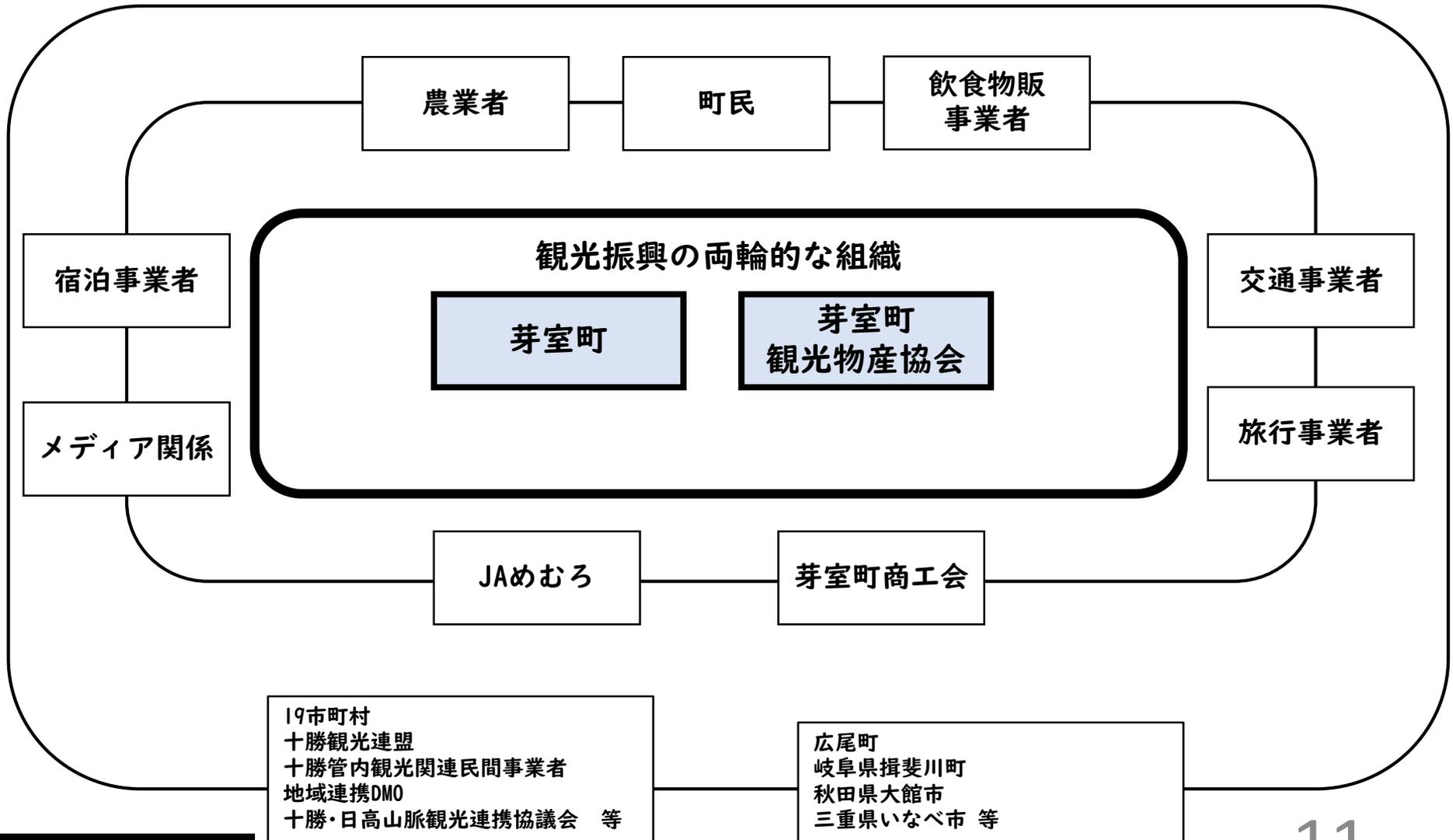
(欲しいもの)  
・エリア広域連携  
(広域・周遊観光)  
・受入環境整備  
・観光物産協会との連携

**国内・道内・インバウンド・町民  
町を訪れるお客様**  
帯広空港・高速道路(IC)・芽室駅(JR)

(効能) 食・景観・人による  
癒し・安らぎ・活力・愛情等

※過去の町民ワークショップ等からの意見を参考にまとめたものであり、「(欲しいもの)」については、今後具体的な検討を行い、実施するかは個別に検討していく。

# 地域が一体となり、広域連携による観光振興イメージ



※ 今後関係先と協議して合意形成を進めていく



## なぜ、今、観光ビジョンを策定するのか？

観光分野における羅針盤



「ムーンショット（目指すところ）」を

明確にして、みんなで共有することで

共通した信念を持って

観光を振興していきます

次の3つの理由から、観光ビジョンを策定します。

- 1 観光分野の目指す方向性を多くの人と共有するため
- 2 その目指す方向性がブレずに継続されていくため
- 3 令和3年度に描いたビジョンマップを実現するため

新型コロナウイルス感染症を機に、観光イベントや人の行き来が制限され、新たな観光のあり方やニーズが生まれた。多様なニーズへの対応、新たな観光振興への可能性を見出し推進していく。

この推進には、私たち（町民、民間事業者、各種関係組織等、行政）が、**芽室町の魅力を再認識**し、それらを**磨き上げ発信**し、一次産業から三次産業までを連動させ、観光客の**消費意欲向上**、**商品・サービスを創出**し続けます。

内側（町民・事業者）の**郷土愛醸成**と、外側（観光客等）の**交流・関係人口創出**、ひいては定住人口、**稼げる地域の実現**を目指します。

観光振興のあり方と、社会変化から生まれる多様な**課題解決と可能性の最大化**のため、地域が一丸となって観光を推進していく**羅針盤**として、観光ビジョンを策定します。

