



美唄市 観光ビジョン

令和5年度～令和9年度



目次

第1章 美唄市観光ビジョンの基本的な考え方	1
1-1 観光ビジョン策定の目的.....	1
1-2 観光ビジョンの位置付け.....	2
1-3 計画期間.....	2
第2章 観光を取り巻く環境の変化.....	3
2-1 国・北海道の観光動向	3
(1) 国の観光動向（政策、観光入込）	3
(2) 北海道の観光動向（政策、観光入込）	4
2-2 美唄市の観光動向.....	5
(1) 観光入込客数.....	5
(2) 月別観光入込客数	6
(3) 外国人宿泊客数.....	6
(4) 交通アクセス.....	7
2-3 美唄市の観光アトラクション	8
(1) 観光アトラクションとは	8
(2) 3つのカテゴリの観光アトラクション	8
2-4 観光地域づくりの推進	10
第3章 美唄市の課題整理	11
3-1 前ビジョンの取組・成果.....	11
3-2 アンケート調査結果.....	15
(1) 観光客向け調査.....	15
(2) 市民向け調査.....	18
3-3 美唄市観光の課題.....	21
(1) 自治体としての認知度不足.....	21
(2) 主要ではない観光アトラクションの認知度不足.....	21
(3) 受入環境整備、市民の意識醸成の不足	21
(4) 周辺自治体との連携.....	21
第4章 美唄市観光の目指す姿	22
4-1 目標像.....	22
4-2 基本方針	23
4-3 施策体系	25
第5章 アクションプランの展開	26
第6章 観光ビジョンの推進体制	35
6-1 美唄市の観光振興における役割分担	35
(1) 市民の役割	35
(2) 民間の役割	35

(3) 美唄市の役割.....	35
6-2 ビジョンの進捗管理.....	36
参考資料.....	37
美唄市の地域資源.....	37

第1章 美唄市観光ビジョンの基本的な考え方

1-1 観光ビジョン策定の目的

国は、人口減少・少子高齢化が進む中で、観光を国の新たな成長戦略の柱として観光立国の実現を目指し、平成18年12月に「観光立国推進基本法」を定め、平成29年3月に「観光立国推進基本計画(H29～H32)」を策定し、また、平成28年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、令和12年までに訪日外国人旅行者数を6,000万人、訪日外国人旅行消費額を15兆円とする目標を掲げました。

また、北海道においても、平成28年度に「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を策定し、令和2年度を目途に外国人観光客を500万人とする目標を掲げました。

本市においても、北海道の方向性を踏まえ、地域や市民が誇るべき豊かな歴史・文化・自然を生かしながら「観光」を市の新たな成長分野として、平成30年に「美唄市観光ビジョン」(以下「本ビジョン」という。)を策定しました。この間、関係機関等と連携しながら、観光PR活動や積極的な情報発信、観光客の受入環境整備などの取組を進め、令和元年度には、観光入込客数が直近10年間で最多となる39万人に達するなど一定の成果を挙げてきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、インバウンド需要はほぼ消失するとともに、国内の旅行需要も減少するなど、観光関連産業は大きな打撃を受けました。

現在は、インバウンドに対する水際対策も徐々に緩和されており、経済も活気を取り戻しつつありますが、急速に進む人口減少、少子高齢化、生産年齢人口の減少により、国内需要の減少による経済規模の縮小が避けられない中、今後、観光が地域活性化に果たす役割は非常に大きいものと考えています。

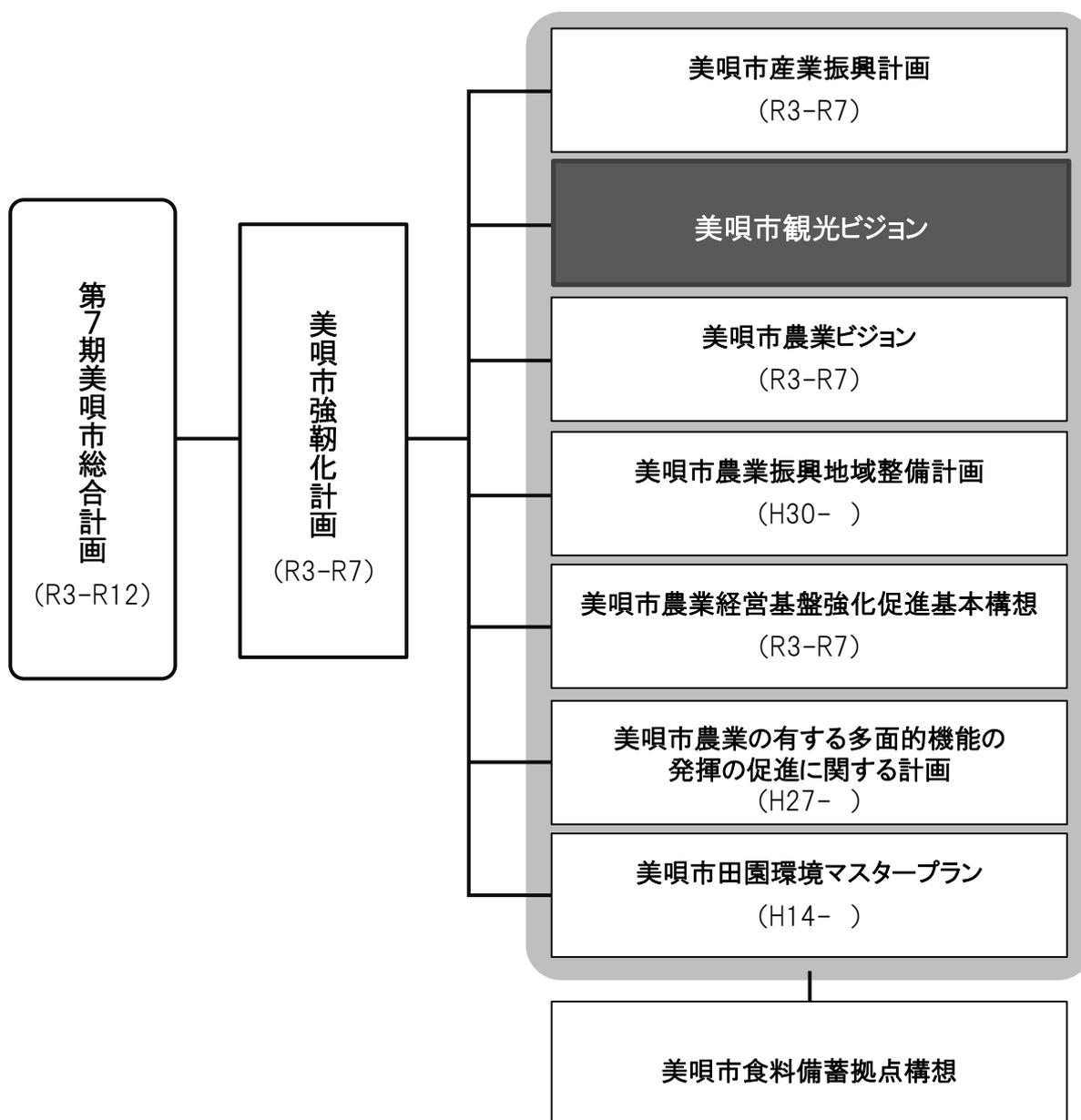
こうした変化に応じながら、第7期美唄市総合計画に定めるまちづくりの方向性「地域資源を生かした「にぎわい」と「活力」あふれるまちづくり」の中で、国内外からたくさんの方が本市に滞在し、関係人口^(注1)・交流人口の増加に向けた取組を進めることで、令和7年度に観光入込客数を60万人、宿泊者延べ数を4万人とする目標を設定しました。

この目標の実現に向けて、観光まちづくり推進主体である「一般社団法人ステイびばい」を始め、「美唄観光物産協会等の関係団体」、「市内事業者」と連携を図りながら、本市ならではの「食」、「自然」、「歴史文化」、「芸術」などのすばらしい地域資源を活用し、新たな体験メニューや滞在型観光商品の開発、受入環境の整備を進める必要があることから、これらの施策を推進するに当たり、本市の目指す観光の方向性や実行に向けた方針を明確にするため、新たに本ビジョンを策定することとしました。

※注1 関係人口とは、地域と多様に関わる人々のこと。仕事や観光などで地域を訪れる「交流人口」や、地域に居住・移住する「定住人口」とは異なる。

1-2 観光ビジョンの位置付け

本ビジョンは、第7期美唄市総合計画(令和3年度～令和12年度)を上位計画とし、その総合計画に掲げる産業振興政策の取組を具体的に示す個別計画である美唄市産業振興計画(令和3年度～令和7年度)のうち、観光分野に係る個別計画として位置付けるものです。



