

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

新時代に飛躍する新・大雪圏域観光振興プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

北海道旭川市、鷹栖町、東神楽町、比布町、愛別町、上川町、東川町

3 地域再生計画の区域

北海道旭川市、鷹栖町、東神楽町、比布町、愛別町、上川町、東川町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

2017年に大雪カムイミンタラDMOを設立し、これまで進めてきた広域観光の取組は、本圏域の観光産業の指標に一定程度の伸びをもたらし観光産業に寄与してきた。宿泊延数は、2018年度には1,836千泊（2016年度比：109%）と過去最高を記録している。一方で、新型コロナウイルス感染症の影響が出ていなかったと考えられる2019年4月～2020年1月までの宿泊延べ数を前年同月と比較すると、北海道全体は102.2%となっているが、本圏域では92.7%となっており、北海道全体の観光客を本圏域に十分に呼び込めていない。旅行消費額についても、スノーリゾートの競合である長野県と観光入込客数に対しての消費額で比較すると、73.8%となっており稼ぎ切れていない現状が読み取れる。

このことに加え新型コロナウイルス感染症の影響は本圏域の観光に大きな影響を及ぼしており、新型コロナウイルス感染症の影響が色濃く表れた2020年3月の旭川市における観光入込客数は前年同月の35万1,600人に対し、5万2,700人と対前年比▲85.0%、同様に観光宿泊延べ数は、対前年同月比▲83.6%、外国人宿泊延べ数は、対前年同月比▲92.7%となっており、2012年度より増加を続けてきた観光宿泊延べ数、外国人観光宿泊延べ数ともに著しい減少に転じている。

本年度に入っても厳しい状況は続いており、旭川市における4～9月までの上期の状況について、観光入込客数は113万9,600人（前年同期比35.2%）、宿泊延数は20万4,800泊（前年同期比37.3%）、外国人宿泊延数は686泊（前年同期比0.5%）と、著しい減少に転じている。

これまで本圏域の観光は、インバウンドの急速な需要増が支えてきた面が大きい（宿泊延べ数 H23年：2万5,123人 R1年：24万1,344人）が、当面の間、インバウンド需要の急速な回復は見込めない中、観光産業の維持・発展のためには、インバウンドのみに頼らない長く足腰の強い基盤整備が重要となってくる。

こういった状況を踏まえ、大きく社会が変容する新時代において、本圏域が「稼ぐ」観光地となるためには、大雪カムイインタラDMOが管理するカムイスキーリンクスの収入だけではなく、来訪者の消費拡大につながる商品の高付加価値化や、新型コロナウイルス感染症により新しい生活様式が普及し、観光客の観光に求める需要が変化、多様化していくことを見据えた新たな商品開発を、多様な関係者、産業間、地域間で連携して行うとともに、新分野への進出による事業の多角化により、これまでになかった新たな稼ぐ力を付けていく必要がある。

このため、屋外を中心としたアドベンチャートラベルといった新たな観光コンテンツの充実を早急に図り、少人数や家族旅行などの需要を確実に取り込むとともに、企業ミーティングやワーケーション、コンベンションといったビジネス面においても、テレワークの普及などにより、保養も兼ねて密となる大都市圏を避け、地方に人が流れる機会が増えることを見据えた取組や、屋外を中心とした自然や文化などに触れる機会の創出が考えられる教育旅行等の新たな分野の需要創出にかかる取組を進めていく必要がある。

また、本圏域も人口減少が進んでおり、2015年に39万2,745人だった人口は、国立社会保障・人口問題研究所がまとめた人口の将来推計によると、2030年には、34万8,505人、2040年には30万7,217人と減少が見込まれており、本事業を通じて多くの人を訪れ、魅力を感じてもらうことで関係人口の創出や将来的な移住の推進に繋げていくことも重要となってくる。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本圏域においては、旭川市に北北海道随一の歓楽街であるさんろく街を有し、飲食店や宿泊施設の集積といった都市機能と、旭川市郊外や周辺町は雄大な大雪山連峰に囲まれ、温泉施設やスキー場、森林や公園、農村など豊富な自然を有する地域であるとともに、明瞭な四季が織りなす自然風景の移り変わりや、大自然が育む豊かな食材、季節に合わせたお祭りやイベントの開催も豊富であり、多様化する観光客やビジネス客のニーズに合わせて様々なコンテンツを提供できる可能性を秘めている地域である。