## なぜ、今、観光ビジョンを策定するのか？

絵に描いた餅にせず

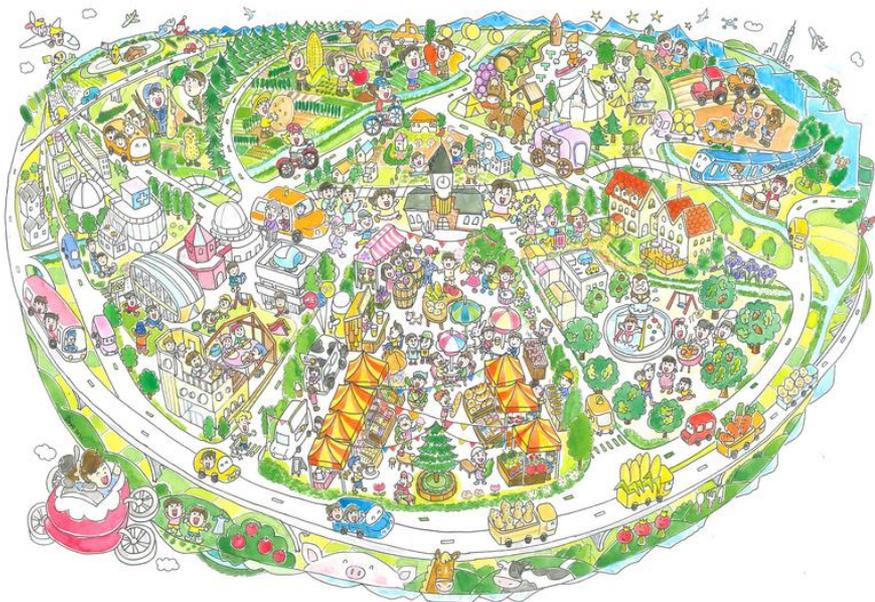
わたしたちは

このまちの

未来を語り続け

ひとつずつ

実現していきます



令和2～3年度、多くの町民・町職員で、芽室町の20年後の未来図（ビジョンマップ）を描きました。

そこには、芽室町の強みや可能性、今後こうなったらいいな～という夢や希望、明るい未来が描かれています。

これらを実現するために、令和3年度、めむろシティープロモーション計画が策定されました。

幅広い分野の夢が詰まったビジョンマップを「観光」の切り口から実現していくために、芽室町観光ビジョンを策定します。

ビジョンマップを絵に描いた餅にせず、様々な切り口から具現化しながら、引き続き、わたしたちは、このまちの未来を語り続けます。

# 大事にしている『視点』①

なぜ、行政は、税金を使って観光を進めるのか？

少し極端な表現で2つの観光のあり方を考えます。

**民間企業**が行う観光。

自らの資金等で観光商品の販売などを行い、それを観光客が購入し、企業は利益を得て、観光客は満足度を得て、Win-win の関係が成立します。

**行政**が行う観光。

その財源は**町民の税金**であり、行政は、観光で地域経済循環や税収増・雇用創出などの利益を得て、観光客は満足度を得ます。

財源を出している町民は、何をすることができるのか…

**行政が行う観光は**

**Win-win-winの関係性を成立させなければなりません。**

なぜ、行政は、税金を使って観光を進めるのか？を大事な視点として、観光のあり方を整理していきます

民間が行う観光



旅行会社の資金で観光商品を提供し、観光客が商品を購入

- ・旅行会社は利益を得る
- ・観光客は娯楽を得る

win-winの関係



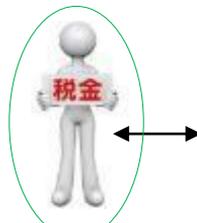
行政が行う観光



税金を財源に、観光を進め、観光客が来町する

- ・役場は交流人口増などの成果を得る
  - ・観光客は娯楽を得る
  - ・納税者(町民)は何を得る??
- win-win-winの関係になっているか?

この方は、何をすることができるのか？



## 大事にしている『視点』②

マーケットインの発想で  
プロダクトアウトしていく。

芽室町の観光は、住む人が生き生きと暮らし、楽しく活動していること自体が、大きな魅力になり、それらを発信することで観光客の来訪意欲を高めることと考えます。

芽室町の観光は、住んでいる人の郷土愛をベースに、地域資源を地域の人たちが磨き上げ、自信と誇りを持って、おもてなしします。

一方で、「自分たちが良いと思ったものを売る（プロダクトアウト）」という発想だけではなく、「**市場（観光客）が求めているものを創り出す（マーケットイン）**」の発想を大切にしながら、**私たちが自信と誇りの持てる魅力・商品を創り上げ**、芽室町観光振興を進めていきます。

「住む人も訪れる人も  
いい気分」になる観光

ここ芽室町は  
十勝平野の中央部に位置し、日高山脈を背に大自然の懷に  
抱かれ、町の魅力は  
「食、農業、自然・景観、そして人」です。

私たちは  
町民が芽室町ならではの風土や文化などを積極的に楽しみ  
その魅力的なライフスタイルを訪れる人々と共有し、町民  
と来訪者とのふれあいやつながりを深めることで、滞在性  
や再訪性の高い施策の創造と観光関連産業の持続的な成長  
をはかります。

「芽室町の未来は食と景観と観光にあり」

芽室町民18,000人で、芽室町の魅力を磨き、  
たくさんの来訪者に最大限のおもてなしをします。

私たちは  
私たち町民が楽しみ、幸せに暮らすことで来訪者に楽しん  
でもらい、来訪者が楽しむことでもっと私たちが楽しくな  
る…、そんな楽しさと幸せが循環するまちづくりを目指す  
ことで、多くの人たちとの出会いとご縁とチャレンジを連  
鎖させながら

