

《概要版》

士別市 観光振興基本計画 (第2次)



計画策定の目的

本市は「サフォークランド士別」を掲げ、サフォーク羊を観光資源の主力として様々な取り組みを展開しています。

令和3年5月には、市内中心部に「まちなか交流プラザ（道の駅 羊のまち侍・しべつ）」（以下、「まちなか交流プラザ（道の駅）」という。）が竣工し、多くの観光客が集まる拠点となり、特産品を活用した「ふるさと納税」においても、全国各地からたくさんの応援をいただきながら、着実に成果を伸ばしています。

また、国の「観光立国推進基本計画」では、観光産業はわが国の基幹産業へ成長する潜在力を有し、官民一体で観光産業の付加価値を更に高め、「稼げる」産業へと変革を進めるという方針を提起しています。

本市においても、令和4年度から2カ年をかけて「地域経済循環分析」を実施した結果、観光による外需獲得の入り口となる宿泊業や飲食サービス業は、生産波及効果が大きいことが明らかになりました。また、ふるさと納税による外貨獲得については、本市の基幹産業である

士別市の観光課題

情報発信力の不足

回遊性・滞在時間の向上

イベントの多様化



士別市における観光の指標

本計画では、観光振興の最終的な重要目標達成指標（KGI）として「観光入込客数」を設定します。

これは、観光を通じて地域にどれだけの人が訪れているかを示す、最も基本的かつ重要な指標であり、観光施策の効果を分かりやすく数量で把握できるものです。

また、「観光入込客数」は、観光消費やふるさと納税、地域産品の購入、更には移住・関係人口の創出といった地域活性化に波及する多様な成果の入り口となることから、本市としても注力すべき重要な目標であると考えています。

更に、その達成に向けた重要業績評価指標（KPI）として、次の3項目を設定します。

重要目標達成指数（KGI）

観光入込客数

基準値：520,200人 ⇒ 最終目標 令和15(2033)年度：540,000人

重要業績評価指標（KPI）

1. まちなか交流プラザ来館者数

基準値：266,578人 ⇒ 中間目標 令和11(2029)年度：275,000人
最終目標 令和15(2033)年度：285,000人

2. まちなか交流プラザ延活用件数

基準値：0回 ⇒ 中間目標 令和11(2029)年度：70回
最終目標 令和15(2033)年度：80回

3. 羊と雲の丘来場者数

基準値：33,613人 ⇒ 中間目標 令和11(2029)年度：33,000人
最終目標 令和15(2033)年度：34,000人

目指す姿

北北海道の交差点 羊のまち士別 目的地として選ばれるまち

市内中心部には、地域を縦断する国道40号と国道239号が交わる主要な交通結節点が位置し、その至近には交流拠点である「まちなか交流プラザ（道の駅）」が整備されています。本市は、日本最北のインターチェンジを有する等、多方面からのアクセスに優れ、観光客の受け入れや市内・周辺への周遊を支える重要な拠点となっています。

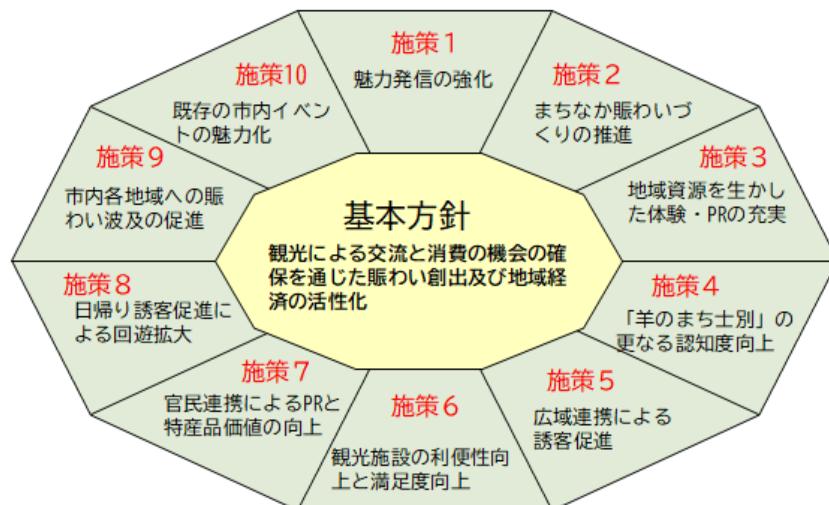
また、市の象徴である「羊と雲の丘」や交流拠点として機能する「まちなか交流プラザ（道の駅）」に加え、雄大な「天塩岳」の自然景観、四季折々の表情を見せる「岩尾内湖」等、豊かなフィールドを生かし、士別ならではの体験価値を創出しています。

更に、自然、食、農畜産業、歴史文化等、多彩な地域資源の魅力を磨き上げ、市民が誇りをもって案内したくなるまち、そして観光客が「ここを目的地として選びたい」と感じられるまちづくりを進めています。

基本方針

総合計画において掲げる「観光による交流と消費の機会の確保を通じた賑わい創出及び地域経済の活性化」を基本方針とし、本市の観光を取り巻く現状及び課題を踏まえ、「北北海道の交差点 羊のまち士別 目的地として選ばれるまち」の実現に向けた施策を、以下のとおり定めます。

北北海道の交差点 羊のまち士別 目的地として選ばれるまち



各施策の取り組み

☆は重点的な取り組み

施策1

- ①☆観光パンフレットの刷新
- ②☆SNSや観光情報誌、テレビなどを活用したPRの推進
- ③☆観光PR動画の作成

施策2

- ①☆「まちなか交流プラザ（道の駅）」の屋外のスペース出店環境・滞在環境を整備
- ②☆賑わいJUNKANリレーの実施

施策3

- ①☆「羊と雲の丘」の景観整備の検討
- ②冬季コンテンツの充実

施策4

- ①☆羊のエア遊具の導入
- ②☆末年イベントの開催
- ③グルメイベントや物産展への出展によるPR

施策5

- ①市3町着地型観光推進協議会との連携
- ②広域連携組織との連携

施策6

- ①☆「羊と雲の丘」の在り方、持続可能な施設運営の検討

施策7

- ①ふるさと納税を通した特産品のPR
- ②「まちなか交流プラザ（道の駅）」アンテナショップを活用した特産品のPR

施策8

- ①☆体験ツアーの企画・実施の検討

施策9

- ①☆市内各地域のイベント情報や観光資源を中心市街地と一体的にPR
- ②市内各地域の観光資源の磨き上げ

施策10

- ①士別観光協会や観光関係団体との連携