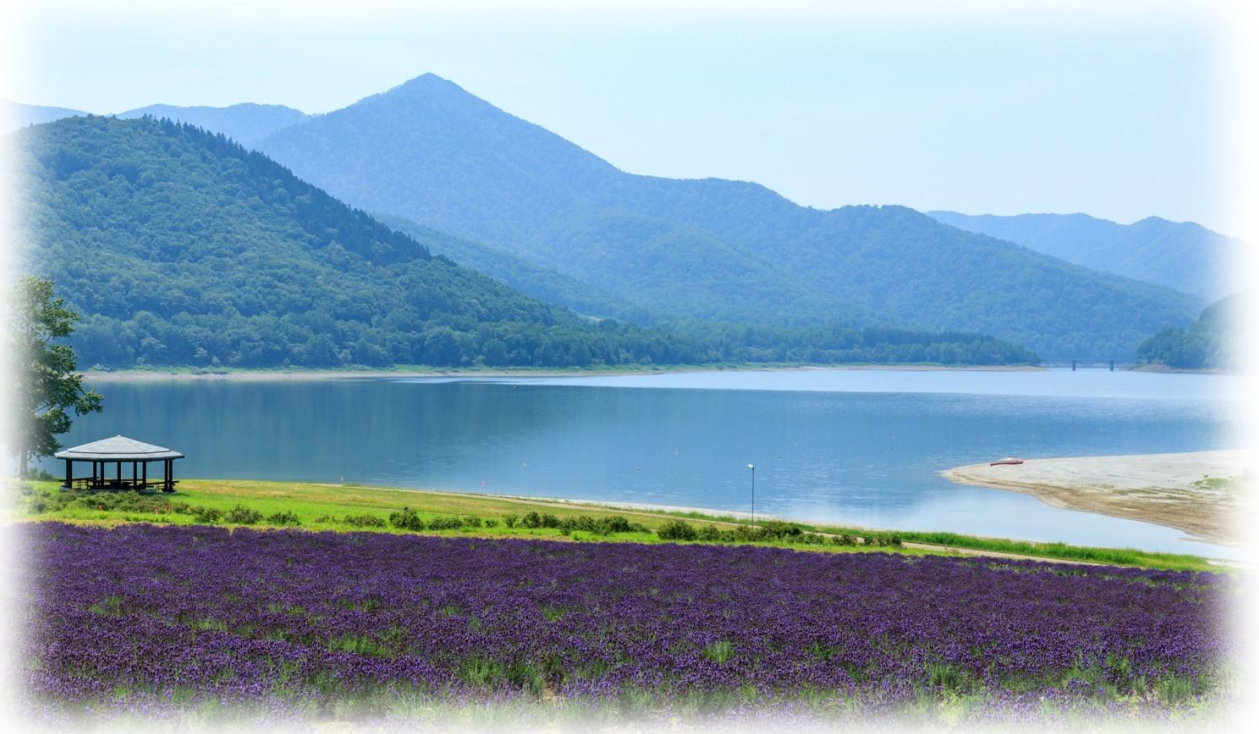


南富良野町観光振興ビジョン

(策定年度：2022年度)

計画期間：2023年4月1日～2026年3月31日



[北海道南富良野町]

1. 観光ビジョンの目的と位置付け

南富良野町は北海道のほぼ中央に位置し、北に富良野市、南に占冠村、東に新得町、西に夕張市と隣接しており富良野・美瑛観光圏に属する町です。

本観光圏エリア内の観光を取り巻く状況は、コロナ以前の2019年に観光入込数が8,002.5千人でしたが、本町における観光入込数は408.9千人に留まっており、観光圏内でリードする富良野市の1,889.6千人や美瑛町の2,419.2千人と比べて、とても大きな差があります。