『●●●●（芽室町はこんなまちです）』を  
磨き上げ・発信し

住む人も訪れる人も「いい気分」になる観光を進めます。

# 観光で、この4つに好影響を

## 1 おかね

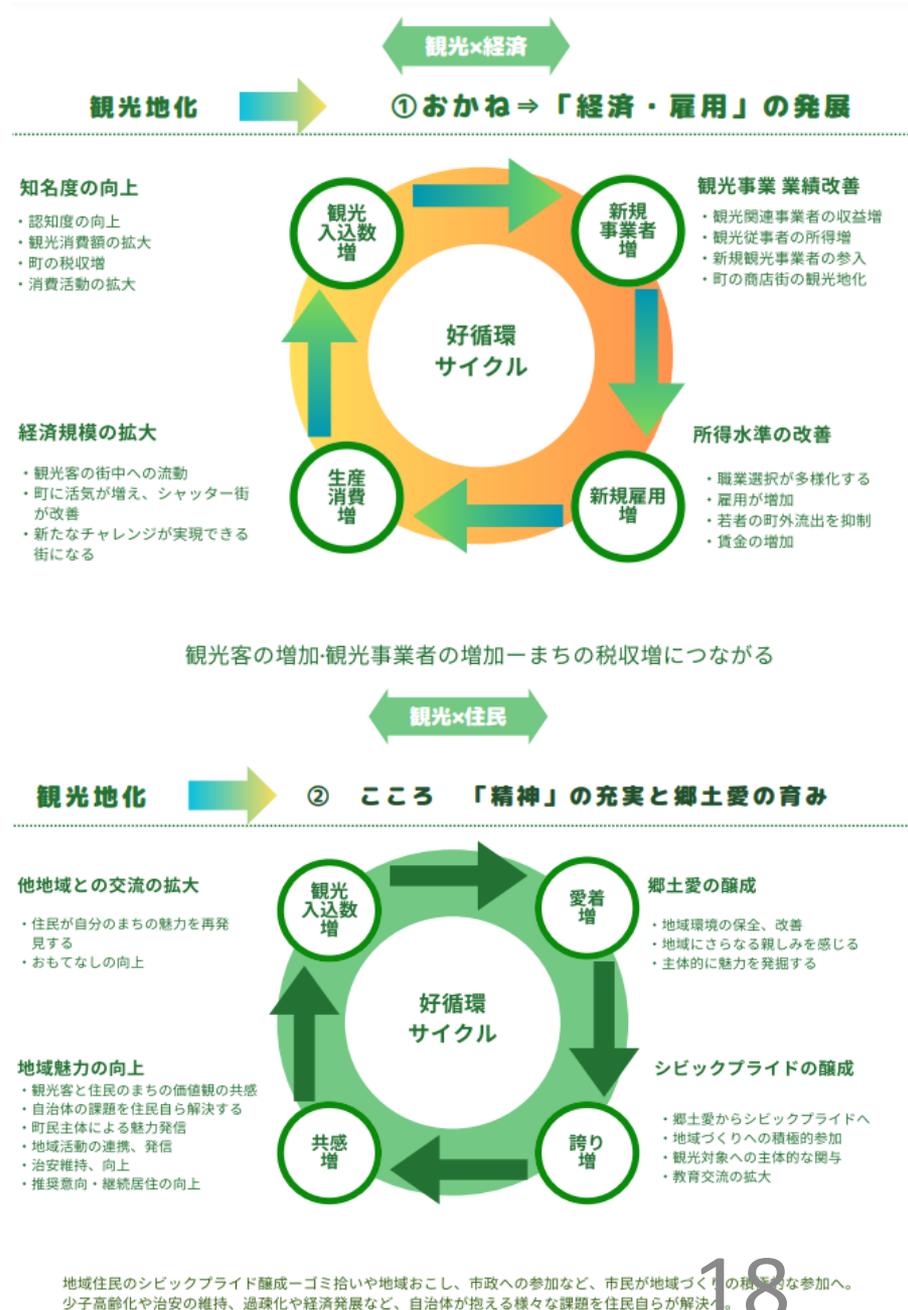
### 「経済・雇用」の発展

- ア 観光物産関連事業者の収入増  
 イ 上記に関連して所得増  
 ウ 町に雇用創出、地元職業選択肢増  
 エ 町に活気増、シャッター街が改善  
 オ チャレンジが実現できる町になる

## 2 こころ

### 「精神」の充実と郷土愛の育み

- ア 自分の町の魅力を再認識  
 イ 魅力を自ら発信、伝える  
 ウ 他者から芽室町を褒められる  
 エ 自分の住んでいる町が自慢に思える



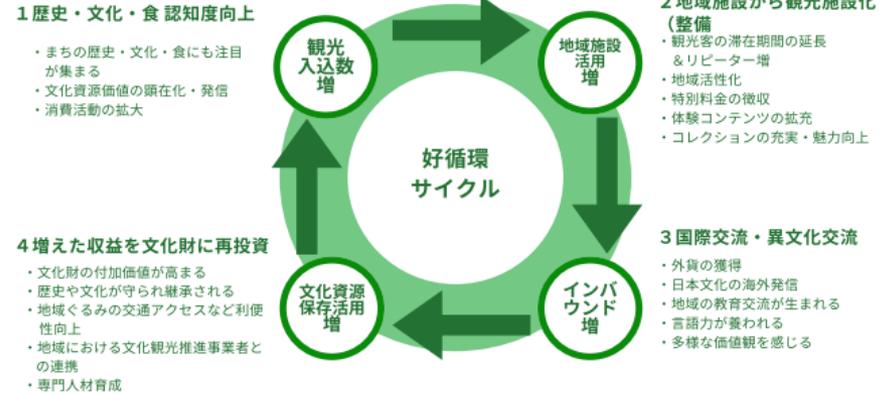
# 観光で、この4つに好影響を

## 3 ほこり

### 「歴史・文化・食」の継承と磨き上げ

- ア 歴史や文化が守られ継承されていく
- イ 町の魅力の再発掘、磨き上げ、発信
- ウ 文化交流や国際交流による教育効果
- エ 食の価値が再認識され誇りと自信に

観光×文化 → 観光地化 → ③ほこり 「歴史・文化・食」継承と磨き上げ



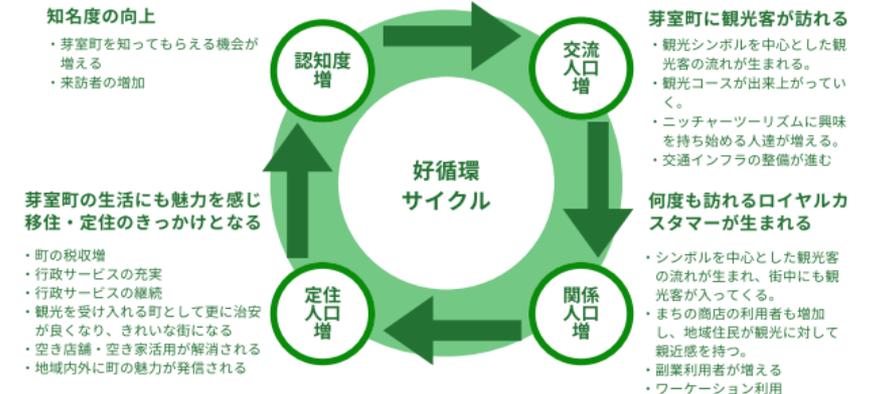
『とっておいた文化財』を『とっておきの文化財』へ

## 4 ひと

### 「人口」の増加 (関係・交流・定住人口)

- ア 関係・交流人口の創出、定住人口の増
- イ 税収増、行政サービスの充実・継続
- ウ 交通インフラが整い、生活向上
- エ 更に治安が良く、きれいな町に

観光×人口 → 観光地化 → ④ひと 「人口」の増加 (交流・関係・定住人口)



## 基本方針

### 1 観光シンボルの設定と まちなか観光への波及により 地域内経済循環を拡大しよう

本町には、たくさんの観光資源がある中で、**観光シンボルをひとつ設定し、そこを拠点に観光振興を進めます。**

また、**まちなか観光への波及**を進めることで、まちなか再生の政策との連動を実現します。

観光シンボルは、「**新嵐山スカイパーク展望台**」に設定します。

### 2 受入体制の整備とおもてなし 力の向上で、関係人口創出と リピーターを増やそう

観光相談窓口の拠点を明確にして、観光情報のほか、物産情報、まちなか（中心市街地）情報などのほか、アクティビティ等の観光コンテンツ受付機能を目指し、**周遊観光に繋げる**とともに、それらを**中心的に担う役割を明確化**していきます。

観光は、地域住民等のおもてなし力により満足度を向上させられると考え、“**住んでいる人が芽室町の魅力を語れるように**”していきます。観光を通じて、**他者（観光客）から芽室町を褒められること**で、住んでいる人の自信や誇り、シビックプライドに繋がるものと考えます。

