

第2次士別市觀光振興基本計画

令和8（2026）年度～令和15（2033）年度



2026年3月



目次

1章 第2次士別市観光振興基本計画策定にあたって (P1)	
1.計画策定の目的	1
2.計画の位置付け	1
3.計画期間	1
2章 士別市を取り巻く観光動向 (P2~9)	
1.日本国内の観光動向	2
2.北海道の観光動向	3
3.士別市の観光動向	4
4.前回計画の主な取り組みと成果	5~9
3章 士別市が目指す観光の姿と戦略(P10~23)	
1.市民アンケートの実施	10~14
2.市民アンケートから見る士別市の観光課題	15
3.士別市における観光の指標	16
4.目指す姿と基本方針	17
5.各施策の取り組み	18~22
6.施策ごとの取り組み期間	23
4章 第2次士別市観光振興基本計画の推進体制(P24~25)	
1.観光振興における役割分担	24
2.計画の進行管理	25
3.計画の検証	25
用語解説	26~29

I 章 第2次士別市観光振興基本計画策定にあたって

I-1. 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となりました。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農業への高い波及効果が確認されており、今後の魅力ある特産品づくりにつながることが期待されています。

人々の価値観やライフスタイルの更なる多様化、めまぐるしい社会構造の変化等を的確にとらえ、交流人口増加による地域経済の活性化をめざし、官民一体となって推進するための指針として「第2次士別市観光振興基本計画」（以下、「本計画」という。）を策定します。

I-2. 計画の位置付け

本計画は、「第2次士別市まちづくり総合計画（以下、「総合計画」という。）」を上位計画とし、本市における観光分野の各種施策を推進するための基本的な方針を定めるものです。

I-3. 計画期間

計画期間は、総合計画と連動し、令和8（2026）年度を初年度とし、令和15（2033）年度までの8年間とします。

2章 士別市を取り巻く観光動向

2-1. 日本国内の観光動向

国では、平成19年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」が令和5年3月に閣議決定されました。

本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

現行の第4次計画（令和5～7年度）では、単に旅行者数の増加を目指すだけでなく、旅行消費額の拡大や地方への誘客、持続可能な観光地域づくりといった質の向上にも力点が置かれています。

そのなかでも、訪日外国人旅行者数や国内旅行消費額といった観光入込客数の推移は、国の観光政策の成果を測るうえで重要な指標とされています。以下に、国が掲げる観光入込客数の目標と、これまでの実績の推移を示します。

【図表1】国の目標値

	令和1（2019）年	令和12（2030）年
訪日外国人旅行者数	3,188万人	6,000万人
訪日外国人消費額	4.8兆円	15兆円
日本人国内旅行消費額	21.9兆円	22兆円

資料：観光白書（観光庁）

【図表2】日本人国内延べ旅行者数

（単位：万人）

	令和2（2020）年	令和3（2021）年	令和4（2022）年	令和5（2023）年	令和6（2024）年
日本人国内延べ旅行者数	29,341	26,821	41,785	49,758	53,995
うち宿泊旅行	16,070	14,177	23,247	28,135	29,314
うち日帰り旅行	13,271	12,644	18,539	21,623	24,681

資料：旅行・観光消費動向調査（観光庁）

2-2. 北海道の観光動向

北海道は、これまで「稼ぐ観光」という意識の醸成を図るとともに、国際的に質や満足度の高い観光地づくりを目指し、インバウンド需要の取り込みを進めながら観光振興に取り組んできました。

令和3年度に策定した「第5期北海道観光のくにづくり行動計画」では、コロナ禍による社会経済への影響を最小限に抑えつつ、ウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えた「観光立国北海道」の再構築を掲げています。

こうしたなかで、観光入込客数の動向は、北海道における観光政策の成果を測るうえで欠かせない指標となっています。以下に、北海道の目標値及び観光入込客数の推移を示します。

【図表3】北海道の目標値

	令和1(2019)年	令和7(2025)年【目標】
訪日外国人旅行者数	244万人	2019年度水準越え
訪日外国人旅行消費額	4,323億円	—
日本人道内旅行消費額	1兆836億円	—
道内観光入込客数	5,033万人	5,580万人
うち宿泊客延べ数(泊)	2,866万人	3,500万人

資料：第5期北海道観光のくにづくり行動計画

【図表4】日本人の道内延べ旅行者数

(単位：万人)

	令和2(2020)年	令和3(2021)年	令和4(2022)年	令和5(2023)年
道内延べ旅行者数	8,106	8,531	12,232	14,618
うち宿泊旅行	1,179	1,372	2,162	2,469
うち日帰り旅行	6,926	7,158	10,100	12,149

資料：北海道観光入込客数調査

2-3. 士別市の観光動向

(1) 新型コロナウイルスについて

士別市観光振興基本計画（以下「前回計画」という。）は、令和1年度から令和7年度までを計画期間として策定されました。前回計画では、新型コロナウイルス感染症の影響により、市内の観光関連イベントの中止や延期、移動の制限等が相次ぎ、当初予定していた事業に十分に取り組むことが難しい状況となりました。この経験を通じて、今後の計画では社会情勢の変化にも柔軟に対応できる仕組みづくりの重要性を改めて認識する契機ともなりました。

(2) 士別市の観光入込客数について

令和3年に、本市初の道の駅が開業し、観光入込客数は大幅に増加しました。開業当初は市内外から多くの観光客を集めたほか、コロナ禍のキャンプブームによる「岩尾内湖白樺キャンプ場」の利用増や、株式会社ペコラファームによる「焚き火キャンプ場 士別ペコラ」の新規開設も観光入込客数の押し上げ要因となりました。

その結果、前回計画で設定した観光入込客数の目標値は、多くの年で達成されました。

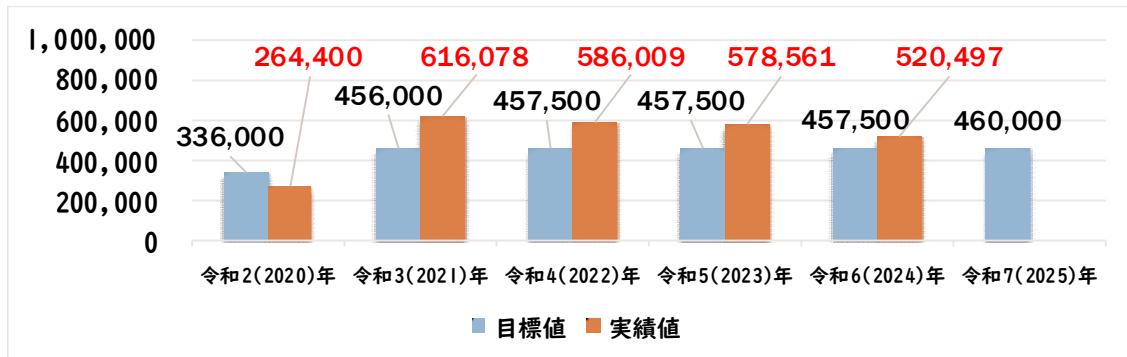
しかし、市内各所への回遊は限定的であり、観光入込客数も令和3年をピークに減少傾向にあることから、安定的な集客と市内への波及効果をいかに高めるかが今後の課題です。

【図表5】士別市内延べ旅行者数 (単位：人)

	令和2(2020)年	令和3(2021)年	令和4(2022)年	令和5(2023)年	令和6(2024)年
市内延べ旅行者数	264,400	616,078	586,009	578,561	520,497
うち宿泊旅行	51,363	59,450	74,840	84,269	68,067
うち日帰り旅行	213,037	556,628	511,169	494,292	452,430

資料：北海道観光入込客数調査

【図表6】前回計画の目標値と実績値（観光入込客数）



2-4. 前回計画の主な取り組みと成果

●基本方針Ⅰ 更なる集客に向けた既存メニューのレベルアップと新たな開発

本市の観光拠点である「羊と雲の丘」において市民参加による牧柵整備を行い、市民のおもてなし意識の醸成とともに、景観の向上を図ったほか、士別・和寒・剣淵・幌加内着地型観光推進協議会（以下、「1市3町着地型観光推進協議会」という。）との連携により、地域の自然や食、文化資源を活用した紙媒体及びデジタルによるスタンプラリーを実施し、周遊促進を図りました。