1-3 計画期間

本ビジョンの期間は、令和5年度から令和9年度までの5年間で取り組むものとしします。

第2章 観光を取り巻く環境の変化

2-1 国・北海道の観光動向

(1) 国の観光動向（政策、観光入込）

平成28年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、令和12年までに訪日外国人旅行者数を6,000万人、訪日外国人旅行消費額を15兆円とする大胆な取組を進め、その結果、令和元年の訪日外国人旅行者数は3,188万人と7年連続で過去最高を更新しました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、以降、訪日旅行者は大幅に減少し、国内旅行者においても大きな影響を受け、観光需要は大きく減少しました。

令和4年度に入ると、新型コロナウイルス感染症の水際対策も徐々に緩和され、また、令和5年5月8日からは、感染法上の位置付けを「5類」に引き下げるなど、ウィズコロナの取組をさらに進め、あらゆる場面で日常を取り戻すことができるよう着実に歩みを進める考えを示しています。

図表 1 国の目標値

	R元年(2019)	R12年(2030)【目標】
訪日外国人旅行者数	3,188万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	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：官公庁「観光白書」令和4年版より作成

図表 2 日本人の国内旅行者数

(単位:万人)

	H28年 (2016)	H29年 (2017)	H30年 (2018)	R元年 (2019)	R2年 (2020)	R3年 (2021)
日本人国内延べ旅行者数	64,108	64,751	56,178	58,710	29,341	26,821
うち宿泊旅行数	32,566	32,333	29,105	31,162	16,070	14,177
うち日帰り旅行数	31,542	32,418	27,073	27,548	13,271	12,644

資料：旅行・観光消費動向調査より



(2) 北海道の観光動向（政策、観光入込）

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、インバウンド需要を取込み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つくり行動計画」では、社会経済への影響の最小化を図りながら、ウィズコロナ・ポストコロナを見据え「観光立国北海道」の再構築に向けて取組を進めることとしています。

図表 3 北海道の目標値

	R元年(2019)	R7年(2025)【目標】
訪日外国人旅行者数	244万人	※
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
うち宿泊客延数(泊)	2,866万人	3,500万人

※国の次期「観光立国推進基本計画」公表後（時期未定）に検討し、設定予定
資料：第5期北海道観光のくにつくり行動計画より

図表 4 日本人の道内旅行者数

(単位:万人)

	H28年 (2016)	H29年 (2017)	H30年 (2018)	R元年 (2019)	R2年 (2020)	R3年 (2021)
日本人道内延べ旅行者数	3,006	2,987	2,434	2,696	1,505	1,382
うち宿泊旅行	1,917	1,721	1,559	1,847	944	888
うち日帰り旅行	1,089	1,266	875	849	561	494

資料：旅行・観光消費動向調査より



2-2 美唄市の観光動向

(1) 観光入込客数

本市の観光入込客数は、30万人前後で推移していましたが、令和元年度には39万人を超えました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響が長引いたことで、令和2年度には25万人に減少しています。

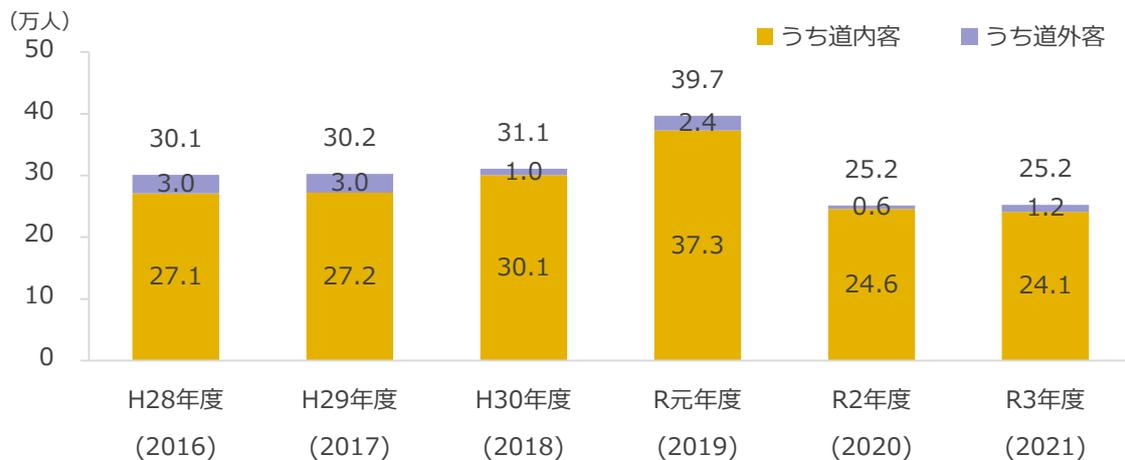
また、道内外別の入込客数では道内客が9割を超え、宿泊形態別の入込客数では日帰り客が9割を超えています。

図表 5 美唄市の観光入込客数

(単位:万人)

	H28年度 (2016)	H29年度 (2017)	H30年度 (2018)	R元年度 (2019)	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)
観光入込客数	30.1	30.2	31.1	39.7	25.2	25.2
うち道内客	27.1	27.2	30.1	37.3	24.6	24.1
うち道外客	3.0	3.0	1.0	2.4	0.6	1.1
うち宿泊	2.4	2.5	2.7	2.6	1.8	1.7
うち日帰り	27.7	27.7	28.4	37.1	23.4	23.5

資料：北海道観光入込客数調査報告書より



(2) 月別観光入込客数

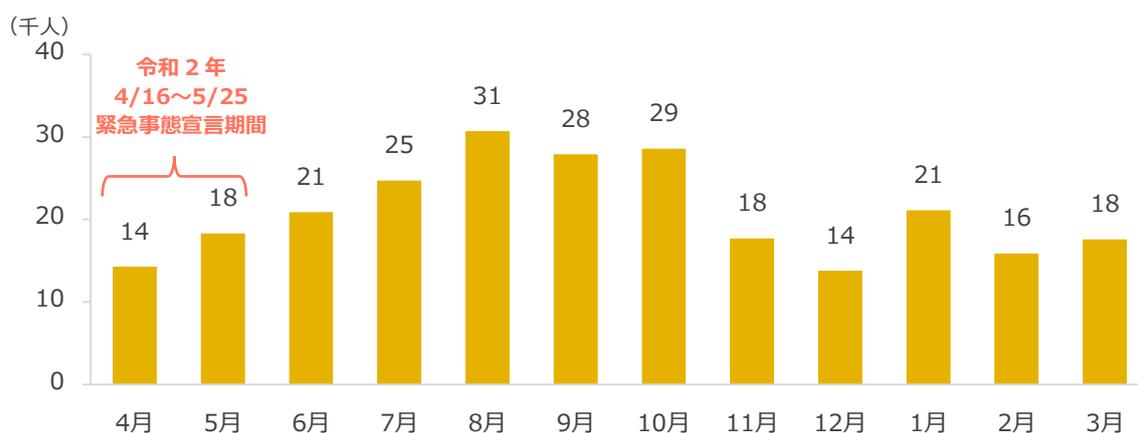
本市は例年、5月の観光入込客数が最も多く、12月が最も少なく、冬期間では1月の入込客数が多くなっています。しかし、令和2年度については、5月ではなく8月が最も多くなっています。

図表 6 美唄市の月別観光入込客数（令和2年度）

(単位:千人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
観光入込客数	14	18	21	25	31	28	29	18	14	21	16	18

資料：北海道観光入込客数調査報告書より



(3) 外国人宿泊客数

本市の外国人宿泊客数は、平成29年度から400人を超え、平成30年度は417人と最も多くなっています。令和2年度と令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響から訪日旅行者が大幅に減少し、0人となっています。

図表 7 美唄市の外国人宿泊客数

(単位:人)

	H28年度 (2016)	H29年度 (2017)	H30年度 (2018)	R元年度 (2019)	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)
外国人宿泊客数	77	413	417	366	0	0

資料：北海道観光入込客数調査報告書より



(4) 交通アクセス

本市は、札幌市と旭川市のほぼ中間に位置し、道央自動車道を利用して、札幌から約60分、旭川から約50分、新千歳空港からも約70分でアクセスすることができます。

また、JRを利用して、札幌から35分、旭川から51分、新千歳空港から70分とアクセスしやすく、交通の利便性は高い状況にあります。

今後、本市と富良野方面を結ぶ道道135号美瑛富良野線の開通が予定されています。富良野・美瑛、旭川といった定番の観光ルートと札幌や新千歳空港の中継地に位置することで、地理的優位性を有すことから、観光客の立ち寄り地点となることが期待されます。