一方本町において2022年に宿泊特化型ホテルが開業したことは、本町における観光を通過型から滞在型の観光に移行する転機となります。

この状況を鑑みたとき、南富良野町や南富良野まちづくり観光協会、南富良野町商工会は国や北海道などの行政機関、民間事業者などあらゆる産業や関係者と連携・協働して本町の観光振興に努める施策を総合的かつ計画的に推進する必要があると考え、その基本となるビジョンを策定することといたしました。

本ビジョンにより、本町の魅力を一層向上させ、経済と産業の発展の実現を目指します。

2. 観光ビジョンにおける目標値の設定

観光ビジョンの取組みに対する目標を明確にするため客観的に評価できる目標値を下記のとおりとします。

・年間観光入込数 408.9千人(2020年) → **548千人(2026年)**

※富良野、トマム、サホロのリゾートエリアに訪れている4,230千人(R1実績)から約3% (140千人)の誘客を目標とします。

・年間観光宿泊者数 26千人(2020年) → **58千人(2026年)**

※26千人(R1実績)×9%(上記割合を用いた年上昇率3%×3年) = 28千人

フェアフィールド・バイ・マリオットホテルが掲げる年間目標集客数=30千人

合計 58千人

3. 観光ビジョンの取組期間

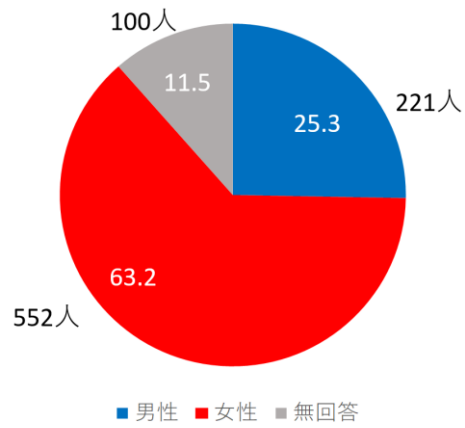
観光客の多様なニーズやインバウンド市場が急速に変化していることを鑑みて3年間に設定します。

4. 南富良野町の認知度と観光に求められるニーズ

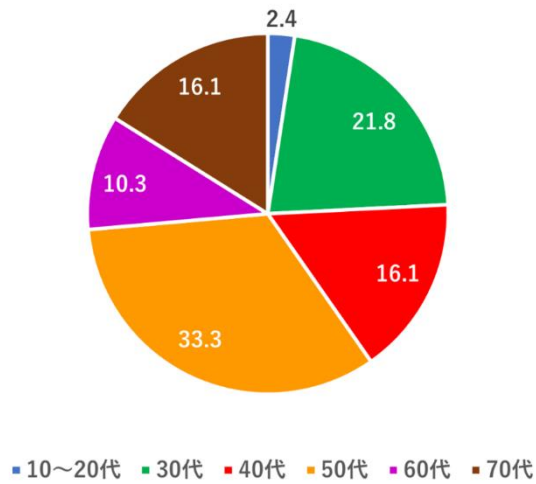
本町における認知度や観光の際に求められるニーズ等を把握すべく、2022年10月24日から30日まで、横浜市（横浜駅）においてアンケート調査を実施しました。調査結果は下記のとおりです。