また、サフォークランド士別プロジェクト（以下、「SSPJ」という。）による士別産のサフォークラムと米を使った「羊と雲のライスバーガー」のほか「羊籠包」の開発・販売を行い、地域ならではの多様な食の楽しみ方を提供しました。

情報発信の面では、「まちなか交流プラザ（道の駅）」を拠点に観光案内やイベント情報の提供を行い、Webや全国誌への掲載を通じて広域的なPRも展開しました。

更に、絵本の里けんぶちぐるっとライドへの協力を通じてサイクリツーリズムの推進を図るとともに、実行委員会による「羊のまち士別トレランフェス」が開催され、四季折々の気候を生かしたスポーツ観光の可能性を広げました。

アクションプラン
◆士別市独自の観光資源を活用した既存メニューのレベルアップ
◆「士別サフォークラム」、米や農畜産物による地元グルメ等の開発・販売
◆情報発信・交流の強化
◆夏は涼しく冬は雪深い気候を生かしたスポーツツーリズム推進
主な取り組み
・市民参加による「羊と雲の丘」牧柵整備
・士別・和寒・剣淵・幌加内食と観光周遊スタンプラリー、JAF ドライブスタンプラリーの実施
・焚き火キャンプ場 士別ペコラのオープン
・SSPJによる「ライスバーガー」や「羊籠包」の商品化、札幌オータムフェストへの参加
・まちづくり士別(株)による「道の駅オリジナルジンギスカン」の商品化、コンテナハウスでのラム串、ラムコロッケの販売
・愛知県北海道物産展への参加
・北海道士別翔雲高等学校との連携による物産展での特産品PR
・観光案内やイベント情報の積極的な発信
・全国、全道版雑誌への情報掲載を通じ、広域的なPRを展開
・絵本の里けんぶちぐるっとライドの協力
・羊のまち士別トレランフェスの開催

●基本方針2 「羊のまち士別」ブランドの確立

「羊のまち士別」の更なる認知度向上を図るため、士別サフォークラムを中心とした特産品や地元食材を活用し、札幌オータムフェストや北海道物産展に出展するなど、道内外の物産展において積極的なPR活動を展開してきました。

また、SSPJが地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」への関心を高めるため、北海道カレーエリアネットワークが主催する「カレーアイランド北海道スタンプラリー」への協力や「北海道カレーサミット」に出展し、士別産サフォークラムカレーを活用したPRを行う等、消費者ニーズの向上にも努めました。

更に、サフォークラムの安定供給に向けては、ブランディング事業を通じた飼養頭数の確保に取り組むとともに、士別市農業応援アドバイザーによる飼養現場の視察・指導を行い、法人生産者の従業員に対して統一的な飼養技術の習得を促したほか、士別めん羊生産組合等を通じた生産者間の情報共有や体制づくりも進めてきました。

加えて、商品開発については、まちづくり士別株式会社（以下、「まちづくり士別（株）」という。）において「道の駅オリジナルジンギスカン」を開発する等、新たな特産品の創出にも取り組みました。また、羊肉や関連特産品の継続的な購買に繋げる仕組みとして、「羊と雲の丘オンラインショップ」及び「まちづくり士別（株）オンラインショップ」を活用し、全国から購入できる販売環境の整備・維持に努めました。

アクションプラン
◆「羊のまち士別」の更なる認知度向上
◆地域ブランド羊肉「士別サフォークラム」に対する消費者ニーズの向上
◆市内での「士別サフォークラム」消費拡大と生産体制強化に向けた基盤づくり
◆サフォーク羊を中心に特産品等を継続的に購入してもらえる仕組みづくり
主な取り組み
・SSPJによる「羊のまち士別肉盛フェス」の開催、「札幌オータムフェスト」や「HTBマルシェ」、「東京・中野羊フェスタ」への出展
・士別産サフォークラムカレーをご当地グルメとして士別サフォークラムPR
・「サフォークラム」ブランディング事業による羊の飼養頭数確保
・まちづくり士別（株）「道の駅オリジナルジンギスカン」の開発
・羊のまち士別「サフォークラム」ブランディング事業と連携し、30周年イベント「羊と雲の丘」PRを実施
・士別市農業応援アドバイザーが羊の飼養現場視察・指導を実施
・羊と雲の丘オンラインショップ、まちづくり士別オンラインショップを開設し、全国どこからでも購入できる環境を整備・維持

●基本方針3 ターゲットごとのニーズを踏まえた対応とPR戦略

外国人観光客の受け入れ体制整備と集客PRにおいては、「1市3町着地型観光推進協議会」の事業や、「士別地域日台親善協会」、「あさひかわ観光誘致宣伝協議会」との連携により、海外向けの広報活動を展開しました。特に、台湾インターンシップ受け入れやホームステイ、訪台事業の実施等、国際交流と観光誘致を組み合わせたPRを実現しました。

移住・定住施策の推進については、オンライン移住相談体制の整備や、「まちなか交流プラザ（道の駅）」を運営する「まちづくり士別（株）」と「士別市移住ナビデスク業務」に関する委託契約を締結し、「まちなか交流プラザ（道の駅）」の特性を生かした情報発信の強化や、休日・祝日に対応可能な相談窓口の開設を実現しました。これにより、移住ナビデスクの機能が向上し、相談者の利便性が高まりました。

また、公共交通機関を生かした市内及び周辺観光の推進としては、士別モノコックバスのPR、観光列車「花たびそうや号」の受け入れ時に士別観光協会と市民によるおもてなしを実施しました。また、最近の取り組みとしてはJR北海道と連携したスタンプラリーを実施することで、地域の交通資源の魅力発信に努めました。

アクションプラン

- ◆外国人観光客の受け入れ環境整備と集客PR
- ◆移住・定住施策の推進
- ◆公共交通機関を利用した市内及び周辺観光の推進
- ◆「見る」「食べる」「体験する」農業ツーリズムの推進

主な取り組み

- ・「1市3町着地型観光推進協議会」の事業、「士別地域日台親善協会」や「あさひかわ観光誘致宣伝協議会」の連携による海外PR実施
- ・台湾インターンシップ受け入れ、ホームステイ受け入れ、訪台事業を実施
- ・オンライン移住相談体制の整備
- ・「まちなか交流プラザ（道の駅）」の特性を生かした情報発信の強化や、休日・祝日の相談窓口の開設を実現
- ・移住促進協議会「Mazaru」の設立
- ・士別モノコックバスのPR実施
- ・JR北海道との連携したスタンプラリーの実施
- ・グリーンパートナー事業の実施
- ・トヨタ工業学園の受け入れ
- ・愛媛県立農業大学校の農業研修受け入れ
- ・士別観光協会、市民による観光列車「花たびそうや号」のおもてなし

●基本方針4 市民と来訪者の繋がり強化と観光振興における人材育成・組織強化

市民と来訪者の繋がりを深め、観光振興に関わる人材育成や組織体制の強化を図るための取り組みを進めてきました。

まず、中心市街地の活性化や観光をはじめとした地域情報発信の拠点として「まちなか交流プラザ（道の駅）」の整備を進め、平成31年3月5日には、行政・士別商工会議所・サフォークスタンプ協同組合・中心商店街振興組合の出資により「まちづくり士別（株）」を設立し、施設の整備・運営を担う体制を整えました。

また、観光を中心とした人材育成や組織力強化に向けた基盤づくりにも取り組みました。「まちなか交流プラザ（道の駅）」の運営開始にあたっては、まちづくり士別（株）が中心となり、関係団体との連携体制を強化することで、観光関連団体を横断的に統括する機能を持つ新たな組織体制を築きました。

加えて、観光に関する情報の一元化にも取り組み、「まちなか交流プラザ（道の駅）」の開設を契機に、運営主体であるまちづくり士別（株）がホームページやSNSを活用した情報発信を開始しました。

更に、市民と来訪者の交流機会を創出する取り組みとして、観光列車「花たびそうや号」の受け入れ時に士別観光協会と市民によるおもてなしを実施しました。また、レバンガ北海道との交流イベントを実施し、競技者と地域住民が直接触れ合う場が創出され、地域の一体感が醸成されました。今後は関係機関との連携強化を図りながら、市民と来訪者の交流を促す取り組みを広げ、中心市街地の更なる賑わい創出を目指す体制づくりを進めていきます。