図表 8 美瑛市へのアクセス



2-3 美唄市の観光アトラクション

(1) 観光アトラクションとは

本市の観光需要を生み出す魅力を指して「観光コンテンツ」という用語が一般的に使われていますが、本ビジョンでは「観光アトラクション」という用語を用いています。

「観光コンテンツ」とは、メディアを通じて提供される観光情報の「中身」を指す言葉であり、観光資源や魅力の源泉という意味ではありません。また、旅行動機を創出するのは「中身」とは限りません。

例えば、本市への移住を想定している人はコンテンツではなく、本市と自身をつなぐストーリーによって訪問動機を形成する場合もあり、「何となくホッとすることから」、「懐かしさを感じるから」といった理由で来訪する旅行者にとっては、むしろ「中身ではないもの」が訪問の動機になります。

「観光アトラクション」とは、中心的価値を構成するものであり、学術的にもその解明が進んでいること、また国外のデスティネーションでは一般的にこの用語が使われているため、本ビジョンにおいては、「観光コンテンツ」ではなく「観光アトラクション」という用語を使用することとします。

(2) 3つのカテゴリの観光アトラクション

旅行者の訪問需要は、複数の観光アトラクションへの需要で構成されることが多く、それはヒエラルキー^(注2)を形成しています。

第1次観光アトラクションは、訪問の根本的な動機を最も形成するもので、本市を訪れる必要性を創出していく観光アトラクションです。よりわかりやすく表現すると「そのためだけに来ても良い」と思わせるアトラクションと読み替えることができます。

第2次観光アトラクションは、訪問の根本的な動機ではなく旅行者が事前に認識しているもので、第1次観光アトラクションの誘因力を補完するものとして、季節を代表するイベント等「せっかくなら行ってみたい」と思わせる観光アトラクションといえます。

第3次観光アトラクションは、訪問するまで認識されていませんが、現地で旅行者が興味を持ったたり楽しむことができるアトラクションです。

どれだけ網羅的な政策に取り組んだとしても、重要なのは第1次観光アトラクションと第2次観光アトラクションをいかに創り出せるかに加え、各観光アトラクションの磨き上げによる価値や魅力の向上、更には各観光アトラクションを結ぶ観光ルートの造成を行うことができるかということになります。

本市の観光アトラクションについては、既に誘客の強みとなっている「安田侃彫刻美術館 アルテピアッツァ美唄」、「東明公園」、「宮島沼」、「美唄焼き鳥」、「ピパの湯ゆ〜りん館」を「芸術・デザイン」、「自然」、「歴史・郷土・文化」に分類し、そのカテゴリごとにそれぞれの観光アトラクションを整理しています。

※注2 ヒエラルキーとは、「階層」「階級制」を意味する言葉。ピラミッド型階級によって成り立つ秩序や組織、及びそれを説明している図のこと。

図表 9 美幌市のカテゴリ別のヒエラルキー図

	芸術・デザイン	自然	歴史・郷土・文化
第1次観光アトラクション 訪問の根本的な動機	安田侃彫刻美術館 ア ルテピアッツァ美幌	東明公園 宮島沼	美幌焼き鳥 ビバの湯ゆ〜りん館
第2次観光アトラクション 訪問の根本的な動機ではないが、 認識されている	café stoven 美幌市体験交流館 HOTEL BIJIKO	我路ファミリー公園キャンプ場 美幌国設スキー場 BIBAI SNOW LAND 美幌市パークゴルフ場 美幌RVパーク	旧桜井家住宅 旧東明駅 空知神社 炭鉄港（日本遺産） 炭鉱メモリアル森林公園 とりめし びばいさくら(まつり) びばい歌舞裸まつり びばい雪んこまつり ビバオイヘルシーロードレース 袋入りやきそば
第3次観光アトラクション 現地で認識され興味を持つ	チョークアート	サイクリングコース 農泊体験 ハスカップ狩り 美幌湿原 美幌ダム 美幌山 ふるさとの見える丘展望台 北海道溜池発祥の地	樺戸道路 くるみもち 屯田騎兵隊火薬庫 日本一の直線道路 沼貝開拓記念碑 美幌市郷土史料館 美幌屯田兵屋 美幌ブラックダイヤモンドズ 三菱美幌記念館 三菱美幌炭鉱歴史坑槽

※この図では、観光アトラクションとして、本市の観光資源の一部を記載しております。



2-4 観光地域づくりの推進

本市では、前ビジョンにおいて、魅力ある観光地域づくりを推進するため、「将来的なDMO^(注3)形成に向けた、観光関係団体との連携と観光地域づくり組織確立の支援」を掲げてきました。

このことから、令和2年7月には、観光庁の補助事業の採択を受けて、市内関連団体で構成する「ステイびばい推進協議会」を立ち上げ、周遊・体験・滞在コンテンツの造成のため、令和2年度及び令和3年度において各種実証事業を実施するなど、DMOの前身となる組織づくりを進めてきました。

令和4年11月には任意団体から一般社団法人への移行に伴い、名称を「ステイびばい」に変更し、将来的には、アウトドアやワーケーション^(注4)、アートといったテーマを用いて、多様な滞在型体験交流プログラムの創造や滞在コンテンツ造成など、本市の観光資源を生かした居心地の良い滞在環境を構築し、滞在人口やリピーターを含めた関係人口の創出と拡大を推進するとともに、観光庁の観光地域づくり法人（DMO）認定を目指しています。

今後は、「ステイびばい」や美唄観光物産協会など市内関連団体と連携を図りながら、本ビジョンに基づく具体的な施策を推進し、交流人口や関係人口の創出・拡大とともに、魅力ある観光地域づくりの推進に取り組みます。

※注3 DMOとは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

※注4 ワケーションとは、「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語で、観光地やリゾート地で働きながら休暇を取ること。

■ステイびばい

目的：美唄市・美唄観光物産協会・美唄商工会議所等の団体や、市内事業者が手を取り合い、協働して様々な取組を行いながら、滞在人口やリピーターを含めた交流人口や関係人口の増加を推進するほか、来訪者との関わりにより住民自身の満足度が高まるよう取組み、地域経済の活性化を目指す。

構成：市内約30の商工・観光関連団体など



第3章 美唄市の課題整理

3-1 前ビジョンの取組・成果

基本方針1 魅力ある観光づくり

観光資源の磨き上げとそれらを活用した継続事業の実施や観光商品の充実を図るため、DMOの前身団体として「ステイびばい推進協議会」を立ち上げ、サイクル、アート、雪などを生かしたイベントやツアーを開催してきました。また、農商工連携として新商品の開発やオンラインショップの開設、首都圏アンテナショップの開設などを実施しました。