**ターゲットを明確**するとともに、**観光データの収集・把握・分析**により、観光商品力及び受入体制の強化を図ります。

課題である二次交通については、手段・手法やサイクルツーリズムの活用などを検討を進めます。

### 3 魅力的な食・体験・イベントの提供で、芽室ファンを増やし域内消費を拡大しよう

観光と物産は、両輪のものと考え、芽室町に訪れた人の各シーンを想像しながら、観光と物産を連動させていきます。

- ・ 食事をするシーン
- ・ お土産を購入するシーン  
(芽室町民が他の地域に行く際に購入するシーンを含む)
- ・ 食関連の体験するシーン
- ・ 食について理解を深めるシーン
- ・ イベントで地域価値を実感するシーン

### 4 情報発信力の強化で、来訪意欲を高めよう

自治体においては、各分野で「情報発信力」が課題にあげられますが、芽室町の観光分野においても同様であり、更なる情報発信力の強化・工夫を進めていきます。

現段階で想定する情報発信媒体は、次のとおりです。

- 1 紙媒体 (各種パンフレット、雑誌等への広告掲載等)
- 2 デジタル媒体 (SNS、HP等)
- 3 パブリシティ (報道機関等を通じた情報発信)

### 5 芽室町の統一イメージ形成で芽室町の魅力を効果的に伝えよう

町の認知度向上や観光のきっかけを創出するためには、地域の強みを明確化し、地域の中心的な産業を地域が一体となって打ち出すことで、本町ならではの強みを醸成し、地域ブランドとして発信する取り組みが必要であり、地域のブランディングにより、芽室町の統一イメージを形成していきます。

## 6 観光広域ネットワークの構築で、相乗効果を発揮して、来訪者の満足度を高めよう

観光は、ひとつの自治体で完結せず、特に十勝の特性上、**十勝管内での連携**が、相乗効果を発揮します。十勝管内の観光業界とのネットワークを密に、**信頼できる仲間づくり**を進め、観光広域ネットワークを形成します。具体的連携先は、次のとおりであり、今後さらに連携先を広めます。

- 1 十勝観光連盟（十勝19市町村）
- 2 日高山脈国立公園化関連
  - ア 十勝・日高山脈観光連携協議会  
（帯広市・清水町・中札内村・大樹町・広尾町・芽室町）
  - イ 日高振興局管内各自治体（7自治体）
  - ウ 日高東部・十勝南部広域連携推進協議会
  - エ ●●●●●
- 3 十勝管内観光事業者（宿泊ホテル・アクティビティ等）
- 4 地域連携DMO\*（観光庁から認定）：（株）DESTINATION十勝
- 5 広尾町、岐阜県揖斐川町（友好都市提携）
- 5 秋田県大館市、三重県いなべ市（地方創生推進野遊び事業で連携）
- 6 その他、道内、道外との連携

\*地域連携DMO  
複数の地方公共団体に跨る区域を一体とした観光地域として、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織（国土交通省観光庁HP参照）

## 7 国・北海道の方針と連動させ理念を共有し、時代に即した観光振興を進めよう

国では、昭和38年に制定された旧「観光基本法」の全部を改正し、平成18年12月に「観光立国推進基本法」が成立（平成19年1月施行）、平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」の策定、令和5年3月に「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。

北海道では、「北海道総合計画」が示す政策の基本方針に沿って策定・推進する「特定分野別計画」として、北海道観光の振興に関する基本理念や道の施策の基本となる事項などを定めた「北海道観光のくにづくり条例」に基づき、「北海道観光のくにづくり行動計画」を定めています。なお、2023年現在、計画期間が2021年度～2025年度までの第5期にあたります。

シンボルとなる芽室町のメイン観光資源

『新嵐山スカイパーク展望台（そこからの景観）』



第2、第3の観光ポイントとして  
芽室公園、芽室駅前（まちなか）  
この3か所を繋ぎ合わせていきます。

## 1 見る：自然景観

### ■今あるもの

- 1 朝陽・夕陽・星空
- 2 SA（サービスエリア）からの眺め
- 3 小麦の茶色・麦稈ロール
- 4 ジャガイモの白い花
- 5 10線防風林
- 6 新嵐山スカイパーク展望台
- 7 畑のパッチワーク
- 8 花しょうぶ園
- 9 日高山脈
- 10 芽室坂
- 11 コロポックル伝説

### □今後ほしいもの

- 1 新嵐山スカイパーク展望台
  - ・道路整備
  - ・トイレ、カフェ等の整備
- 2 リフトの夏季運行

## 2 食べる：農業・食

### ■今あるもの

- 1 愛菜屋
- 2 あいす屋
- 3 コーンスープ
- 4 コーンアイス
- 5 ジンギスカン
- 6 スイートコーン（生産量日本一）
- 7 チーズ
- 8 十勝芽室コーン炒飯
- 9 にじます（松久園）
- 10 農畜産物（全般）
- 11 ハーブ卵
- 12 ポップコーン
- 13 マチルダ（カレー・コロッケ）
- 14 未来めむろうし
- 15 メムピーソフト
- 16 メムロピーナッツ（落花生）
- 17 めむろワイナリー

### □今後ほしいもの

- 1 お土産品
- 2 ワンハンド食
- 3 カフェ
- 4 食イベント
- 5 バーボン
- 6 クラフトビール

## 3 遊ぶ：体験

### ■今あるもの

- 1 イベント  
(氷灯夜、夏フェス、華音  
かちフェス、スロウ村など)
- 2 NFT
- 3 画家の美術館
- 4 キャンプ
- 5 グランピング
- 6 ゲストハウス
- 7 ゲートボール (発祥の地)
- 8 サイクルツーリズム
- 9 じゃがいもアート館
- 10 収穫体験
- 11 乗馬
- 12 スキー
- 13 スノーボード
- 14 どさんこ牧
- 15 ドッグラン
- 16 バギー
- 17 パークゴルフ
- 18 ファットバイク
- 19 ふるさと歴史館ねんりん
- 20 明治工場
- 21 芽室公園
- 22 レンタサイクル

### □今後ほしいもの

- 1 コワーキングスペース
- 2 コーンスタジアム (球場)
- 3 サウナ・温泉
- 4 シェアキッチン
- 5 宿泊施設
- 6 推奨観光ルート
- 7 道の駅
- 8 屋台
- 9 旅行会社
- 10 レンタカー

## 4 会う：人

### ■今あるもの

- 1 生産者、商工業者、移住者
- 2 町民

### □今後ほしいもの

- 1 エリア連携 (広域・周遊観光)

# なぜ、今、芽室町が観光に取り組むのか？

## 1 背景

第5期芽室町総合計画では、

【まちづくりの基本目標】1 農業を軸とした活力と賑わいのあるまちづくり

【政策】2 農業と連携した活力ある商工業と観光物産の振興

【施策】2 地域資源を活用した観光振興

を掲げ、農業や景観、食、人など本町の地域資源を活かした観光による魅力づくりを行うため、本町のブランド力の戦略的な活用を図りながら、観光誘客の促進を目指しています。