南富良野町認知度等調査結果【調査人数 8 7 3 名】

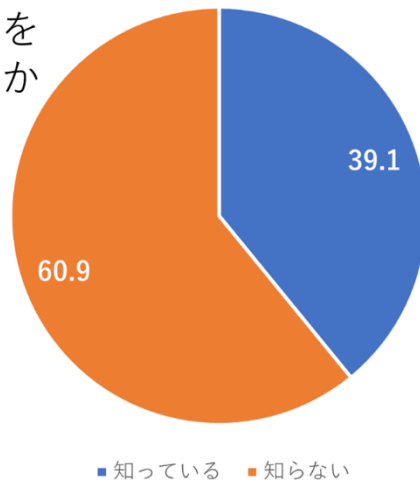
性別



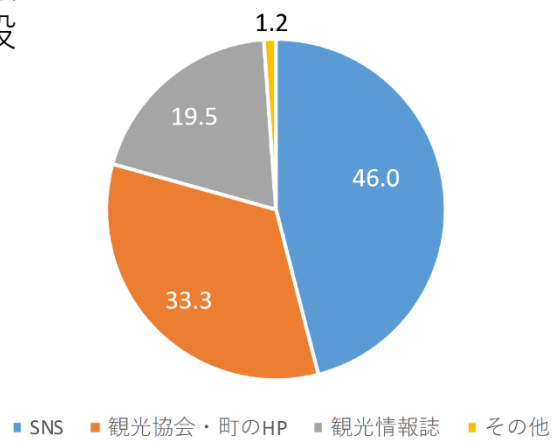
年齢別



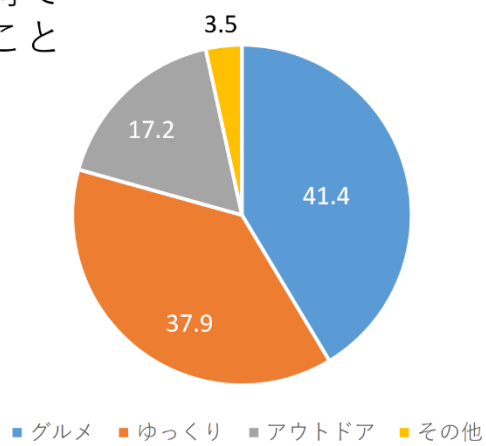
南富良野町を知っているか



観光情報の入手手段



南富良野町で行いたいこと



調査結果としては、男性が 221 名、女性が 552 名、無回答が 100 名の合計 873 名の方から回答を得ました。

年齢別では、50 代が 33.3%、30 代が 21.8%、40 代が 16.1%と続いています。

本町を知っているかの質問には、60.9%の方が「知らない」と回答されており、認知度の低さが見受けられます。

観光情報の入手手段としては、「SNS の利用」が 46.0%を占め、次いで「観光協会や本町のホームページの利用」が 33.3%、「観光情報誌の利用」が 19.5%と続いています。

「本町にお越しの際に行いたいこと」の質問では、「グルメ（飲食）」が 41.4%を占め、次いで「ゆっくりくつろぐこと」が 37.9%、「アウトドアの体験」が 17.2%となっています。

5. 南富良野町の観光を取り巻く課題と対策

(1) 情報発信と知名度の向上

本町は、かなやま湖などの豊富な自然環境をはじめ、広大な自然を活用したアウトドア事業、宿泊施設や飲食店等の様々な観光産業を有していますが、前述のとおり観光入込数や知名度が低く、観光産業が盛んではありません。

一方、観光産業は近年、交流人口や関係人口を増加させるためのコンテンツとして期待され、本町においても地域振興策を図るための重要な位置づけにあります。また、上記調査結果のとおり、観光情報の入手手段として「SNS の利用」や「観光協会、町のホームページの利用」が上位を占めていることから、引き続きニーズに対応した情報発信を行うことが必要です。また、町民自ら町の観光の認識（再認識）（以下、「認識等」）という。）をいただき、その情報を発信することは大きな力となり、関係人口の増加などの効果が期待されます。

これらのことから、観光協会を中心とした情報発信の強化と町民の方々に本町の観光（食べる・遊ぶ・泊まる）の認識等をいただくため、下記の対策を行います。

対策≫

① SNS 等を活用した情報発信

SNS やテレビ、新聞、観光情報誌を活用し、アウトドア、飲食、宿泊施設やトレンド情報の発信とフォロワー数を増やす取り組みを行います。

具体的な取り組み〉HP やツイッター・インスタグラム等の SNS や上記メディアを活用した情報発信を行うとともに、SNS におけるフォロワー数の増加及び拡散力の強化に繋げるため「バタジャが」や「ポテトチップス」等の地元特産品を活用したキャンペーンを行います。