アクションプラン	平成30年度～令和4年度の取組・成果
■ サイクルツーリズムの開発 ・サイクリスト向けの旅行商品やポタリングの開発等を行い、サイクルイベントを開催する。	■ 旅行商品の開発を行うDMO組成を検討 ■ サイクルイベントを開催 ・びばいカントリーライド、びばいカントリーライド2019を開催
■ アートツーリズムの開発 ・アートツーリズムのマーケティング調査と着地型観光商品 ^(注5) の造成、誘客を図る。	■ 旅行商品の開発を行うDMO組成を検討 ・観光地域づくり推進協議会設立準備会検討部会を開催 ■ アートツーリズムの受入 ・タイアーティストツアー実施 ■ アートを活用した体験・交流づくりの実証実験 ・デジタルアートを活用したチームラボお絵かき水族館
■ 雪を活用した観光商品の開発 ・雪エネルギー利用施設やスノーアクティビティ等を資源とした商品の開発を図る。	■ 新たな旅行商品の開発を取組 ・美唄スノーランド、美唄スノーランドフェスティバル、雪遊びキャンプを開催
■ その他、地域資源を活用した着地型観光商品の開発・販売支援 ・郷土料理「とりめし」や「美唄焼き鳥」、「炭鉱の歴史」や「開拓の歴史」を生かしたプログラム、「宮島沼」を活用したプログラム等の開発、販売支援を行い誘客を図る。	■ 旅行商品の開発を行うDMO組成を検討 ・観光地域づくり推進協議会設立準備会検討部会 ・ビジューツアーズと共同で「日本語&文化体験」教育旅行プログラムを開発 ・誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証実験、訪日外国人旅行者周遊促進事業～周遊・体験・滞在近店の造成モニター事業を実施
■ 広域観光ルートに対応したルート造成 ・新千歳空港～札幌～旭川の中継地点としての立地を生かし、「きた北海道広域ルート」と連携した動線づくりを強化する。	■ 「きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会」との連携によるPR等 ・協議会HPへの市内観光スポット・イベント掲載 ■ 札幌、旭川等と本市を組み合わせた周遊ツアーの造成
■ 空知エリアのコンテンツを活用した「美唄発」のルート造成・商品化 ・空知エリア内の観光コンテンツを「美唄発」で楽しめるルートを作成する。	■ 旅行商品の開発を行うDMO組成を検討 ・観光地域づくり推進協議会設立準備会検討部会 ・観光庁誘客多角化のための魅力的な滞在型コンテンツ造成に向けて実証調査 ・訪日外国人旅行者周遊促進事業
■ 特産品の企画・ブランド化・販売戦略構築 ・特産品のブランド化に向け、新商品の企画、販売方法を検討し、「美唄焼き鳥」など地元グルメの団体商標登録と販売促進を図る。	■ 農商工連携による新商品開発や販路開拓 ■ 地域おこし協力隊による新商品開発等 ・「BIBAI NOTE」オンラインストア開設 ■ 特産品のPRによる販売促進 ・特産品の販売を通じたPR、美唄マルシェ、カントリーライドでの市内外への特産品PRを実施 ■ 首都圏アンテナショップ開設
■ DMO形成に向けた、観光関係団体との連携と観光地域づくり組織確立の支援 ・DMOの形成に向け、自主財源確保の仕組みづくりや組織確立に向けた支援。	■ 関係者によるDMO組成の検討 ・観光地域づくりを推進する協議会として「ステイびばい推進協議会」を設立
■ イベント、着地型観光プログラムの商品化支援 ・三大イベントの着地型観光商品化に向けた企画内容の検討、パンフ作成や販売支援等を実施。	■ イベントの開催支援 ・美唄観光物産協会補助事業 ・びばいさくら、びばい歌舞裸まつり、美唄雪んこまつり、のあそびキャンプを開催

※注5 着地型観光商品とは、旅行者を受け入れる地域(着地)側がその地域のおすすめの観光資源を活用した観光商品や体験プログラムのこと。

基本方針2 国内外への積極的な情報発信

国内の観光客に対しては、観光ポータルサイトの「bibai color」や「BIBAI NOTE」を新たに開設したほか、旅行雑誌やWEBなどの各種メディアを利用した情報発信に取り組むとともに、道内外の物産展へ出展し、PR活動を行いました。海外観光客の誘客促進としては、台湾やタイ等をメインターゲットとしたプロモーションとしてフェイスブックによる情報発信やツアー造成、インターンシップ事業、教育旅行の受け入れなどを実施してきました。

また、情報発信媒体として、多言語対応のデジタルサイネージ^(注6)の整備や観光ポータルサイトの2か国語対応等にも取り組みました。

※注6 デジタルサイネージとは、ディスプレイやプロジェクターなどの電子表示機器を使って情報発信するシステムのこと。

アクションプラン	平成30年度～令和4年度の取組・成果
■観光ポータルサイトの充実・改修 ・コンテンツ整理、リアルタイムな情報更新、多言語化を図る。	■観光ポータルサイトの充実 ・美唄観光物産協会公式HP「bibai color」新設 ・「BIBAI NOTE」オンラインストア開始
■スマートフォン用アプリケーションの活用 ・スマートフォン用の観光情報アプリの内容充実とPR活用	■スマホアプリ観光VRの充実・活用 ・観光アプリケーション開発・運用委託事業により新たな動画映像を撮影 ・楽と一ぱんシステム
■観光パンフレットのリニューアル、多言語対応 ・着地型観光パンフレットを多言語で作成	■観光パンフレットの作成 ・ブチ JP01、観光パンフレット「時とすごす。まちと暮らす。あした、びばいへ」作成 ・デジタルサイネージ整備
■各種メディアを活用した情報発信 ・国内の旅行雑誌やWEBを活用した情報発信	■旅行雑誌やWEBを活用した情報発信 ・「北海道生活」「HO」にタイアップ記事掲載 ・美唄市経済観光課フェイスブックによる情報発信
■効果的なプロモーションによるPR活動の展開 ・地域イベントの開催や道内外の物産展に出展し、PRを実施。	■道内外の物産展に出展し、PR ・札幌ビアガーデンふるさとPRステージでの観光プロモーション ・北海道フェアin代々木に出展 ・首都圏アンテナショップでの北海道美唄フェア
■対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な誘客の推進 ・国際旅行博等へ出展し、「サイクルツーリズム」「アートツーリズム」等に興味を持つマーケットのリサーチ、誘客促進を図る。	■台湾をターゲットとしたプロモーションを実施 ・台湾トップセールス、旅行業者・雑誌等に対するプロモーションを実施 ・道空知総合振興局が招へいた台湾有名ブロガーによる情報発信 ■タイをターゲットとした観光誘致を推進 ・「Welcome to Bibai City for Thai」フェイスブックによる情報発信 ・「タイ・日本芸術文化交流ツアーinタイ」にてNPOアルテピアッツァびばいと共同で美唄市観光PRを実施
■海外現地企業と連携したプロモーションの実施 ・特に台湾・タイ等の注力マーケットの現地企業と連携。	■台湾・タイの現地企業と連携したプロモーション、ツアー造成を実施 ・台湾トップセールス、旅行業者・雑誌等に対するプロモーションを実施 ・ビューティナトリップ2018(タイ歌手ファンツアー)、カルチャーラベル(タイ)との連携によるツアー造成 ・タイ・日本芸術文化交流ツアーin美唄、市教育委員会と連携しツアー実施後、「環境事象と芸術」展覧会で美唄市PRを実施 ・タイ・日本芸術文化交流ツアーinタイ、NPOアルテピアッツァびばいと共同で美唄市観光PRを実施 ・マレーシアアップル社社長 美唄市来訪
■海外大学生インターンシップ事業の実施 ・台湾やタイ等の学生インターンシップの受け入れを実施。	■中華大との連携協定によるインターンシップ事業実施 ・中華大学インターンシップ
■教育旅行の受け入れ ・受入環境整備、教育旅行の誘致促進を図る。	■海外の教育旅行受入環境整備 ・やさしい日本語講座、おもてなしの英会話講座を開催 ■日本語教育旅行プログラムの造成・プロモーション ・教育旅行推進のための滞在型戦略的プログラム作成及びプロモーション委託 ■海外の教育旅行受入の実施 ・ラーズニースクール(タイ)、マヒドン大学(タイ)スタディーツアー ・金門大学(台湾)研修旅行、台湾松田塾教育旅行、東海大留学生ツアー兼やさしい日本語研修 ・ラチャモンコン(タイ)視察

基本方針3 観光客のニーズに対応した受入環境整備の充実

受入体制整備として、ピパの湯ゆ〜りん館にサイクリスト向け宿泊施設 ANNEX を増設したほか、JR 美唄駅前の観光拠点として、HOTEL BIJIKO の整備を支援するとともに、サイクリングをサポートする仕組としてレンタサイクルの運営やサイクルポートの設置を行いました。