アクションプラン

- ◆地域と来訪者の繋がり強化
- ◆観光を中心とした人材の育成、組織力強化
- ◆観光関連団体を横断的に統括する組織の設立
- ◆観光を中心としたあらゆる情報の一元化

主な取り組み

- ・「まちづくり士別（株）」の設立。市及び士別商工会議所、サフォークスタンプ協同組合、中心商店街振興組合の連携を強化し、組織力を強化
- ・中心市街地の活性化とまちなかの賑わい創出、観光をはじめとした地域情報発信等の拠点として「まちなか交流プラザ」をオープン
- ・「まちづくり士別（株）」が、ホームページやSNS運用を開始し、情報発信の強化
- ・士別観光協会、市民による観光列車「花たびそうや号」のおもてなし
- ・レバンガ北海道との交流イベントの開催

●基本方針5 観光分野を中心とした事業者支援とまちなかの活性化

市内事業者に向けた事業承継マッチング、空き地・空き家・空き店舗を活用した起業支援や企業誘致については、士別市中小企業振興条例に基づく市の補助金を活用し、空き店舗への新規出店を支援しました。

観光イベントの再構築と賑わい創出については、夏の「天塩川源流まつり」や冬の「しべつ雪まつり」等が開催され、地域住民や来訪者が集う恒例行事としてコロナ禍においても継続し、まちなかの賑わいづくりに貢献しました。また、中心商店街振興組合による空き店舗を活用した「にぎわい広場」も開催され、地域の交流促進と回遊性向上に寄与しました。

アクションプラン
◆観光イベントの再構築とまちなかの賑わい創出
◆市内事業者に向けた事業承継マッチング
◆空き地、空き家、空き店舗を活用した起業支援・企業誘致
主な取り組み
・士別観光協会による「天塩川源流まつり」や「しべつ雪まつり」の開催 ・「まちなか交流プラザ（道の駅）」での「道の駅春・夏・秋まつり」を開催 ・国際雪ハネ選手権の再構築 ・中心商店街振興組合による空き店舗を活用した「にぎわい広場」の開催 ・中小企業振興条例に基づく市の補助金を活用し、空き店舗への新規出店を促進



士別天塩川源流まつり

3章 士別市が目指す観光の姿と戦略

3-1. 市民アンケートの実施

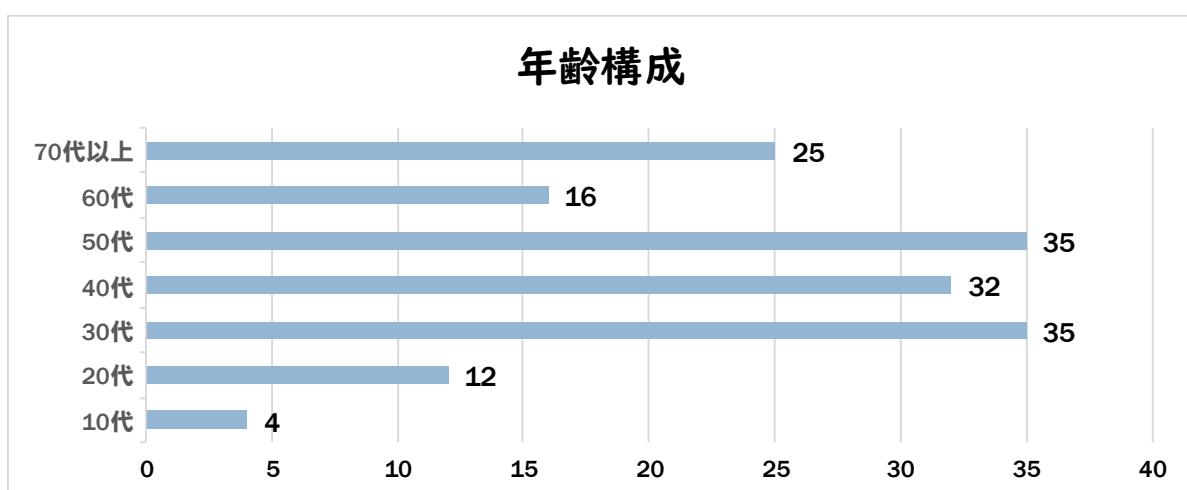
調査対象：士別市民

調査方法：インターネット、アンケート用紙

調査期間：令和7（2025）年8月1日～10月31日

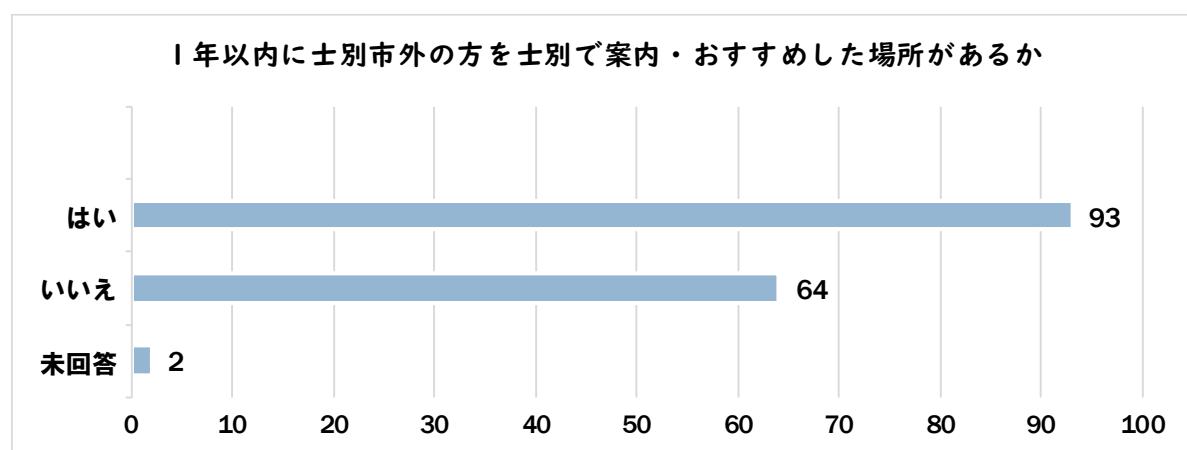
回答件数：159件

①回答者属性



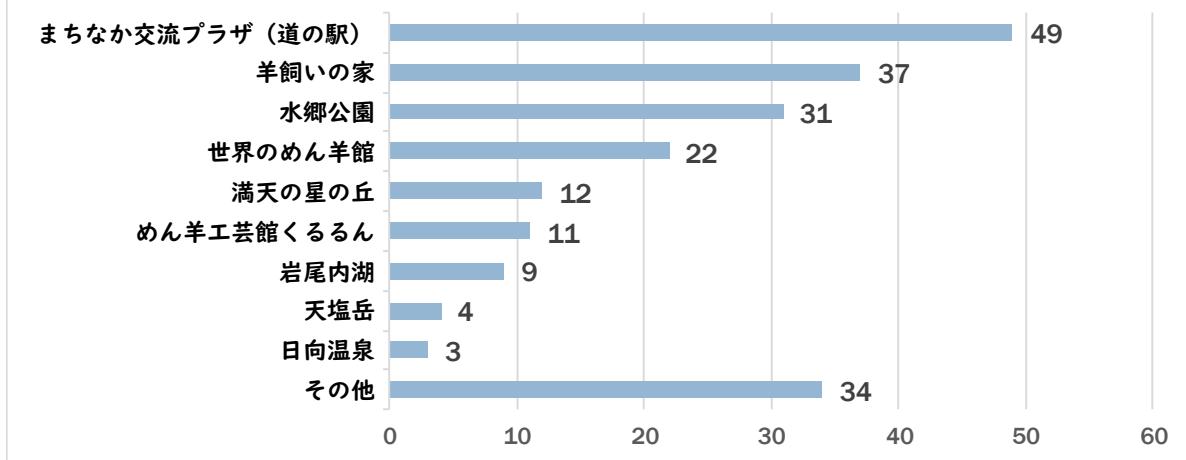
②市民の観光意識

「はい」が58.5%と過半数を占めており、市民の多くが市外の親戚や友人、観光客等を案内した経験を有していることが分かりました。市民が地域の魅力を自発的に発信する傾向が見られ、市民主体の観光発信を後押しする仕組みづくりが求められます。