これまで、旭川市、鷹栖町、東神楽町、比布町、愛別町、上川町、東川町で構成する観光地域づくり法人の（一社）大雪カムイミンタラDMOを2017年に設立し、各自治体と連携を図りながら広域観光を進めきており、特に増加するインバウンド需要の取込みや、需要の落ち込みが大きい冬季の観光推進を図るため、都市型スノーリゾート地域の形成に取り組むなど、広域観光を推進するための枠組みが整備され新しい芽が育ちつつある。

一方で、北海道全体で見たときには、人口と同様に観光産業においても札幌圏への一極集中の状況にあり、大雪圏域が保有する地域資源を生かした魅力づくりという点において、差別化や訴求がこれまで以上に必要な状況にある。

これに加えて、新型コロナウイルス感染症の影響は、本圏域の観光にも大きな打撃を与えており、改めてインバウンドの増加のみに頼るだけではなく、国内の観光需要喚起やビジネス需要といった新分野の開拓など、新しい時代に合わせた観光スタイルの提案や観光需要の創出を積極的に図っていく必要がある。

このことから、本圏域が持つ都市機能と自然の調和、明瞭な四季といった様々なコンテンツを提供できる可能性を改めて見直し、これを最大限に生かすきり、*With*コロナ、*After*コロナという新しい時代においては、3密回避や新しい生活様式などが広がることを見据え、通年で各種スポーツや農村・自然・文化など屋外を中心に多様な体験をするアドベンチャートラベルといった観光コンテンツの充実を図るとともに、本市の強みである家具産業や、

農業，食産業といった産業界と連携した取組を進めることで，家族や少人数の旅行などの多様な観光需要への対応や，商品の高付加価値化に取り組む。更にコンベンションやワーケーション，企業ミーティングといったビジネス需要や教育旅行需要の創出を図るなど新たな分野の取組を，圏域内の各自治体や各観光協会，大雪カムイミンタラDMOなどの各団体と連携しながら多角的に進めるなど，本圏域の新たな観光スタイルの構築と新しい観光需要の創出を図る。

また，これらの取組は将来的に回復が予想されるインバウンド需要の獲得に向けて，多様な観光コンテンツの提供といった面でも観光基盤を形成するものであり，2021年度に，北海道で開催が予定されているアドベンチャートラベルワールドサミットにおける情報発信を合わせて行うことで，国が進める観光立国の一翼を担う地域として「稼ぐ」観光地域づくりを進めるとともに，人口減少が進行する中でも，本地域に多くの人を呼び込み地方創生の実現を目指すものである。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2021年度増加分 1年目	2022年度増加分 2年目
DMO圏域観光宿泊延数(千泊)	530	90	380
一人当たり旅行消費額(千円/人)	33	7	14
企業研修，ワーケーション，学術 会議，教育旅行等の実施数(件)	64	30	30

2023年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
400	870
21	42
31	91

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

新時代に飛躍する新・大雪圏域観光振興プロジェクト～都市と自然，仕事と遊びを繋ぐシームレスな観光地づくりの推進～

③ 事業の内容

1 大雪カムイミンタラDMOが核となった新しい時代に合わせた「マウンテンシティリゾート」の推進

本圏域の広域観光の推進を担う（一社）大雪カムイミンタラDMOが中心となり，豊富な自然や都市機能を生かした時代に合わせた観光メニューの開発や充実を図り，これを活用する体制整備と人材の育成を図るとともに，アドベンチャーワールドサミットなどを活用し積極的に地域の魅力を発信する。※大雪カムイミンタラDMOの下部組織として，「稼ぐ」ことに主眼をおき，多様な関係者，産業間，地域間で連携する（仮称）大雪ビジネス協議会を設立し，地域商社的な機能を強化する。

(1) Withコロナ，Afterコロナを見据えた新時代に対応した新たな観光コンテンツの開発とメニューの充実

- 大雪山を始めとする自然，食，スポーツ，農村，文化などを組み合わせ屋外体験を中心としたアドベンチャートラベルの観光コンテンツ開発
- 地域の旅行業者やガイド，農業生産者，企業など地域連携による体験プログラムの開発を通じた着地型旅行商品の造成
- ワーケーション，企業ミーティングなどビジネスと保養を兼ねた需要へ対応する観光コンテンツ開発
- 旭川家具など地域の産業と連携した高付加価値な旅行商品の開発