さらに

【まちづくりの基本目標】5 住民と行政がともに考え未来へつなぐ自治のまちづくり

【政策】3 活力を活かした、活気あふれるまちづくり

【施策】1 シティプロモーションの推進

を掲げ、効果的なシティプロモーションを推進するための一つ的手段として、魅力あふれる地域づくりを目指した地域ブランディングを計画的に推進していくこととしており、郷土愛の醸成と関係・交流人口の創出を目指しています。

また、

国では、平成18年12月に【観光立国推進基本法】が制定され、観光政策が日本の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野と位置付けられ、各地域が一丸となって個性あふれる観光地域を作り上げ、その魅力を自ら積極的に発信していくことで、広く観光客を呼び込み地域を潤し、ひいては住民にとって誇りと愛着の持てる活気にあふれた地域社会を築いていくこととされています。

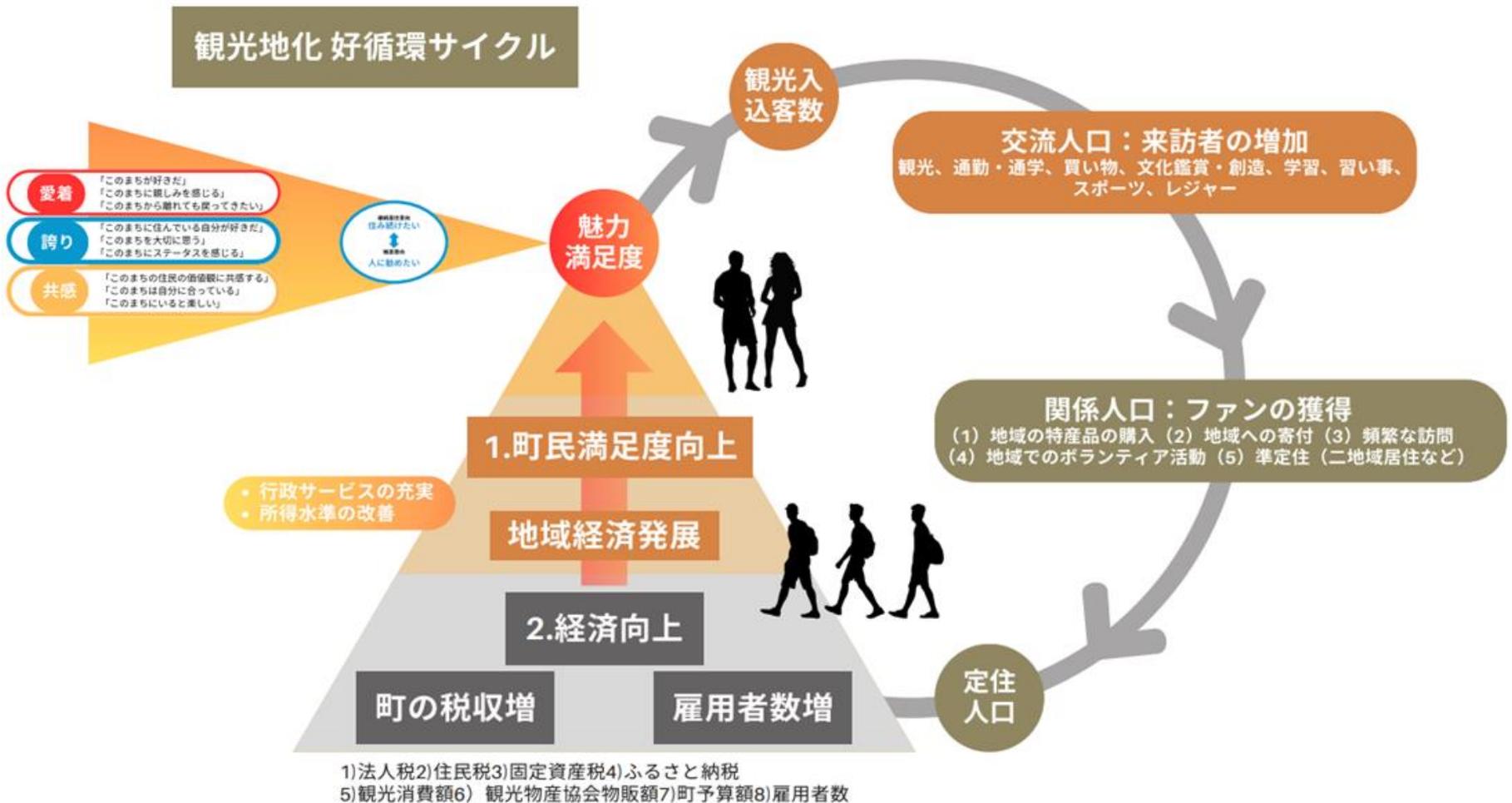
## 2 観光振興により「町民満足度」を向上させたい

観光振興の対象は、町外から来町される観光客が基本になりますが、本町が税金を投入して観光振興を進めるうえで、住んでいる方への還元を意識して進めていきます。

具体的な考え方は、次のとおりであり、「町民満足度」を向上させていきたいと考えています。

【町民満足度向上 ← 経済向上 ← 人口増】

# 観光による好循環イメージ図



## ターゲットの考え方

### 【メインターゲットの設定】

- 1 十勝管内からの観光客
- 2 北海道内からの観光客
- 3 北海道外からの観光客
- 4 国外からの観光客
- 5 芽室町民の関わり方

# インバウンド観光の重要性と課題

定住人口1人減少分の130万円を補うためには、以下のいずれかの観光消費



芽室町  
十勝・日高山脈観光連携協議会  
芽室町観光物産協会  
一般社団法人十勝プラス  
十勝観光連盟  
十勝管内観光関連民間事業者  
地域連携DMO

## 1 町民満足度向上

	R4	R3	R2	R1
1) 「あなたは、芽室町が好きですか」	95.8	← 94.3	← 92.6	← 93.0%
2) 「今後も芽室町に住み続けたいと思いますか」	94.1	← 94.6	← 92.9	← 94.4%
3) 「芽室町の行政サービスに満足していますか」	81.5	← 82.9	← 80.9	← 81.6%
4) 「芽室町の景観に満足しています」	88.8	← 87.9	← 88.3	← 86.6%
5) 「芽室町の自然環境（空気・水・土壌など）に満足していますか」	94.5	← 92.9	← 93.2	← 92.1%
6) 「推奨意欲（まちを誰かにオススメしたい気持ち）」	14	← 23	← 20	← 5
7) 「参加意欲（まちの行事に参加・企画したい気持ち）」	-35	← -12	← -10	← -6
8) 「感謝意欲（まちを支える人・地域活動を頑張る人に感謝したい気持ち）」	125	← 120	← 64	← 57
9) 6)~8)の合計	104	← 131	← 74	← 56