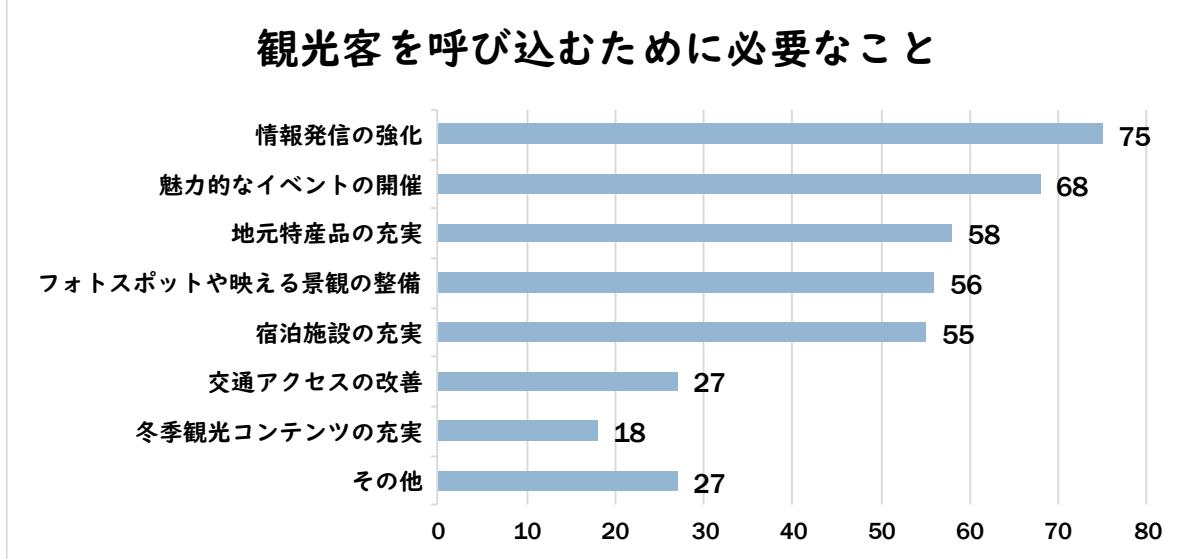
案内・おすすめした場所として最も多かったのは「まちなか交流プラザ（道の駅）」であり、次いで「羊飼いの家」「水郷公園」「世界のめん羊館」等があげられました。「まちなか交流プラザ（道の駅）」や「羊と雲の丘」周辺が代表的な案内スポットとなっている一方で、郊外エリアの紹介は少なく、市内全域での回遊促進が課題です。

案内・おすすめした場所



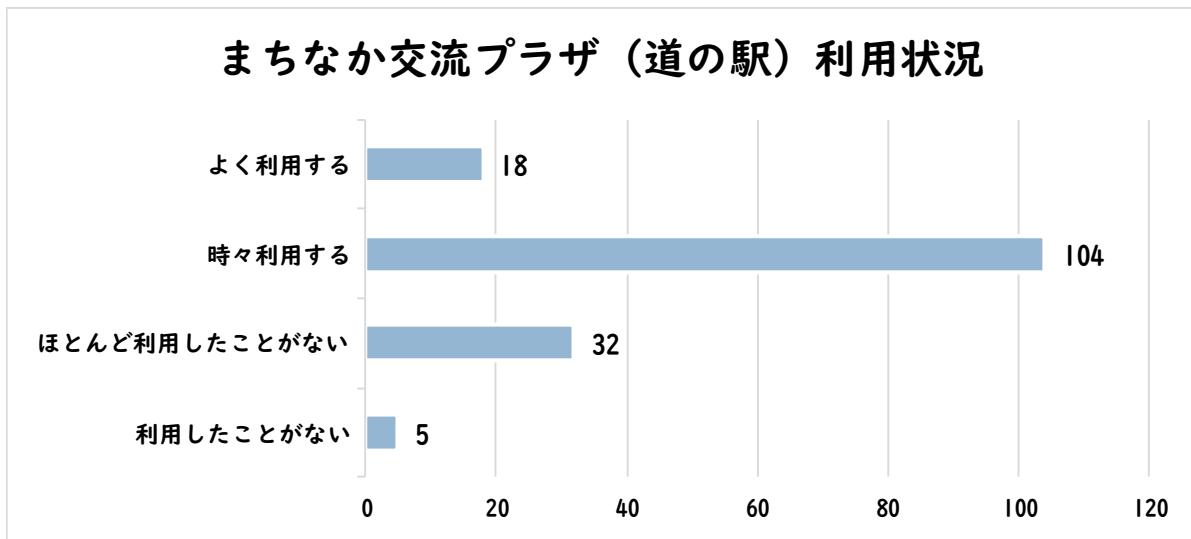
観光客を呼び込むために必要なことについては、「情報発信の強化」（75件）、「魅力的なイベントの開催」（68件）、「地元特産品の充実」（58件）が上位を占めました。発信力と体験・滞在環境の両面での充実を求める声が多く、観光地としての「見せ方」の改善が重要と考えられます。

観光客を呼び込むために必要なこと

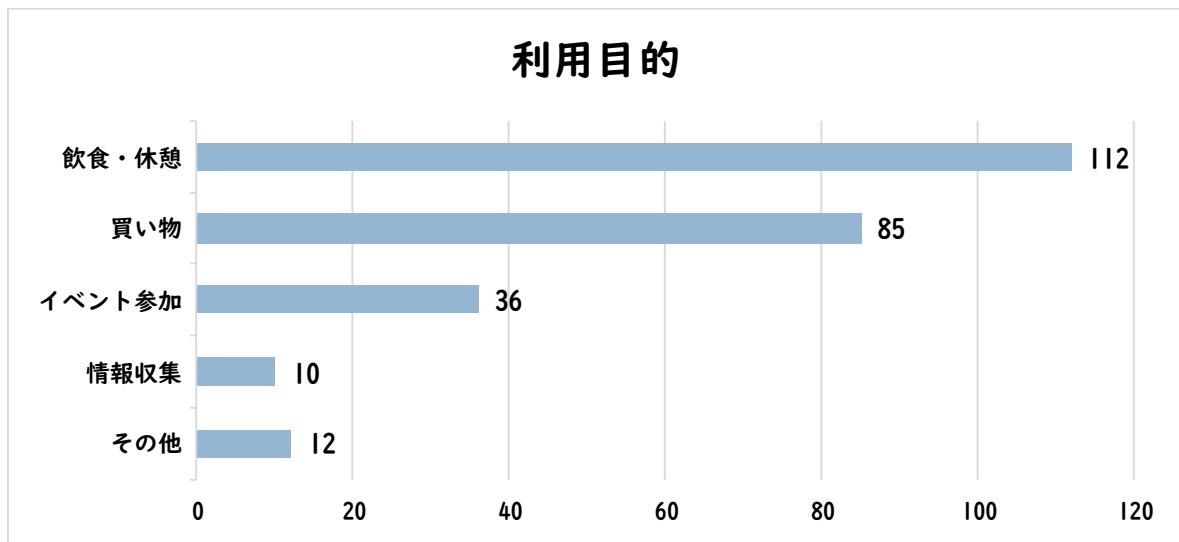


③「まちなか交流プラザ（道の駅）」について

利用状況については、「よく利用する」「時々利用する」を合わせた利用経験者が約8割と多く、一定の定着が見られますが、「よく利用する」は1割にとどまっており、継続利用・リピーター化の促進が今後の課題です。