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会
(株)南富良野町振興公社・南富良野町

② マーケティングデータの収集と分析及び地元学生と連携した取り組み

情報発信においては、商圏の把握やリアルタイムなニーズを取り入れることが重要であることから、マーケティングデータの収集と分析を継続的に行います。また、次代を担う学生に対し、映えスポットや今後の観光振興対策として普段感じていること等を把握するため、アンケート調査を行います。

具体的な取り組み〉道の駅やキャンプ場、スキー場等の観光施設及び宿泊施設に訪れた観光客や、地元学生に対して対面または電子媒体を活用したアンケートを実施します。

担当〉南富良野まちづくり観光協会

③ 町民観光体験ツアーの開催

町の魅力を把握し情報発信するうえで実際に体験することは最も重要であることから、町民向けの町内観光体験ツアーを開催します。

具体的な取り組み〉一般町民を対象に町内の景観やアクティビティ、飲食店、宿泊施設などを認識等いただくツアーを年2回(夏、冬)開催します。

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会
(株)南富良野町振興公社・南富良野町

(2) 通過型観光から滞在型観光へ

本町は、空知・上川などと十勝・日高方面を結ぶ道内における主要な幹線を繋げていますが、これまで宿泊収容数が少なかったことから長年、通過型の観光が主流となっていました。しかし、既存施設であるかなやま湖周辺の宿泊施設や道の駅近隣に宿泊特化型施設が新設され、これまで以上に宿泊客を受け入れることが可能となりました。今後、これらの宿泊客を含めた観光客に対し、道の駅をはじめ複合型商業施設及び映画「鉄道員(ぽっぽや)」ロケセット並びにかなやま湖等の観光資源や町内飲食店の充実化とPRを行い、町の滞在時間を増やして地域振興を図るため、下記の対策を行います。

対策≫

① 地元食材を使った新たなご当地メニューの開発

先述の調査結果のとおり、来町の際にはグルメを求めるニーズが最も多く、観光においても「食」は最も重要なコンテンツとなります。このことから、地元食材などを活用しご当地メニューの創出を目指します。

具体的な取り組み〉地元食材を活用したご当地グルメ創作のため料理教室を開催(年6回)します。

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会
(株)南富良野町振興公社・南富良野町

② アウトドア事業の推進

2023年にアドベンチャー・トラベル・ワールド・サミットが北海道で開催されることから、世界的にもアウトドア事業が注目されています。そのような中、本町においては優秀なアウトドアガイドが多数在籍し、豊かな自然を有していることから、修学旅行をはじめとした多くの観光客が本町を訪れております。引き続き観光協会のホームページでラフティングやカヌー、キャニオニング等の既存アクティビティの情報を発信するほか、更なる安心・安全な質の高いサービスを提供するため、研修などを通じ事業者のスキルアップを図ります。

また、観光協会が所有する自転車を活用したサイクルイベントの開催や、飲食店、宿泊事業者、アウトドア事業者と連携した新たな旅行商品の開発、JR 廃線後には循環バスを用いた町内日帰りツアーを企画・立案します。

具体的な取り組み〉・ワンストップ窓口である観光協会の特設ホームページで事業所及びシーズン毎のアクティビティの情報を発信します。

・研修会（年1回）の開催の他、北海道アウトドアガイド資格等新たな資格取得に係る費用の一部を負担する町独自の補助事業を創設します。

・サイクリストをはじめとした観光客の集客を図るため、町内のジャパンエコトラック（モンベル認定のサイクリングコース）を活用したサイクルイベントを開催します。

・地元事業者を調整し、オプションツアー及びツアーにおける集客を目的とした観光客の費用負担を軽減する町独自の補助事業を創設します。

・JR 廃線後、春季は自然観察、冬季はカーリングやワカサギ釣りなど季節に応じたアクティビティが体験できる、トマム駅を起点とする循環バスを用いた町内日帰りツアーを実施します。