## 2 経済向上

	R4	R3	R2	R1
1) 「法人税」		←	←	←
2) 「住民税」		←	←	←
3) 「固定資産税」		←	←	←
4) 「ふるさと納税」	270,453	← 104,215	← 96,758	← 76,545千円
5) 「観光消費額」				(算出方法検討)
6) 「観光物産協会物産販売額」	22,883	← 20,489	← 23,574	← 23,628千円
7) 「町予算額」				
8) 「雇用者数」	R2	H27	H22	H17
	6,394	← 6,299	← 6,300	← 6,361
				H12
				← 5,988人

## 3 人口増

	R4	R3	R2	R1
1) 「観光入込客数」（交流人口）	180,027	← 160,802	← 150,924	← 171,553人
2) 「関係人口」（関係人口）				(算出方法検討)
3) 「人口」（定住人口）	18,029	← 18,181	← 18,326	← 18,468人

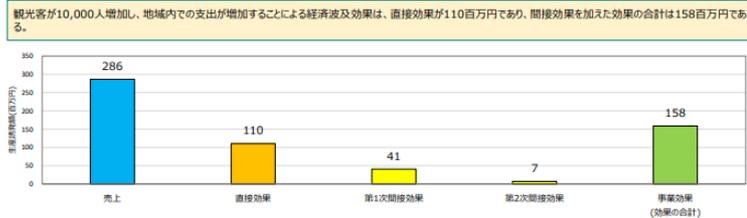
# 意識する数値 = 「KPI」

## 施策の内容と経済波及効果の算出結果

### (1) 施策の内容

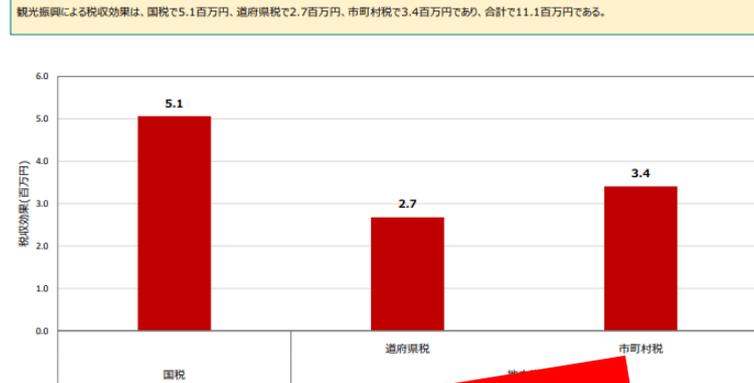


### (2) 経済波及効果の算出結果<sup>注2</sup>



## 税収効果の算出結果

### (3) 税収効果の算出結果

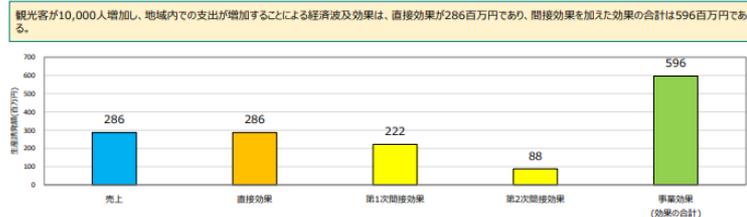


## 施策の内容と経済波及効果の算出

### (1) 施策の内容

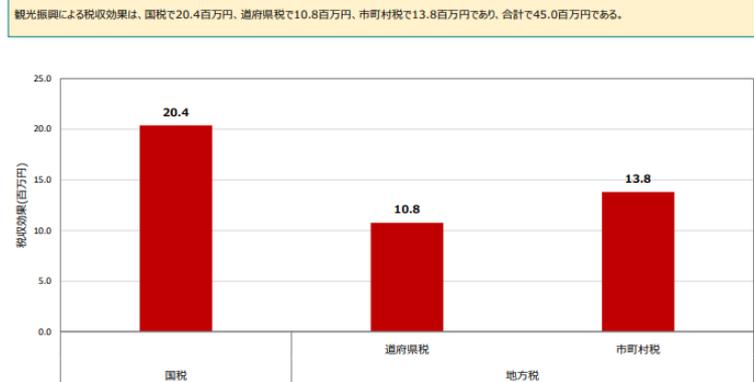


### (2) 経済波及効果の算出結果<sup>注2</sup>



## 税収効果の算出結果

### (3) 税収効果の算出結果



この辺の分析を整理して指標の一つにする

1-1. 新嵐山スカイパークが閉業中であるが、再生することで、観光の拠点として磨き上げられていく

1-1-1 新嵐山スカイパークの再生(新たな機能等の検討と担い手の確保)

1-1-2 展望台整備・検討(道路・トイレの整備、滞在時間増の手段等)

**【1-1 新嵐山スカイパークが閉業中であるが、再生することで、観光の拠点として磨き上げていく】**

本町最大の観光地である新嵐山スカイパークが、令和6年3月現在、閉業中であります。閉業中に、施設の老朽化が進み、エリア内の環境悪化など景観的なマイナス面になり、再生へ更にハードルが上がります。より求められる機能整備や展望台の磨き上げで、芽室町の観光の拠点になる可能性を秘めています。