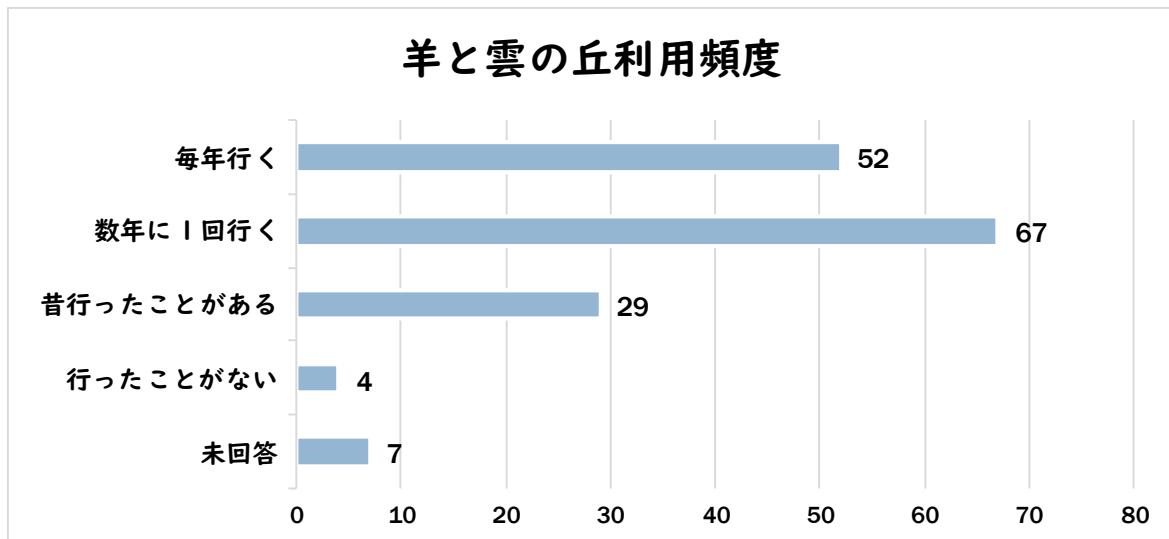


利用目的について、「飲食・休憩」「買い物」を中心で、「情報収集（観光・市政等）」は1割未満でした。観光案内や地域情報発信の機能が十分に活用されておらず、情報発信の「見せ方」を改善する必要があります。

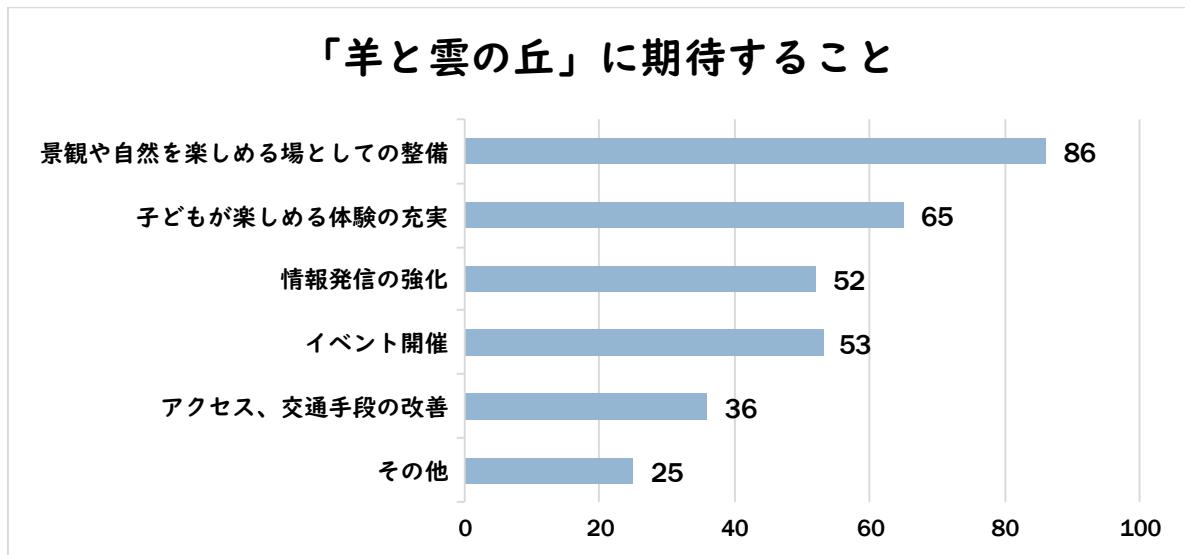


④ 「羊と雲の丘」について

利用頻度については、「毎年行く」が32.7%、「数年に1回行く」が42.1%で、多くの市民が訪問経験を有しています。毎年訪れる人は3割程度にとどまっており、リピーター化を促す仕掛けの強化が必要です。

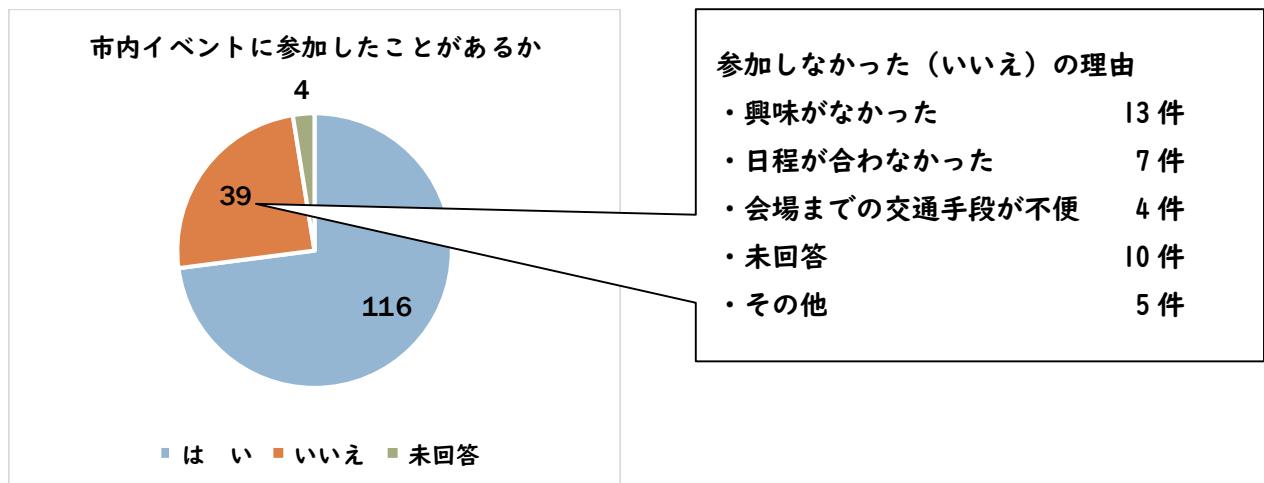


期待することについては、「景観や自然を楽しめる場としての整備」(86件)、「子どもが楽しめる体験の充実」(65件)、「イベント開催」(53件)が多くあげられました。自然や体験を楽しめる環境への期待が高く、体験型観光の充実が求められます。

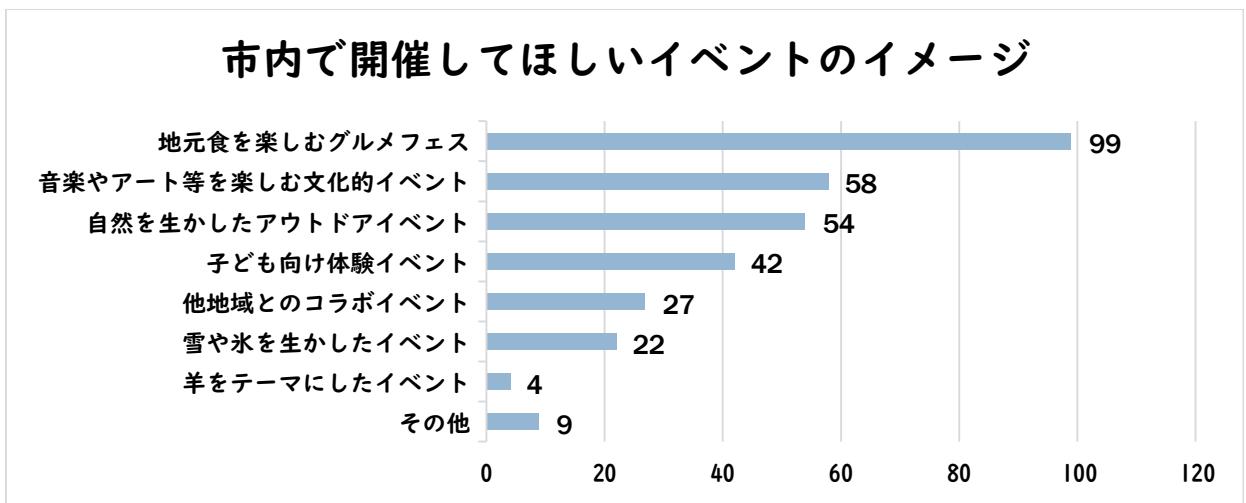


⑤市内イベントについて

「参加したことがある」が約7割を占めており、市民の地域行事への関心が高いことが分かりました。今後の観光イベントにおいても、市民参画を促す取り組みが効果的であると考えられます。