また、プロモーションを強化した台湾やタイを始めとする海外からの誘客を促進・強化するため、コーディネーターの配置、おもてなしセミナーの開催を行ってきました。

住民の満足度を向上させる取組としては、デジタルアートを活用した実証実験等を実施するなど、住民が積極的に体験できる本市の観光コンテンツの検討を行いました。

アクションプラン	平成 30 年度～令和4年度の取組・成果
■外国人観光客誘致に必要なコーディネーターの配置 ・タイ、台湾等の誘客を促進するコーディネーターを配置。	■コーディネーター配置 ・海外企業現地プロモーション委託、ジモノ工房への委託による現地コーディネーター配置 ・タイ語対応を行う嘱託職員、会計年度任用職員の配置 ・台湾出身の地域おこし協力隊員の配置
■観光ホスピタリティの醸成 ・市民ガイドの検討、おもてなしマインドの醸成、市民が観光コンテンツを体験する機会の創出、市民の海外経験を奨励する仕組の検討。	■ガイド、おもてなしに係るセミナー等を開催 ・サイクルガイド講習会、サイクルツーリズムフォーラム、ムスリムおもてなしセミナー、外国人観光客受入セミナー、観光ボランティアガイド入門セミナー、やさしい日本語講座、おもてなしの英会話講座、オンラインやさしい日本語講座を開催
■民泊の検討・仕組づくり支援 ・空き家等での民泊の検討・仕組づくり。	■空き家活用を検討実施
■宿泊施設等の整備促進 ・道道美唄富良野線の開通に伴い、宿泊施設や新たな交流施設等の整備検討。	■新たな宿泊・交流施設の建設・支援 ・ゆ〜りん館 ANNEX、HOTEL BIJIKO オープン ・地域経済循環創造事業、美唄駅前に宿泊観光拠点施設を整備する事業に対する支援
※宿泊事業者支援	■新型コロナウイルスの影響による宿泊事業者支援 ・泊まって応援びばい割
■観光インフォメーションセンターの設置 ・市民と道内外・海外の観光客の交流が促進できるインフォメーションセンターの設置を推進。	■インフォメーションセンター設置に向けた検討 ・駅前ホテル内インフォメーション設置しデジタルサイネージを賃貸借
■インターネット環境・案内標識等の整備 ・Wi-Fi 環境整備、観光に必要な案内標識の整備を図る。	■既存設備(設置済み Wi-Fi、看板)の管理 ・デジタルサイネージの整備(機器の賃貸借) ・駅前の市内案内看板更新
■マーケットデータの収集・分析による戦略づくり ・データ収集・分析を行い、観光のマーケティング、戦略を更新。	■データ収集 ・観光入込客数調査、観光マーケティング調査を実施
■サイクリングコース・拠点施設・休憩施設等サービスの充実 ・サイクリングコースや観光の拠点施設の整備、休憩場所、サポートできる仕組の整備、情報発信に取り組む。 ・拠点施設における交流、修理スペース等の機能充実、サイクルポートの登録、レンタルサイクルの検討。 ・WEB による各種情報提供、サイクリングマップの更新。 ・現地ガイド・案内人の育成。	■サイクリングコース・施設の充実 ・ゆ〜りん館 ANNEX をサイクリング拠点施設として交流、修理組立スペース、レンタサイクル運営 ・HP、FBを活用しての発信 ・サイクルガイド講習会開催 ・サイクルポート登録 ・レンタサイクル、子供レンタサイクルの導入
■スポーツイベント・大会の開催、合宿の誘致 ・スポーツ施設を活用したイベント・大会や合宿の誘致。	■スポーツ合宿の誘致 ・スポーツ合宿誘致パンフレットの配布、HP 掲載

アクションプラン	平成30年度～令和4年度の取組・成果
■おもてなし外国語、やさしい日本語による語学講座の実施 ・外国語でのコミュニケーション、日本語で気持ちを伝えるマインド講座などを実施。	■語学講座の実施 ・おもてなしの英会話講座、出張英会話講座、日本語で気持ちを伝えるマインド講座、やさしい日本語講座を開催 ・YouTubeを活用した美唄の取組
■2次交通の利便性向上 ・市民バス、タクシーなどの2次交通を利用しやすいように検討。	■市民バスの路線検討 ・実証運行ののち、本格運行の実施 ・美唄市地域公共交通計画の策定
■観光人材の確保・スキルアップ ・観光地域づくりに向けた人材育成や市民意識の醸成を図る。	■観光人材の確保・育成に向けたセミナー等開催 ・サイクルガイド講習会、サイクルツーリズムフォーラム、ムスリムおもてなしセミナー、観光ボランティアガイド入門セミナー、やさしい日本語講座を開催
■観光客を温かく迎える市民意識の醸成 ・市民一人一人が観光客を温かく迎える市民意識の醸成を図る。	■おもてなしの気運醸成を図るセミナー等開催 ・サイクルガイド講習会、サイクルツーリズムフォーラム、ムスリムおもてなしセミナー、観光ボランティアガイド入門セミナー、やさしい日本語講座を開催
■美唄観光コンテンツの充実 ・美唄の観光コンテンツを、住民が積極的に体験できる方策を検討。	■デジタルアートを活用した着地型コンテンツ実証実験を実施
■地域におけるサイクリングの促進 ・多くの地域住民がサイクリングの魅力を知り、楽しむとともに自転車に関する健康面や環境等のメリットについての理解を深める機会を設けるなど地域住民のサイクリング促進を図る。 ・地域住民向けのサイクリングイベント・セミナー開催、サイクリング情報の発信	■セミナーの開催 ・サイクルツーリズムフォーラム開催 ■地域住民向けのサイクリングイベントの開催 ・ファミリーサイクリング開催

【目標値に対する進捗状況】

	基準値 平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
観光入込客数	300,872人	302,285人	311,002人	396,579人	251,467人 〔目標※1 900,000人〕	252,343人
観光消費額	7億円	7.2億円	7.7億円	8.5億円	5.4億円 〔目標 14億円〕	5.5億円
旅行商品の企画 実施件数	0件	0件	0件	0件	0件 〔目標 3件〕	0件
観光PR活動 年間実施回数	18回	15回	23回	20回	2回 〔目標 20回〕	3回
観光情報ホームページ年間 アクセス件数	27,337件	31,574件	23,738件	算出不可※2	- 〔目標 50,000件〕	-
住民の「市外友人・知人 を美唄に案内したい」 割合	36% (H29調査)	-	-	-	〔目標 60%〕	-

※1：前計画策定時の目標数値

※2：2つの観光情報HPを統合後、アクセス数のカウント機能がないため

3-2 アンケート調査結果

本市では、令和3年2月に本市を除く道内居住者と北海道の訪問経験がある道外居住者を対象にした、観光に関するアンケート調査をしました。また、令和4年6月に美唄市民を対象にした、本市の観光資源に関するアンケート調査をしました。

(1) 観光客向け調査

調査対象：美唄市を除く空知総合振興局管内、札幌圏、旭川圏に居住する15～69歳の男女400名
北海道外に居住し、北海道の訪問経験がある15～69歳の男女400名 合計800名

調査方法：インターネットモニター調査

調査期間：令和3年2月19日（金）～2月24日（水）

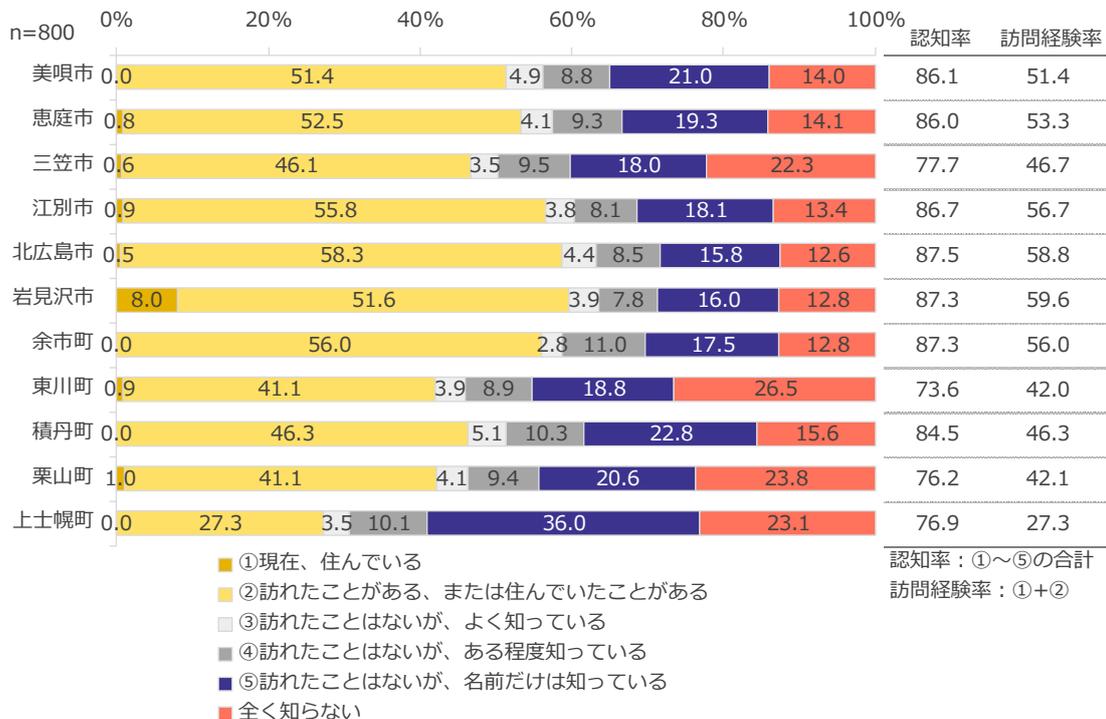
① 自治体の認知度

各自治体の認知率については、北広島市が87.5%で最も高く、次いで岩見沢市、余市町が各々87.3%、江別市が86.7%、美唄市が86.1%となっています。

訪問経験率については、岩見沢市が59.6%で最も高く、次いで北広島市が58.8%、江別市が56.7%となっています。

本市の認知度については、「訪れたことがある、または住んでいたことがある」が51.4%で最も高く、次いで「訪れたことはないが、名前だけは知っている」が21.0%、「全く知らない」が14.0%となっています。