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会

（株）南富良野町振興公社・南富良野町

③ 既存施設等を活用した観光振興

本町ではこれまで7月に「かなやま湖湖水まつり」が開催され、多くの観光客が訪れておりますが、夏季以外の季節においては集客に結びつくイベントやツアーの開催には至っていないことから、一年を通して観光客が来町されるよう、下記のとおり既存施設を活用したイベント等を開催します。また、かなやま湖におけるジェットスキー利用者等のごみの不法投棄や危険運転といった湖面の利用について規程がないことから、ルールを創設し観光資源の保全に努めます。

具体的な取り組み〉

A かなやま湖と周辺施設

- ・かなやま湖湖水まつりの開催
- ・町民への還元と観光客の集客を図るための打ち上げ花火の実施
(5月、6月、9月、10月 月1回 計4回)
- ・民間事業者と連携したかなやま湖周辺利用者に対する宿泊施設やフィッシング、子ども用スノーモービル体験等の新たなコンテンツの創設
- ・かなやま湖の利用事業者とのルール作りに伴う新たな協議会の設立
- ・かなやま湖等、河川敷地における営利活動の可能を目的とした、河川管理者からの都市、地域再生等利用区域(特区)の認定

【特区認定後】

- ・ラベンダー園内にブランコ等を設置する事による集客を目的とした新たな映えスポットの整備
- ・ワカサギ釣りにおける新規駐車場確保に係る駐車料金の徴収及び財源確保に伴うワカサギ釣り場周辺の環境整備
- ・冬季利活用による集客を図るため冬キャンプの実施とトイレの整備
- ・スノーモービル、ワカサギ釣り、氷上自転車等の冬のアクティビティが体験できる「(仮称)かなやま湖アイスパーク」の整備と地元事業者と連携したオプションツアーの販売

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会
(株)南富良野町振興公社・南富良野町

B ロケセット・幾寅駅

- ・本町の観光名所であるロケセット(幾寅駅、だるま食堂、ひらた理容店)の保全及び新規キハ設置に伴う、クラウドファンディングの実施

【JRが廃線になった場合】

- ・駅舎を活用し故高倉健氏が好んでいた、コーヒーといももち等を提供するカフェの開設

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町

C 道の駅

- ・道の駅感謝祭の実施
- ・冬季の集客を目的としたアイスクャンドル(12月24日~25日)及びイルミネーション(12月中)の実施
- ・町民への還元と観光客の集客を図るための打ち上げ花火の実施
(4月、11月、12月 月1回 計3回)

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会

(株) 南富良野町振興公社・南富良野町

D スキー場

- ・町民への還元と観光客の集客を図るための打ち上げ花火の実施
(1月、2月、3月 月1回 計3回)

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会

(株) 南富良野町振興公社・南富良野町

E 金山小果樹農園

- ・町内のイベントにおける果実の販売
- ・果実を活用した調理教室の開催とメニュー開発
- ・町外からの誘客、ツアーの検討

F 水辺の楽校

- ・サクラ開花時におけるお茶会やライトアップ等の検討、開催

G その他

- ・観光スポットの認知度向上を図るため南富良野町写真コンテストの開催

担当〉南富良野まちづくり観光協会・(株) 南富良野町振興公社・南富良野町

④ 地元学生と連携した取組みと町内ツアーの企画・販売

宿泊施設や南富良野高等学校の学生と旅行会社、観光協会が連携して新たな飲食、宿泊、アクティビティがセットとなったツアーの商品化を目指します。

具体的な取組み〉地元学生の意見を取り入れたツアーを企画し、旅行会社と連携して商品の販売につなげます。

担当〉南富良野まちづくり観光協会・南富良野町商工会

(株) 南富良野町振興公社・南富良野町