市内で開催してほしいイベントのイメージについては、「地元食を楽しむグルメフェス」(99件)、「文化イベント」(58件)、「アウトドアイベント」(54件)等が多く、市民は「食・文化・自然・体験」といった士別らしいテーマを求めています。地域資源を生かした多様なイベントの開催が期待されます。



3-2. 市民アンケートから見る士別市の観光課題

市民が観光客に紹介する案内先としては、「まちなか交流プラザ（道の駅）」や「羊と雲の丘」、「羊飼いの家」や「水郷公園」等が多くあげられており、観光と市民の生活が密接に結びついている様子が伺えます。一方で、特定の施設や場所に集中している傾向があり、観光資源の多様性や回遊性の確保が今後の課題です。

観光振興に必要とされる取り組みとしては、「情報発信の強化」、「魅力的なイベントの開催」、「地元特産品の充実」、「宿泊施設の整備」が上位にあげられており、市外への訴求力不足や滞在環境の弱さが課題となっていることが明らかになりました。特に情報発信については、SNS や Web の活用が求められており、デジタル時代に即した PR が不可欠です。

「まちなか交流プラザ（道の駅）」については、アンケート回答者の約 8割が利用経験を有しており、飲食・休憩、買い物、イベント参加等、幅広い利用が確認されました。一方で、「魅力を感じない」、「必要性を感じない」との声も一定数あり、更なる魅力付けや機能強化が求められます。

本市の観光シンボルである「羊と雲の丘」については、多くの市民が定期的に訪れているものの、景観や自然の魅力に加え、子どもが楽しめる体験やイベント、情報発信の強化を望む声が多く寄せられました。これは、既存の強みを生かしつつ新たな付加価値を加えることで、リピーターの増加に繋がる可能性を示しています。

更に、市内イベントについては、参加経験者が 7割を超えており、市民から一定の支持を得ていることが分かりました。しかし、参加しなかった理由としては「興味がない」、「日程が合わなかった」等があげられており、より多様な世代や関心に対応した企画や、情報発信の工夫が必要です。

今後望まれるイベントとしては、「地元食を楽しむグルメフェス」、「音楽やアート等を楽しむ文化的イベント」、「自然や雪を生かしたイベント」等が多くあげられており、地域資源を活用した体験型・交流型観光への期待が高まっています。

総じて、市民の観光に対する関心と参加意欲は高く、本市の観光資源は一定の評価を得ている一方で、「情報発信力の不足」や「回遊性・滞在時間の向上」、「イベントの多様化」等が、今後の重点的な課題であることが明らかになりました。

3-3. 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、地域產品の購入、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。

(1) 重要目標達成指標（KGI）

観光入込客数	
基準値 令和6（2024）年	最終目標 令和15（2033）年
520,200人	540,000人

(2) 重要業績評価指標（KPI）

	基準値 令和6（2024）年	中間目標 令和11（2029）年	最終目標 令和15（2033）年
まちなか交流プラザ来館者数	266,578人	275,000人	285,000人
まちなか交流プラザ延活用件数	0回	70回	80回
羊と雲の丘来場者数	33,613人	33,000人	34,000人



まちなか交流プラザ（道の駅）

3-4. 目指す姿と基本方針

(1) 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」

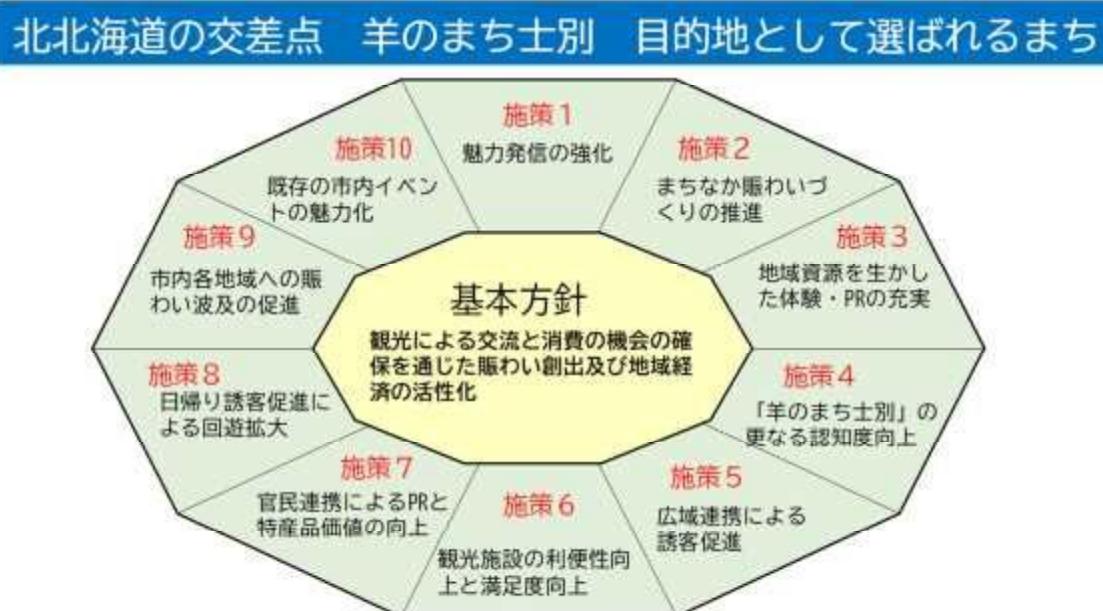
市内中心部には、地域を縦断する国道40号と国道239号が交わる主要な交通結節点が位置し、その至近には交流拠点である「まちなか交流プラザ（道の駅）」が整備されています。本市は、日本最北のインターチェンジを有する等、多方面からのアクセスに優れ、観光客の受け入れや市内・周辺への周遊を支える重要な拠点となっています。

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きます。

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きます。

(2) 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、以下のように定めます。



3-5. 各施策の取り組み

本計画では、各施策の中にある取り組みを、8年間の進め方に応じて2つに分けています。前半4年間は、早い時期に成果が期待できるものや、今後の観光振興の土台となる取り組みを「重点的に取り組む項目（☆）」として位置付け、特に重点を置き推進します。

その他の取り組みについては、後半4年間も含めて継続的に取り組むことで、まち全体の観光力が着実に高まるよう、段階的に進めていきます。

また、施策の推進にあたっては、行政、観光関連団体・事業者、市民がそれぞれの立場と役割を踏まえつつ連携・協働し、地域一体となって取り組みを進めていきます。

【施策①】魅力発信の強化

「まちなか交流プラザ（道の駅）」を観光拠点として様々な媒体を活用した情報発信を強化し、市街地の回遊性と滞在時間の向上を図ります。

●主な取り組み

①☆観光パンフレットの刷新

市内の飲食店情報や観光施設等、多様な情報を掲載し、地域の魅力発信を図り、本市への来訪意欲の向上と、回遊性・滞在時間の延伸を目指します。

②☆SNS や観光情報誌、テレビ等を活用したPRの推進

従来のSNSや観光雑誌に加え、テレビ等を活用した広域的なPRを展開することで、誘客促進を図ります。

③☆観光PR動画の作成

観光PR動画を制作し、札幌圏や首都圏等の都市部をはじめ、より多くの方に視聴機会を届けることで、誘客促進を図ります。



天塩岳

【施策2】まちなか賑わいづくりの推進

年間を通じた中心市街地の賑わい創出と、魅力ある特産品や農産物等の市内消費への意識醸成を図り、経済活性化に繋げます。

●主な取り組み

①☆「まちなか交流プラザ（道の駅）」の屋外スペースの出店環境・滞在環境を整備

市民・団体の自主的な取り組みを自走化させるために、テント、イス、テーブル等、出店環境や滞在環境を整備します。

②☆賑わいJUNKANリレーの実施

「まちなか交流プラザ（道の駅）」を拠点に、地域の多様な主体が年間を通じてリレー形式で出店しやすい仕組みを構築することで、まちなかの賑わいを創出します。

【施策3】地域資源を生かした体験・PRの充実

羊や景観等の地域資源を生かした体験・PRを強化し、来場促進と士別の魅力発信に取り組みます。

●主な取り組み

①☆「羊と雲の丘」の景観整備の検討

「羊と雲の丘」の景観整備やおもてなし意識の向上に資する活動を検討します。市民参加による牧柵整備等を通じて、「羊と雲の丘」の丘陵景観を楽しめる環境を向上させ、観光客や市民が何度も訪れたくなるような魅力づくりを検討します。