**【1-1-1 新嵐山スカイパークの再生  
(新たな機能等の検討と担い手の確保)】**

計画的かつ迅速な再生を進め、町民、そして利用者から愛される、観光拠点として再生を進めていきます。

**【1-1-2 新嵐山スカイパーク展望台整備・検討】**

観光シンボルとして、展望台の上り下り道路やトイレの整備検討、滞在時間増の手段を検討していきます。

2-1. 住んでいる人が、より魅力を語れるようになり、かつ観光案内できる人材の育成等により、おもてなし力が向上する

2-1-1 住んでいる人への魅力発信と観光ガイドの確保・育成

2-2. 観光物産協会が組織改革と事業者との連携により、観光振興を推進する核となる

2-2-1 組織の更なる強化と関連事業者との連携した観光振興推進

2-3. ターゲットを明確にして、戦略や受入体制整備を行う必要がある

2-3-1 ターゲットを明確に設定して、それに合わせた受入体制整備

2-4. 観光関連のデータ収集・把握・分析がなされていないく、データに基づく観光戦略が必要である

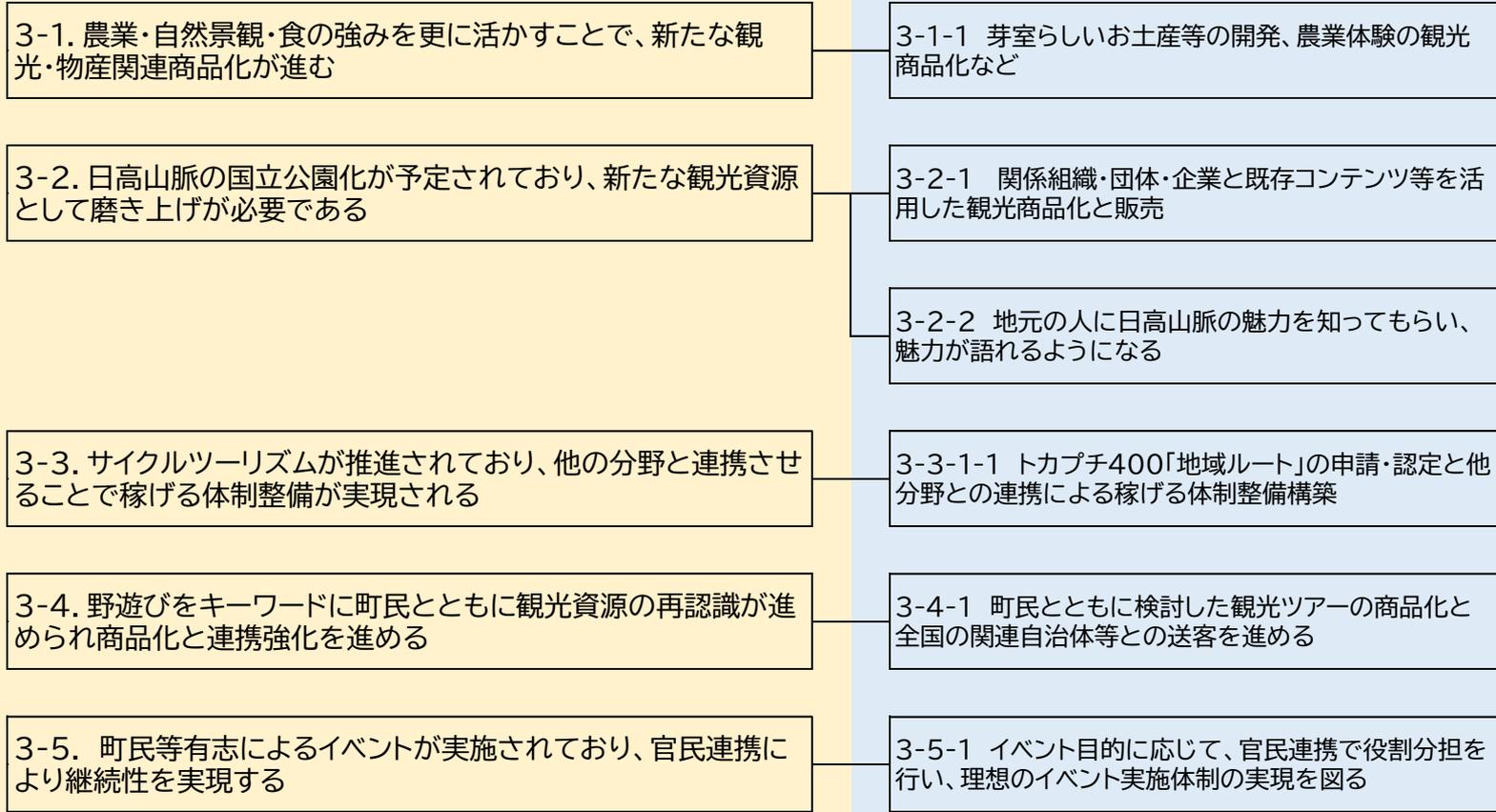
2-4-1 観光関連データの収集・把握・分析

2-5. 交通アクセスの強みに加え、二次交通や交通情報を強化で、より快適な観光環境が整う

2-5 二次交通の強化のためサイクルツーリズムの活用や他の交通手段の検討と交通サインや情報収集の利便性強化

各項目をもう少し具体的に文章を書きこむ

各項目をもう少し具体的に文章を書きこむ



4-1. 情報発信力が弱いため、各種媒体の特性を活かした魅力的な情報発信をすることで認知度・利便性を向上させる

4-1-1 観光パンフレット・ホームページ・SNS活用の魅力アップ及び機能強化

4-1-2 より各種メディアを効果的に活用した情報発信

4-1-3 観光案内機能の強化(サイン、まちの駅など)  
(インバウンド対応を含む)

5-1. 地域ブランディングが進行中であり、他地域との差別化を図り、町の特徴と魅力を発信していく

5-1-1 地域ブランディングを進め、町の魅力発信の強化とサプライチェーンの実現

6-1. 十勝全体の魅力は世界レベルであり、それぞれの自治体の特性を活かして連携することで相乗効果が発揮される

6-1-1 十勝管内の観光関連組織・事業者等と積極的な連携を進めていく

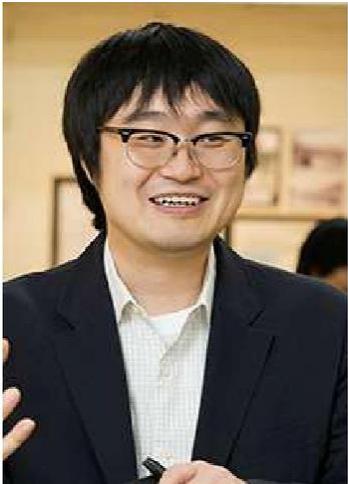
6-2. 道外を含め連携している自治体があり、具体的な送客に結び付けることで相乗効果が発揮される

6-2-1 連携自治体等との連携を深め、送客や物産交流などを進めていく

7-1. 国・北海道は、観光を大切な柱の一つとしており、それらの理念を共有し、連動させていくことが必要である

7-1-1 国・北海道と観光面での連携を深める

芽室町の歴史背景・町の成り立ちなどが観光にも関係  
してくるので…百年記念館の方にインタビュー予定



帯広百年記念館学芸員 大和田努氏

参考



# 観光を考える魅力発信係座談会経過

(テーマ)

【なぜ行政は  
税金を使って観光を進めるのか】

第1回 6月30日

「どこから何を議論しよう？」

第2回 7月4日

「現状と理想を語る。」

第3回 7月12日

「観光進めたら誰がどうなる？」

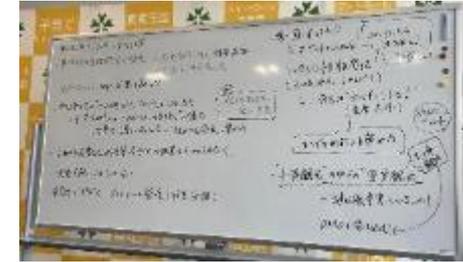
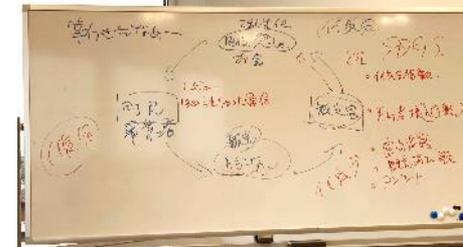
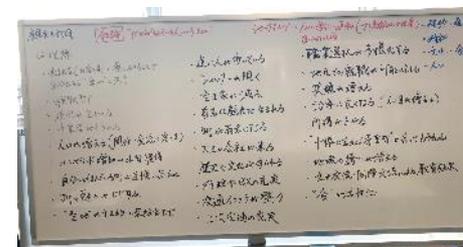
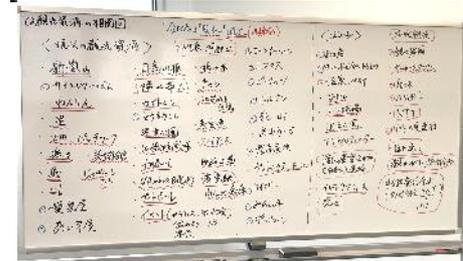
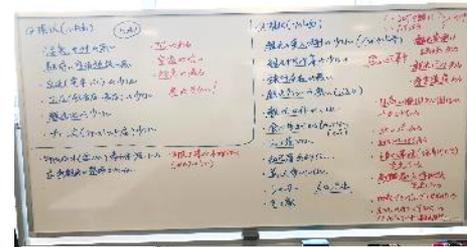
「観光資源の再確認」