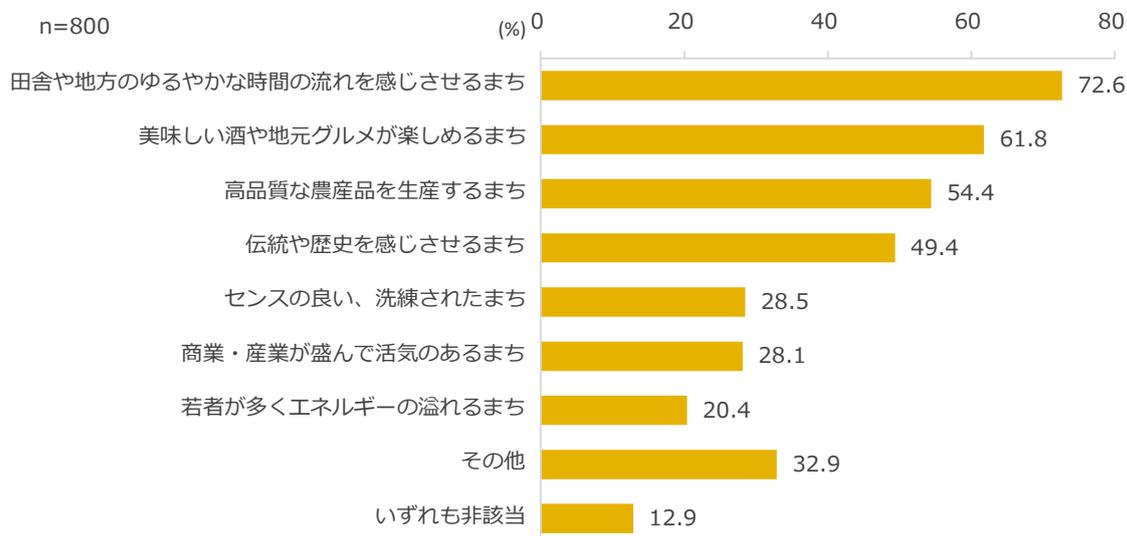
図表 10 美唄市と他参考自治体の認知度



② 美唄市のイメージ

本市のイメージについては、「田舎や地方のゆるやかな時間の流れを感じさせるまち」が72.6%で最も高く、次いで「美味しい酒や地元グルメが楽しめるまち」が61.8%、「高品質な農産物を生産するまち」が54.4%となっています。

図表 11 美唄市のイメージ

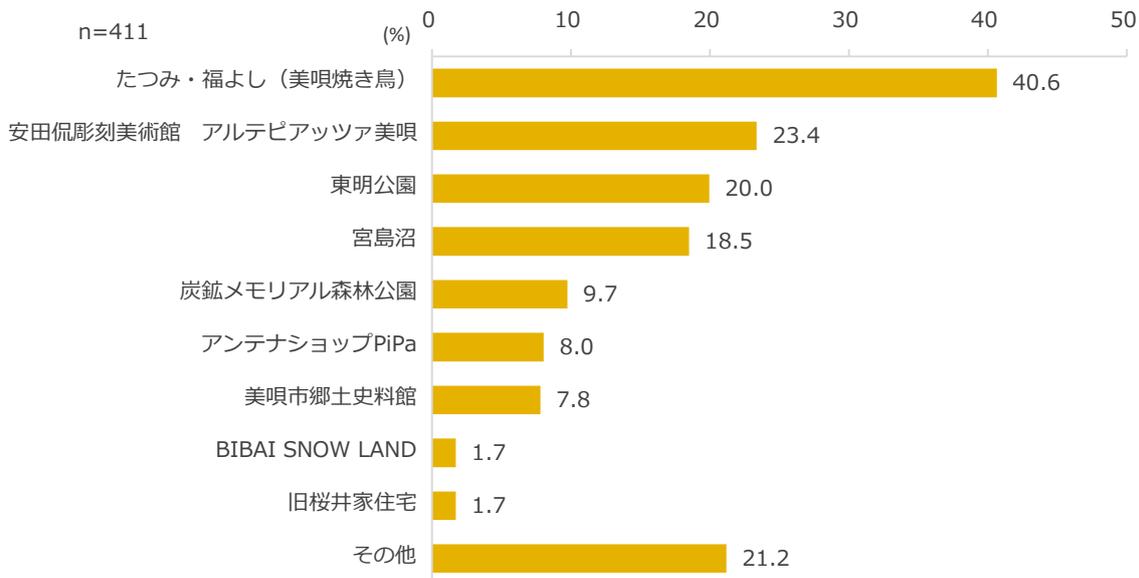


③ 直近に美唄市を訪れた際の訪問場所

(回答条件：美唄市に現在住んでいる、又は居住経験、訪問経験がある人)

美唄市の訪問場所については、「たつみ・福よし（美唄焼き鳥）」が40.6%で最も高く、次いで「安田侃彫刻美術館 アルテピアッツァ美唄」が23.4%、「東明公園」が20.0%となっています。

図表 12 直近に美唄市を訪れた際の訪問場所

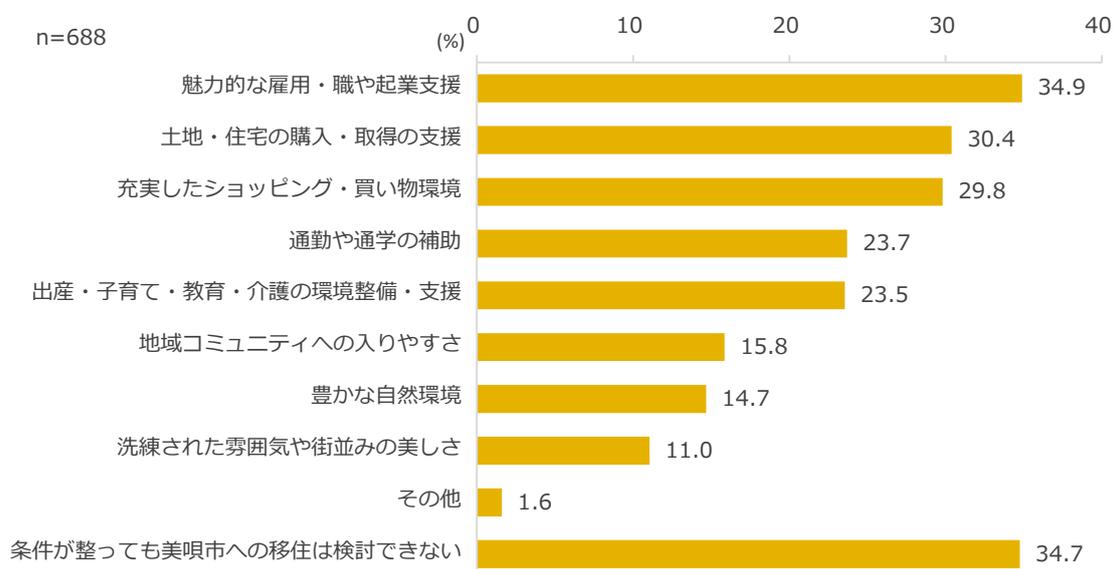


④ 美唄市への移住検討時の必要条件

(回答条件：美唄市に現在住んでいる以外の人)

本市への移住検討条件については、「条件が整っても美唄市への移住は検討できない」を除くと、「魅力的な雇用・職や起業支援」が34.9%で最も高く、次いで「土地・住宅の購入・取得の支援」が30.4%、「充実したショッピング・買い物環境」が29.8%となっています。