②冬季コンテンツの充実

羊の放牧地を望む冬景観や澄んだ空気を生かした体験メニューを造成するとともに、スキーをはじめとした冬のレクリエーションとも連動した体験づくりを検討し、雪や氷を活用したイベントや冬季限定のPRを強化し、冬ならではの士別の魅力を発信します。

【施策4】「羊のまち士別」の更なる認知度向上

羊を象徴とした本市のブランドイメージを一層高めるため、市内外でのPR展開を通じて、「羊のまち士別」の認知度向上を図ります。

●主な取り組み

①☆羊のエア遊具の導入

令和9年の未年に向けて、本市のシンボルである羊をモチーフとした公式キャラクター「さほっち」のエア遊具を制作し、市内イベントや広域的なPR活動で活用します。子どもから大人まで楽しめる体験機会を提供することで、市民の愛着を高め、観光客の関心を喚起し、「羊のまち士別」のブランドイメージ向上に繋げます。

②☆未年イベントの開催

未年に合わせて、羊をテーマとした地域参加型の体験企画やPR活動を実施し、市民と観光客がともに楽しめる魅力づくりを進めます。

③グルメイベントや物産展への出展によるPR

士別サフォークラムを中心とした食の魅力をグルメイベントや物産展で積極的に発信し、「羊のまち士別」としてのブランド力向上と誘客促進に繋げます。

【施策5】広域連携による誘客促進

広域連携組織との連携を強化し、地域資源の魅力発信と国内外からの誘客促進を図ります。

●主な取り組み

① I 市3町着地型観光推進協議会との連携

和寒・剣淵・幌加内の3町と連携し、「食と観光周遊スタンプラリー」や合同物産展への出展により、地域の魅力発信と誘客促進を図ります。

②広域連携組織との連携

広域連携組織と連携・協働し、羊や景観等、士別市の特色を広域観光ルートのなかで発信することで、国内外からの観光客の拡大と広域的な周遊促進を図ります。

【施策6】観光施設の利便性向上と満足度向上

観光施設及び地域資源の利便性と満足度の向上を図り、持続可能な観光の実現を目指します。

●主な取り組み

①☆「羊と雲の丘」の在り方、持続可能な施設運営の検討

羊や景観といった本市の地域資源を生かせるよう、「羊と雲の丘」の役割や運営方法を再整理し、持続可能で魅力ある運営体制の構築を検討します。

【施策7】官民連携によるPRと特産品価値の向上

士別観光協会や民間団体との連携を深め、市内イベントや特産品のPRに関する情報発信及び特産品の開発、付加価値向上を図ります。

●主な取り組み

①ふるさと納税を通した特産品のPR

ふるさと納税返礼品の情報発信を強化し、全国に本市の特産品の魅力をPRします。

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

「まちなか交流プラザ（道の駅）」のアンテナショップを核として、市内特産品の魅力を積極的に発信し、観光客が手に取りたくなるようなPRを強化します。

【施策8】日帰り誘客促進による回遊拡大

「まちなか交流プラザ（道の駅）」を起点とした周遊モデルの整備、情報発信の強化を通じ、日帰り観光客の誘客促進を図ります。

●主な取り組み

①☆体験ツアー企画・実施の検討

「まちなか交流プラザ（道の駅）」を起点とした体験ツアーの企画・実施について検討し、羊や農畜産物、自然景観等、本市ならではの地域資源を組み合わせた体験メニューの提供に向けて、市内各所への回遊を促し、日帰り観光客の滞在時間の延伸と消費拡大に繋げます。

【施策9】市内各地域への賑わい波及の促進

市内各地域の特性を生かし、地域拠点におけるイベントや体験機会の創出、地域団体との協働による取り組みを通じて、中心市街地のみならず地域全体へ広げていきます。

●主な取り組み

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

「賑わい JUNKAN リレー」の観光客をはじめとする市内外の利用者に対し、各地域で実施されるイベント情報や体験メニューを周知します。開催時期や内容を分かりやすく提示することで、地域への興味・関心を喚起し、中心市街地から各地域への回遊促進と賑わいの波及を図ります。

②市内各地域の観光資源の磨き上げ

「岩尾内湖白樺キャンプ場」や「天塩岳」等、各地域が有する自然・体験型の観光資源について、受け入れ環境の整備や魅力向上に向けた取り組みを進めるとともに、季節ごとの魅力発信を図り、地域全体の滞在価値を高めます。

【施策10】既存の市内イベントの魅力化

市内で開催している「天塩川源流まつり」や「しべつ雪まつり」について、内容の充実や発信手法の改善、官民連携の強化等により魅力の向上を図り、来訪意欲の喚起と地域の賑わい創出に繋げます。

●主な取り組み

①士別観光協会や観光関係団体との連携

イベント実施に向けた役割分担の明確化と連携・協働体制の構築を通じて、官民一体の推進環境を整え、観光客ニーズや開催後の評価結果を共有しながら、次回以降の改善に継続的に反映できる仕組みを構築します。



かわにしの丘

3-6. 施策ごとの取り組み期間

赤矢印は前半4年間で特に重点的に取り組む項目（☆）とし、青色矢印は継続的に取り組む項目です。

		R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
施策 1	施策 1-① ☆ 観光パンフレットの刷新			→					
	施策 1-② ☆ SNSや観光情報誌、テレビ等を活用したプロモーションの推進			→					
	施策 1-③ ☆観光PR動画の作成			→					
施策 2	施策 2-① ☆まちなか交流プラザ（道の駅）の屋外スペースの出店環境・滞在環境を整備		→						
	施策 2-② ☆賑わいJUNKANリレーの実施		→	→	→	→	→	→	→
施策 3	施策 3-① ☆「羊と雲の丘」の景観整備の検討		→	→					
	施策 3-② 冬季コンテンツの充実		→	→	→	→	→	→	→
施策 4	施策 4-① ☆羊のエア遊具の導入		→						
	施策 4-② ☆未年イベントの開催		→						
	施策 4-③ グルメイベントや物産展への出展によるPR		→	→	→	→	→	→	→
施策 5	施策 5-① I市3町着地型観光推進協議会との連携		→	→	→	→	→	→	→
	施策 5-② 広域連携組織との連携		→	→	→	→	→	→	→
施策 6	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	施策 7-① ふるさと納税を通した特産品のPR		→	→	→	→	→	→	→
	施策 7-② 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	施策 8-① ☆体験ツアー企画・実施の検討		→	→	→	→	→	→	→
施策 9	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		→	→	→	→	→	→	→
	施策 9-② 市内各地域の観光資源の磨き上げ		→	→	→	→	→	→	→
施策10	施策10-① 士別観光協会や観光関係団体との連携		→	→	→	→	→	→	→

4章 第2次士別市観光振興基本計画の推進体制

4-1. 観光振興における役割分担

本計画の推進にあたっては、市民、観光関連団体・民間事業者、そして行政がそれぞれの立場から連携・協働し、「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」の実現を目指します。観光は行政のみならず、地域に関わるすべての人々が担い手となって推進していくものであり、三位一体となった取り組み体制を構築していくことが重要です。