第4回 7月24日

「理念と相関図を一度つくってみる」

第5回 7月26日

「課内で共有、ブラッシュアップ」



# 現状を確認

## Q. 現状(ハード面)

(12/21)

- 温泉、サウナが無い
- 馬場前に宿泊施設が無い
- 交通(電車、バス)が少ない
- お店(飲食店、商店)が少ない
- 観光地が少ない
- チェーン店(ファストフード店)が少ない

- ICがある
- 空港が近い
- 特急が通る
- 星が多い!

- 町内イベント(盆踊り)参加者減っている
- 地域観光の整備ができていない

・田民主導イベント増えている  
(お祭りなど)

## Q. 現状(ソフト面)

- 観光の受入体制が少ない(イベント等)
- 観光PR予算が少ない
- 旅行会社が無い
- 観光タクシーが無い(バスも)
- 観光ガイドが少ない
- 食べ歩きできるものが少ない(2017)
- お土産が少ない
- 知名度あまり低い...
- 道が歩いている
- シニア - 人口流出
- 空き家

(12/25類に) 世の中  
AT: 却

- 観光資源は  
ふあふあある
- 観光PRがある
- 茅草遺産あり

- 月高山脈国立公園化が  
予定されている
- 畑いぼいぼある
- サウナ・リトリがある
- 子育て環境(保育所など)  
充実している
- 高齢者の入所施設  
充実している
- 地域ボランティアが可成りいる
- まなほの海生が可成りいる
- 1P/1000円程度の観光地あり

# 理想を確認

## 観光MTG

### 結論

“だから住んでいい人がくる”

シェアリングエコノミー → 人口の増加に貢献 (少子高齢化の改善)。  
南止のこぼり。経済・雇用

### 理想

- ・ 来訪者(お客様)を喜ばせることで  
自分たちも“楽しい”と思う。
- ・ 税収UP
- ・ 雇用が生まれる。
- ・ 事業者がもうかる
- ・ 人口が増える (関係 → 交流 → 定住)
- ・ インバウンド増加 → 外貨獲得
- ・ 自分の住んでいる町が自慢に思える。
- ・ 町の魅力がUPする。
- ・ “聖地”が生まれる → 来訪者UP

- ・ 道に人が歩いている
- ・ ショップが開く
- ・ 空き家が減る
- ・ 有名な観光地が生まれる
- ・ 町が有名になる
- ・ 大企業や会社に来る
- ・ 歴史や文化が守られる
- ・ 行政サービスの充実
- ・ 交通インフラを整う
- ・ 二次交通の充実

- ・ 職業選択が多様化可能。
  - 精神
  - 文化・食
- ・ 地元での就職が可能になる。
  - 人口
- ・ 笑顔が増える。
- ・ 治安が良くなる。(人の目が増える)
- ・ 所得が上がる。
- ・ “十勝と言えば茅室町”と言ってもらえる。
- ・ 地域の誇りが増える
- ・ 文化交流・国際交流による教育効果
- ・ “食”の活性化

# 理想を図化 (誰がどうなる?)

幸せになる

強化学  
知る. 感じる.  
お金

1ヶ月分

KPI SDESS.  
。 1ヶ月分指数.

LEO  
知られ知れ通信.

町民  
事業者

知文字

。 事業者増(回数)

1ヶ月分

知る  
知る

1ヶ月分

。 宿泊者数  
。 観光消費額  
。 PINKET.

# 観光資源の再確認

## 観光資源の相関図

「食べる」「見る」「遊ぶ」(体験型)

### < 現状の観光資源 >

「町長、町部員」

- ・ 新嵐山
- サイクリング
- ・ ねんりん
- ・ 星
- ・ 火田、パチンコ
- ・ 寒さ、美術館
- ・ 馬、しゃべりも  
T-T
- ・ 川
- 愛菜屋
- あい可屋

- ・ 日高山脈
- ・ 隣の町
- ・ カブトムシ
- ほろろ
- ・ 茅草公園
- ・ 10種防風林
- ・ 川
- ・ SAの眺め
- ・ サトボール
- ・ イベント (お祭り、氷女校)  
盆お祭り、草音
- ・ 柏の木
- ・ チャシ
- ・ 20周年  
伝説
- ・ 茅草坂
- ・ スパース
- ・ 明治工場
- ・ 茅草駅
- ・ 山が倉庫

- インターネット
- ニュース
- ビデオ
- ホルジン
- 糸山
- ・ おおき
- 農畜産物
- ・ お祭り、エゴ
- 7月
- みらい
- 7月

### < ほいほ >

- お土産
- 7月お祭り
- 温泉、ササ
- ・ ホテル
- ・ 20周年
- ・ 国立公園
- ・ アグリビリティ
- ・ 嵐山展望台、道路
- ・ 7月
- ・ 交通

### 「ほいほ」観光

- 観光農園
- ・ ササ
- 気球
- 10月
- ・ NFT
- 10月の夏運行
- ・ 「ほいほ」
- ・ 観光カード、旅行会社
- ・ 情報発信手段  
(SNS全般、7月)
- 107

# 理念と相関図へ

- 観光物産協会の立ち位置
- 具体的目標数値の設定 ... 成果指標(KPI) 列举必要  
(例) お金、住民満足度

副市長への説明に必要なものは?

- 結論としては「やる所からやっていく」にひらき  
↳ 重要なのは「人」... 「おてはしの気持ち」の醸成  
↳ 自尊心、誇りを何の事にも「魅力の再発見」に繋げる。

(例) 観光庁アヒルサ-  
福山事業

- これから必要とされる施策、今やれている施策をシートに入していく。
- 交通手段によるルート分け
- 観光を「やる人」=プレイヤーの整理(役割分担)

道・国・インバウンド  
↳ 7.ゲートに入る

「ここ行ったら  
お土産を  
食べよ！」  
「お土産」

シンプルは情報発信  
(お土産を... じゃなくて)

↳ 祭日は「ゴールデンウィーク！」  
(夏季・冬季)

どうもかし  
サント

コ-ジの地行にも繋がる

「十勝観光」の中での「茅室観光」

十勝  
観光

↳ 日高山脈事業、いさごがけ

DMOを巻き込む