(2) 観光客への一元的な対応にかかる体制整備や情報発信機能の強化

- 圏域の多様なアクティビティ，体験コンテンツ，イベント等の情報を一元的に収集・紹介，観光プログラムの販売などを担うアクティビティセンターの運営
- 圏域内の魅力を観光客に伝え，最適な体験プログラムを紹介するガイドやコーディネーターの育成

(3) アドベンチャートラベルワールドサミットの活用など地域の魅力発信

- 北海道で開催される世界規模の国際会議であるアドベンチャートラベルワールドサミットにおいて，本地域の観光コンテンツの情報発信とインバウンド需要の回復期に備えたプロモーション活動の推進。
- 「マウンテンシティリゾート」のブランドイメージ定着に向け，デザイン協議会などと連携を図ったブランド戦略を策定し，ブランディングを展開する。

2 各団体と連携した国内需要を中心とした新分野の需要拡大

旭川観光コンベンション協会等の各団体と連携し，本事業で開発する観光コンテンツや育成するガイドなどを活用し，教育旅行のほか，学術会議などのコンベンションやワーケーション，企業ミーティングといった新たな分野の需要の発掘と誘致拡大を図り，圏域の観光産業への波及効果につなげる。

(1) 修学旅行や合宿といった教育旅行等の誘致

- 密を避けるために大都市圏を避ける傾向にある教育旅行等の誘致拡大を進めるための誘致活動の強化

(2) 都市機能を生かしたコンベンションやワーケーション，企業ミーティングなどビジネス需要の発掘と誘致

- コンベンション及び企業ミーティング等を誘致するため，これらの開

催に係る補助金等による支援

- 関係団体との幅広い連携と積極的なプロモーション活動による需要の掘り起こし

3 各自治体の地域資源を生かしたWithコロナ・Afterコロナのニーズ

に対応した新たな観光地づくり

各自治体が保有する地域資源を、各自治体のキーとなる様々な事業者と連携し、新たな活用を進めることで、各自治体ならではの特色のある観光メニューの充実や魅力あるイベントの開催など、圏域全体で新たな時代に対応した観光地づくりを進めるために必要な多種多様な観光要素を創り上げる。

- 地域の各産業や飲食店等と連携し、Withコロナ・Afterコロナのニーズに対応したワーケーション等の四季折々の良さを生かした新たな体験・観光コンテンツ等の開発やPR等を通じて、地域全体を売り込める地域商社化を目指す

- コロナの影響により、低迷している観光資源や地場製品のPRや販売等をとおして地域の魅力を発信するイベントの開催

以上、広域として大きな視点での事業と、各自治体の細やかな視点での事業を並行して進め、これらを画一的ではなく、ニーズや課題に合わせて柔軟かつ有機的に連携させながら、新たな時代に合わせた取組を進めることで、圏域内の観光産業の稼ぐ力の強化を通じて、地域経済のV字回復と活性化につなげる。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

事業推進の中心を担うDMOについては、本事業により魅力的な観光コンテンツの開発を促進することで、新たな旅行商品の造成・販売及び、関連する用品の販売、貸し出し、周遊チケットの販売などで自主財源を確保する

とともに、指定管理を受託しているカムイスキーリンクスの利用料収入と併せて自立化を図る。

【官民協働】

本事業の推進に当たっては、地方公共団体のみならず（一社）大雪カムイミンタラDMO、観光協会などが推進主体となり、自治体と連携を図りながら進める。

（一社）大雪カムイミンタラDMOについては、旭川市からの職員派遣のほか、金融機関など民間事業者からも派遣を受けており、民間事業者が保有するノウハウや強みを事業推進に当たって生かせるような体制としている。

（仮称）大雪ビジネス協議会については、他産業との連携による地域商社的機能を想定することから、地域における主要産業（想定：家具製造業、農業、食関連産業など）に参画してもらい、各産業界が保有する資源、ノウハウと観光産業の新たな融合を目指す。

アドベンチャートラベル、ワーケーションなどの魅力的な商品造成に当たって、旅行事業者、飲食店、文化関係者、農業者など多様な業種の民間事業者の協力が必要であり、定期的なワークショップを開催するなど事業者との連携強化を一層図る。

【地域間連携】

本圏域の特徴は、旭川市中心部の都市機能と、旭川市郊外及び周辺自治体に広がる豊富な自然環境がバランス良く調和していることに加えて、各自治体において食や観光などの面で特色のある資源を保有していることにある。