1. 行政の役割

本市は、観光拠点である「まちなか交流プラザ（道の駅）」や「羊と雲の丘」を中心とした施設整備・運営、情報発信、イベント開催支援等、観光振興全般を担います。

また、観光関連団体や観光関連事業者との連携・調整を行い、観光施策の総合的な企画・推進を進めるとともに、国や北海道、近隣自治体との広域的な連携にも努めます。

2. 観光関連団体及び観光関連事業者の役割

① 観光関連団体の役割

士別観光協会をはじめとする観光関連団体は、地域の観光情報の発信、イベント企画、誘客促進等、観光事業全体の推進役としての機能強化が求められます。

行政や観光関連事業者、市民との連携体制を構築し、観光資源の磨き上げや新たな体験プログラムの開発等を通じて、地域全体の魅力向上を図ります。

② 観光関連事業者の役割

観光関連事業者は、観光を支える主体として、商品・サービスの質の向上や、地域ならではの魅力的な体験・食・宿泊の提供に取り組みます。

また、観光関連団体や行政と連携しながら、顧客のニーズに応える取り組みや人材育成、おもてなし意識の醸成を図り、士別ブランドの確立に寄与することが期待されます。

3. 市民の役割

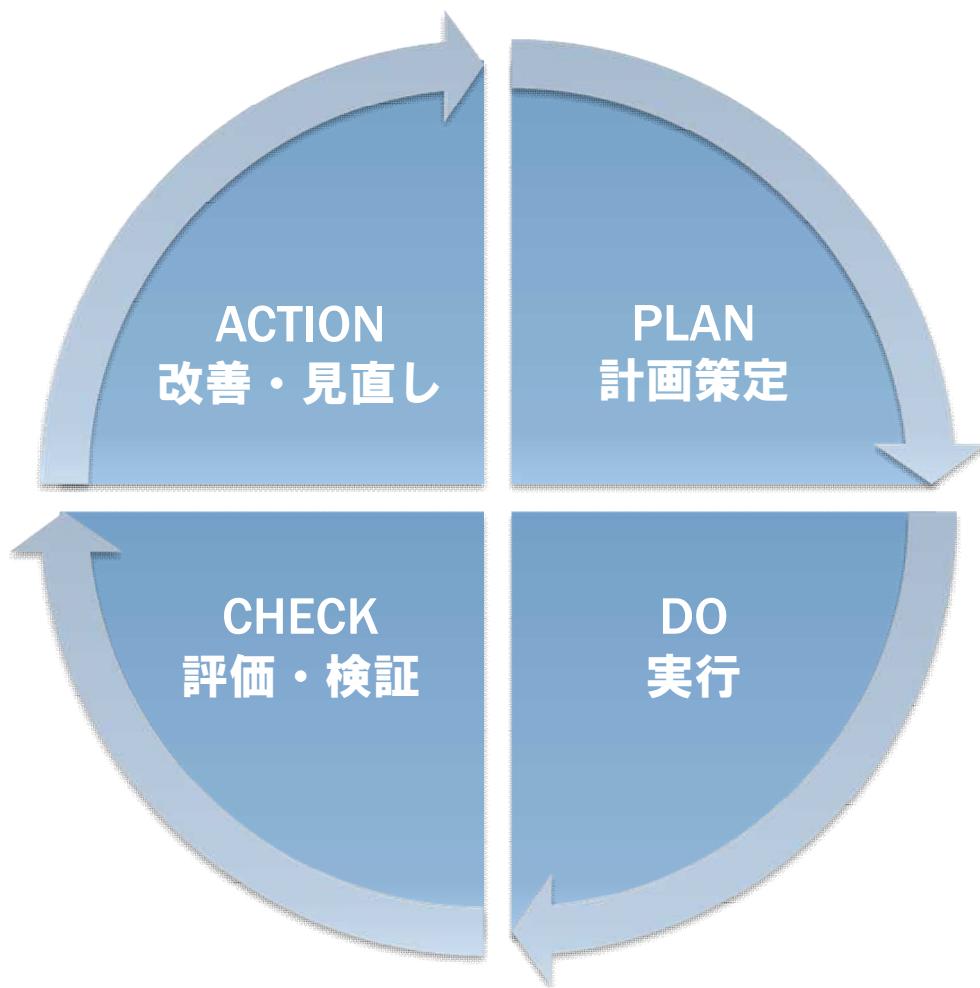
市民一人ひとりが、士別の自然、食、歴史、文化等地域資源への理解を深め、まちに愛着と誇りを持って地域の魅力を発信することが期待されます。

市民が市外の人を案内したり、イベントに参加したりすることで、日常の中から観光を支える機運が高まります。

また、観光客を温かく迎え入れるおもてなし意識の醸成や、清掃・景観維持活動等の地域づくりへの参画も、観光振興を支える重要な役割です。

4-2. 計画の進行管理

本計画の進捗状況については、PDCAサイクルを活用して点検・評価を行い、目標達成に向けた課題を解決しながら、適時改善を図っていきます。



4-3. 計画の検証

本計画については、毎年度「士別観光協会」との協議を行ったうえで、進捗状況を検証し、「士別市振興審議会」へ報告します。

審議会からの提言等を踏まえ、必要な改善や方向性の整理を行い、取り組みの充実を図ります。

また、毎年度の点検・評価の結果や社会情勢の変化等を踏まえ、必要に応じて本計画の見直しを行います。

用語解説

あ行

- ・アクションプラン

計画で掲げた目標を実現するために、具体的に「何を・いつ・どのように進めるか」を示した実行計画のことです。

- ・アンテナショップ

地域の特産品や魅力を紹介・販売する拠点のことです。

- ・インバウンド

海外から日本へ観光目的で訪れる旅行者のことです。

か行

- ・回遊性

来訪者が市内を移動しながら複数の観光スポットを巡る度合いのことです。回遊性が高いほど、滞在時間の延長や消費拡大につながります。

- ・観光入込客数

市内を訪れた観光客や来訪者の総数のことです。観光施策の成果を測る最も基本的な指標です。

- ・観光関連団体

観光協会や商工団体など、観光振興に関わる地域の組織のことです。

- ・観光立国推進基本計画

国が観光政策の方向性を示す計画です。訪日客の増加や地方誘客の促進など、全国的な観光施策の目標を定めています。

- ・基本方針

計画全体が進むべき方向性を示す指針のことです。

- ・KGI（重要目標達成指標）

計画において最終的に目指す成果を示す指標のことです。

- ・KPI（重要業績評価指標）

KGIの達成に向けた進捗状況や途中経過を測るための指標のことです。

- ・広域連携

周辺自治体や地域と連携し、観光ルートづくりや共同プロモーションなどに取り組むことです。

- ・交流人口

観光や仕事、イベントなどを通じて地域を訪れる人々のことです。地域経済や活力向上に大きな影響を与えます。

- ・交通結節点

複数の道路や交通路線が交わる場所のことです。

さ行

- ・サイクルツーリズム

自転車を活用して地域を巡り、自然景観や食、文化などを楽しむ観光形態のことです。

- ・サフォークラム

士別市が誇るブランド羊肉です。良質な味わいで全国的にも高い評価を得ており、観光や物産振興の主力資源として活用されています。

- ・市内延べ旅行者数

士別市を訪れた宿泊客および日帰り客の延べ人数のことです。市内の観光動向を把握する重要な統計指標です。

- ・スタンプラリー

複数の施設や店舗を巡り、スタンプを集める参加型の観光企画です。

- ・周遊モデル

観光客が市内の複数のスポットを巡ることを想定した観光ルートの設計のことです。

た行

- ・地域経済循環分析

地域内のお金の流れを分析し、外部からの消費がどの産業にどの程度効果をもたらすかを示す手法です。

- ・地域資源（観光資源）

その地域ならではの自然、食、文化、歴史などの魅力のことです。

- ・デジタルプロモーション

SNS や動画、Web サイトなど、オンライン媒体を生かした情報発信のことです。

は行

- ・未年

十二支のひとつである「未（ひつじ）」の年のことです。

- ・PDCAサイクル

計画策定（PLAN）、実行（DO）、評価・検証（CHECK）、改善・見直し（ACTION）を繰り返し行い、継続的に施策の質を高めていく管理手法です。

- ・ブランディング

地域や特産品の価値を高め、他地域との差別化を図る取り組みのことです。

- ・プロモーション

イベントや広告、SNSなどを活用して、地域や商品を広く PR する活動のことです。

- ・ふるさと納税

寄附を通じて地域を応援する制度です。返礼品として特産品を提供することで、市の魅力発信にもつながります。

や行

- ・誘客

市外から観光客を呼び込むための取り組み全般のことです。

ら行

・来訪意欲

その地域を「訪れてみたい」と感じる気持ちのことです。

・ライフスタイルの多様化

人々の価値観や旅行の楽しみ方が多様になり、体験型やテーマ型観光へのニーズが高まっている社会的变化のことです。



第2次士別市観光振興基本計画

令和8（2026）年度～令和15（2033）年度

発行／令和8（2026）年3月

編集／士別市経済部商工労働観光課

〒095-8686 士別市東6条4丁目1番地

TEL 0165-26-7717