図表 13 美唄市への移住検討時の必要条件

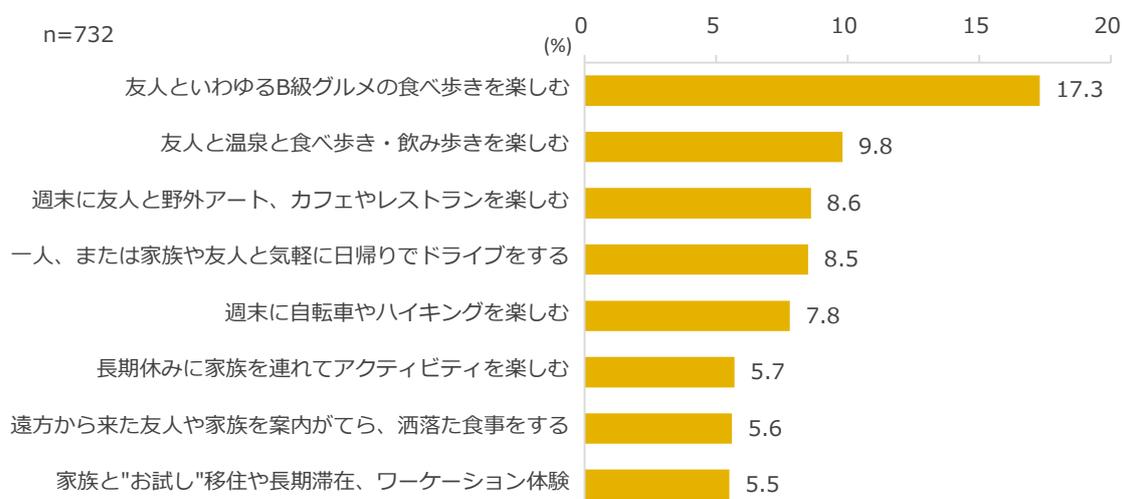


⑤ 美唄市に対する評価

旅行テーマごとにふさわしい市町村として「美唄市」を選択した比率は、「友人といわゆるB級グルメの食べ歩きを楽しむ」が17.3%で最も高く、次いで「友人と温泉と食べ歩き・飲み歩きを楽しむ」が9.8%、「週末に友人と野外アート、カフェやレストランを楽しむ」が8.6%、「一人、または家族や友人と気軽に日帰りでドライブをする」が8.5%となっています。

これらの結果から、本市を『食や温泉を気軽に楽しめる場所』として捉えていることがうかがえます。

図表 14 美唄市に対する評価



(2) 市民向け調査

調査対象：美唄市内に在住する18歳以上の男女400名を無作為に抽出・発送

調査方法：郵送調査

調査期間：令和4年6月24日（金）～7月7日（木）

発送数	回収数	回収率
400件	117件	29.3%

① 美唄市を友人・知人におすすめしたい

本市を友人・知人におすすめしたいかについては、「とても思う」2.6%と「やや思う」17.1%を合わせた《おすすめしたいと思う》が19.7%となっています。「あまり思わない」32.5%と「まったく思わない」13.7%を合わせた《おすすめしたいと思わない》が46.2%と、消極的な意見の方が5割に近く、市民の皆さんにもっと自慢に思えるコンテンツを体感していただく必要があると思われます。

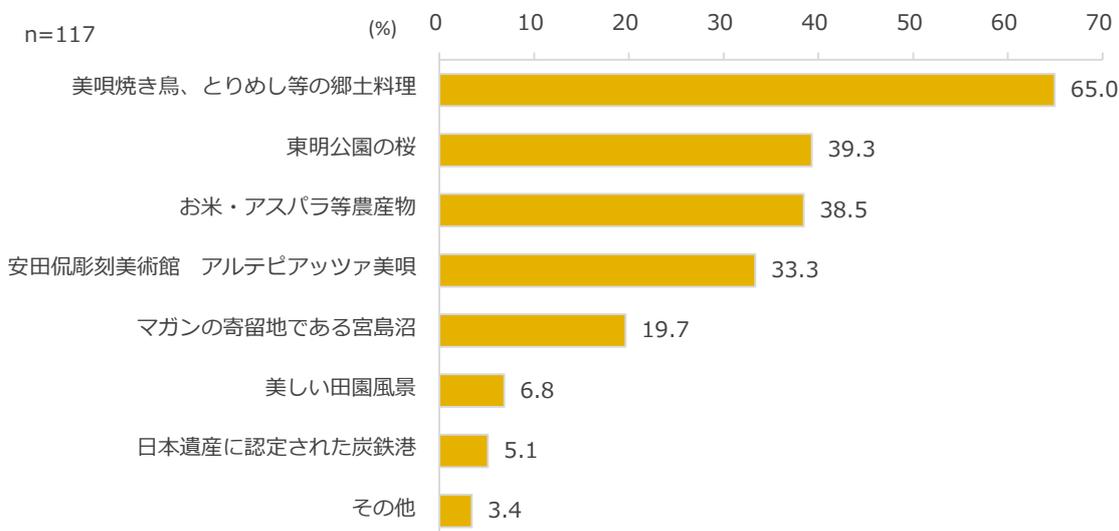
図表 15 美唄市を友人・知人におすすめしたい



② 美唄市のおすすめ

本市の何がおすすめかについては、「美唄焼き鳥、とりめし等の郷土料理」が65.0%と最も高く、次に「東明公園の桜」が39.3%、「お米・アスパラ等農産物」が38.5%となっています。

図表 16 美唄市のおすすめ



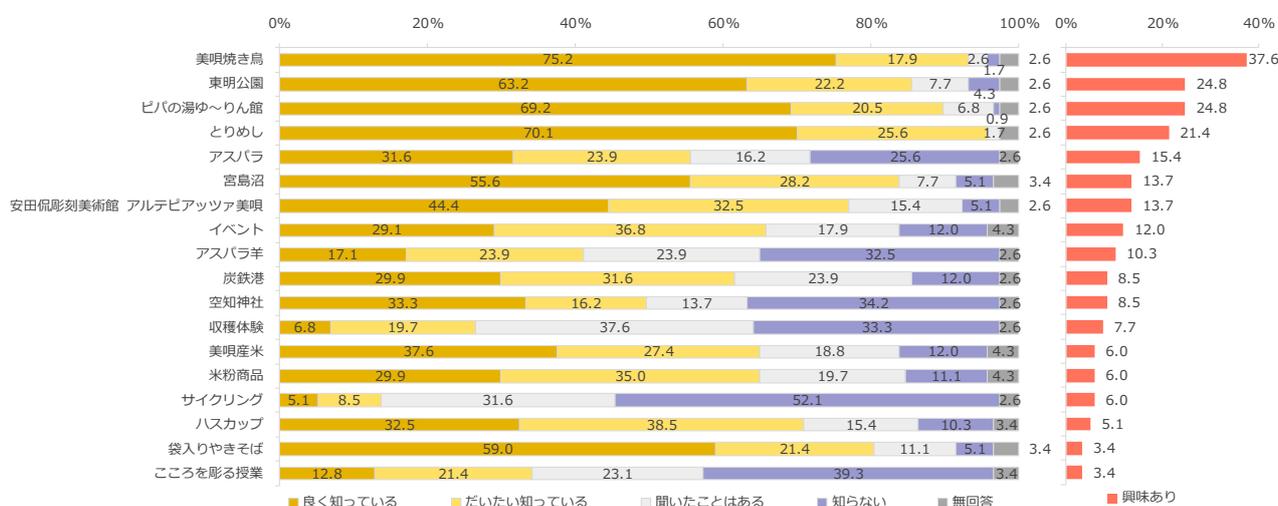
③ 美唄市の観光コンテンツ

本市の観光コンテンツの認知割合で、「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことはある」の合計が9割を超えている項目は、とりめしが97.4%、ピパの湯ゆ〜りん館が96.5%、美唄焼き鳥が95.7%、東明公園が93.1%、安田侃彫刻美術館 アルテピアッツァ美唄が92.3%、宮島沼と袋入りやきそばが91.5%の6項目となっています。

各コンテンツの興味については、美唄焼き鳥が37.6%と最も高く、次に東明公園とピパの湯ゆ〜りん館が24.8%、とりめしが21.4%となっています。いずれも認知割合が9割を超えているコンテンツです。

また、アスパラ羊は認知割合が64.9%と他コンテンツより低くなっていますが、興味のある割合は10.3%と1割を超えていて、本市の魅力の1つとなるコンテンツの可能性が 있습니다。