これらの機能や資源を組み合わせることで、圏域として様々な観光コンテンツを提供することが可能となることから、DMOに情報や資源を集約し魅力的なコンテンツの造成を図るとともに、各自治体においても観光協会等の団体と連携しながら独自の事業を実施し、DMOが実施する事業と連携を図ることで圏域全体の魅力を相乗的に向上させることが可能となる。

また、圏域自治体との連携に加えて、北海道や道北圏域自治体との連携も図ることで、北海道全体の観光産業の底上げにも寄与する。

【政策間連携】

本事業については、圏域が持つ多様な魅力を活用し、観光客に多様な体験機会を提供するものであり、事業の構築に当たっては、自然、文化、食など様々な要素に係る施策を磨き上げる必要があることから、関係する施策の充実につながるとともに、ビジネス需要の取り込みを図ることで多様な企業との接点も増え、企業誘致にもつながり、結果として産業振興、文化振興、地域振興、企業誘致の推進など地方創生の実現に寄与する。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

（旭川市）毎年度8月頃に「旭川市総合戦略検討懇談会」において、総合戦略に基づく施策の実施状況の検証で、交付金事業の総括及び施策の改善等に係る意見聴取を行い、翌年度の施策事業の構築に反映する。

（鷹栖町）毎年度5月頃に総合戦略策定会議策定委員等による検証を行う。

（東神楽町）毎年度8月頃に東神楽町地方版総合戦略策定時の、「東神楽町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定委員会」委員により、総合戦略に基づく施策の進捗状況の検証、総合戦略の改訂を含め、施策の意見聴取を実施し検証する。

（比布町）毎年度8月頃に総合戦略策定・検証機関である町民会議において検証。また、観光関係の諮問機関である「比布町観光振興協議会」においても、個別具体的な事業の検証を行い、翌年度の施策事業の構築に反映する。

（愛別町）毎年度6月頃に「愛別町まち・ひと・しごと創生推進会議」において検証する。

（上川町）毎年度8月頃に産官学金労言等で構成する検証委員会において、KPIの検証を行い、戦略の見直しを進めていくことで、PDCAサイクルを確立する。

(東川町) 毎年度8月頃に写真文化首都東川町まち・ひと・しごと創生総合戦略に基づく外部有識者を含めた検証機関により、事業評価指標をもって事業の効果を測定する。

【外部組織の参画者】

(旭川市) 大学教授，旭川商工会議所，旭川物産協会，旭川平和通商店街振興組合，指導農業士，旭川信用金庫，ハローワーク，連合北海道旭川地区連合会，北海道新聞社，旭川社会福祉協議会，旭川市民生児童委員，税理士，公募市民

(鷹栖町) 【産】商工業、農業，【学】北海道教育大学旭川校准教授，【金】北海道銀行旭川支店，【労】町内企業の従業者等，【言】旭川ケーブルテレビ

(東神楽町) 東神楽町商工会，東神楽町観光協会，東神楽農業協同組合，旭川大学，北海道上川総合振興局，北央信用組合東神楽支店，連合北海道東神楽地区連合会

(比布町) 議会常任委員長，商工会，観光協会，旅行者，スキー学校管理者，スノーボードスクール講師，スキー指導者，一般地域住民

(愛別町) 上川中央農業協同組合，愛別商工会，旭川信用金庫愛別支店，小・中学校校長会，愛別町議会，建設課，保健福祉課，産業振興課，教育委員会

(上川町) 上川中央農業協同組合上川支所長，上川町森林組合事務局長，上川町商工会事務局長，層雲峡観光協会事務局長，上川町，環境省上川町自然保護官事務所自然保護官，北海学園大学教授，社会教育・公民館運営審議会委員長，旭川信用金庫上川支店長，上川地区連合会会長，まちおこし戦隊カミレンジャー会長，上川町花いっぱい会の会長，上川中央農業協同組合青年部，女性部，商工会青年部，女性部 FROM K

(東川町) 市町村総合戦略策定時に設置した「写真文化首都東川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定委員会」を構成する産官学金労言によるメンバーを中心に検証を行う。

【検証結果の公表の方法】

(旭川市) 旭川市ホームページにおいて結果報告書を公表する。

(鷹栖町) 広報たかす, 鷹栖町ホームページ等で公表する。

(東神楽町) 各施策の検証結果については, 町のホームページにより公表する。

(比布町) 比布町ホームページで公表する。

(愛別町) 毎年度, 愛別町ホームページで公表する。

(上川町) 上川町ホームページ等で公表する。

(東川町) ホームページにより結果を公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 275,886千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日から2024年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2024年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。