図表 17 美唄市の観光コンテンツ



④ 美唄市に観光客が増えることについて

観光客が増えることについて、「賛成」51.3%と「どちらかと言えば賛成」17.9%を合わせた《賛成》が69.2%と、7割近くの方が賛成意見となっています。

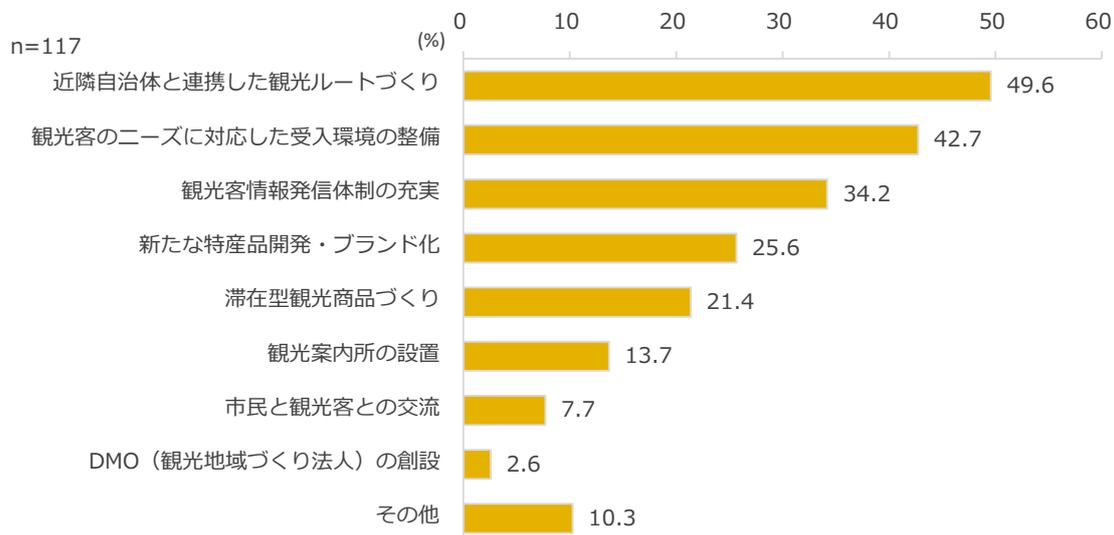
図表 18 美唄市に観光客が増えることについて



⑤ 美唄市の観光客増加に重要だと思うもの

観光客の増加に重要だと思うものは、「近隣自治体と連携した観光ルートづくり」が49.6%で最も高く、次に「観光客のニーズに対応した受入環境の整備」が42.7%、「観光客情報発信体制の充実」が34.2%となっています。

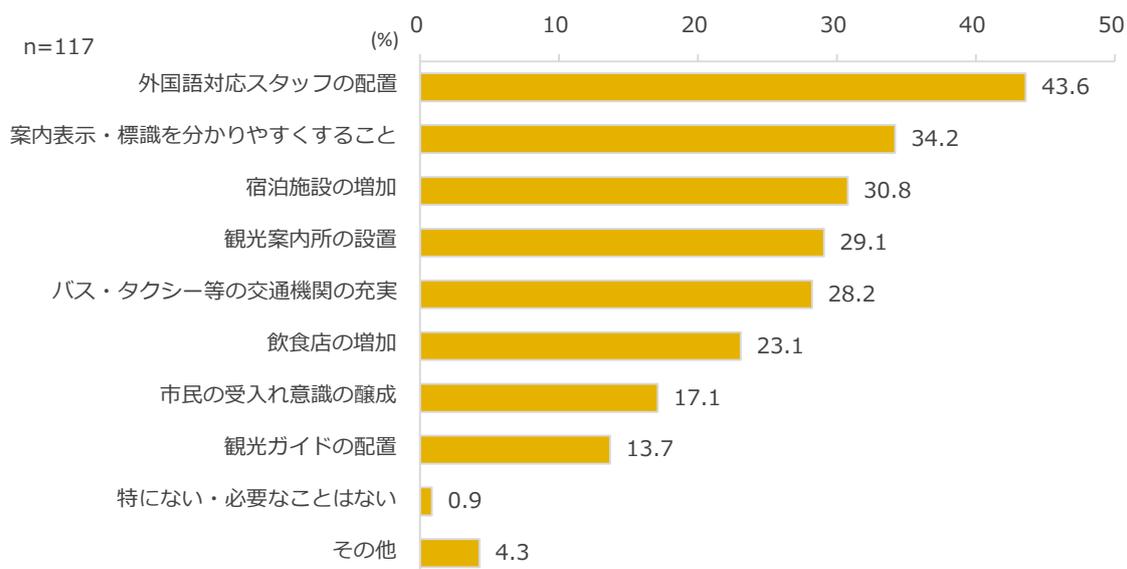
図表 19 美唄市の観光客増加に重要だと思うもの



⑥ 美唄市に訪れる外国人観光客に必要なと思うもの

外国人観光客に必要なと思うものは、「外国語対応スタッフの配置」が43.6%で最も高く、次に「案内表示・標識を分かりやすくすること」が34.2%、「宿泊施設の増加」が30.8%となっています。

図表 20 美唄市に訪れる外国人観光客に必要なと思うもの



3-3 美唄市観光の課題

前ビジョンの取組やアンケート調査結果から得られた課題を以下に整理しています。

(1) 自治体としての認知度不足

市外・道外在住者にとって「美唄市」という地名の認識はあっても、何を強みにしているのか、どのような観光アトラクションがあるのかなど、自治体としての認知度が高いとは言えない状況にあります。

今後は、本市のイメージを明確にすることを始め、その認知度を高めるため、本市の特徴を明確にしたコンセプトのもと観光施策を展開するとともに、市外・道外への情報発信の強化を図る必要があります。

また、既に本市を知っている、本市に所縁や思い入れのある方や「ふるさと美唄応援団」に登録している方等が、更なる興味・関心を持つような積極的な情報発信を進めることで、関係人口・交流人口の創出・拡大に努めることが重要です。

(2) 主要ではない観光アトラクションの認知度不足

本市では「食」、「自然」、「歴史文化」、「芸術」など、各カテゴリで主要となる観光アトラクションの認知度は高く、市民や観光客へはその魅力が伝わっていることが調査結果から確認できます。しかし、主要ではない観光アトラクションの認知度が低いことに加え、魅力を感じている観光アトラクションも限られていることを始め、認知度の低い観光アトラクションが多いことから、認知度の高い主要観光アトラクションへの訪問のみで市内での行動が完結してしまうことが多く、市内回遊が進んでいないことで宿泊客へとつながらない課題があります。今後は、認知度や魅力度の低い観光アトラクションの磨き上げや情報発信を行うことで、複数のスポットに立ち寄り、市内回遊につなげながら宿泊客数増を目指す取組が重要となります。

(3) 受入環境整備、市民の意識醸成の不足

市内各地の観光アトラクションへの案内看板が目立たなく、情報不足が見受けられることから、市内移動中に観光アトラクション自体を認識されずにそのまま通り過ぎることや、立ち寄りにくい印象を与えていることがうかがえます。そのため、国内外における観光客全体に対する受入環境の整備を図る必要があります。

また、市民にとっても観光アトラクションの認知度は低いものが多く、市民が友人・知人へ本市のことを勧めたいと思わない人が多い状況にあります。

今後は、子どもからお年寄りまで全ての市民が本市の観光を知り、自身が住むまちに誇りを持てるよう、市民の意識醸成を図るための取組や情報発信を図る必要があります。

(4) 周辺自治体との連携

本市の立地は、札幌市や旭川市などの大きな都市への中継地点であるとともに、多くの道外客が始めに北海道に降り立つ新千歳空港からも道央自動車道を利用して約70分の距離にある反面、現状は「ついで寄り」や「目的地」としての認識が低く、休憩や滞在していく観光客等が多くはありません。

今後は、他自治体へ訪問ついでに立ち寄りたくなる、滞在したくなるルートづくりを進めるとともに、空知管内の近隣市町と情報共有や情報発信について連携を図り、広域での周遊ルートを造成する必要があります。

第4章 美唄市観光の目指す姿

4-1 目標像

訪れたいくなる、ずっと居たいくなる、住みたいくなる、 田園文化創造都市びばい

～豊かな食と自然が実り、歴史文化と芸術に触れることができるまち～

第7期美唄市総合計画の都市像「ともに支え合い 分かち合う 田園文化創造都市 びばい」観光・交流の目指す姿「国内外からたくさんの方が美唄に滞在し、関係人口・交流人口が増えています」を踏まえ、本市が目指すべき目標像を「訪れたいくなる、ずっと居たいくなる、住みたいくなる、田園文化創造都市びばい」として設定します。

本市には、基幹産業である「農業」、そして開拓時からの歴史に裏打ちされた「郷土や文化」、アウトドアやアクティビティができる「自然」、世界的彫刻家である安田侃氏の名を冠した「安田侃彫刻美術館 アルテピアッツァ美唄」等の「芸術」を中心に多様な資源があります。

これらの資源を生かしながら、本市を訪れる観光客が「訪れたいくなる」情報発信を行い、「ずっと居たいくなる」ような滞在環境づくりや市民との交流を図り、最終的には「住みたいくなる」ための良好な関係づくりを図ることを目指していきます。

【数値目標】

本ビジョンでは、令和3年度を基準として、5年後の目指すべき数値目標を設定し、目標達成に向けた取組を進めます。

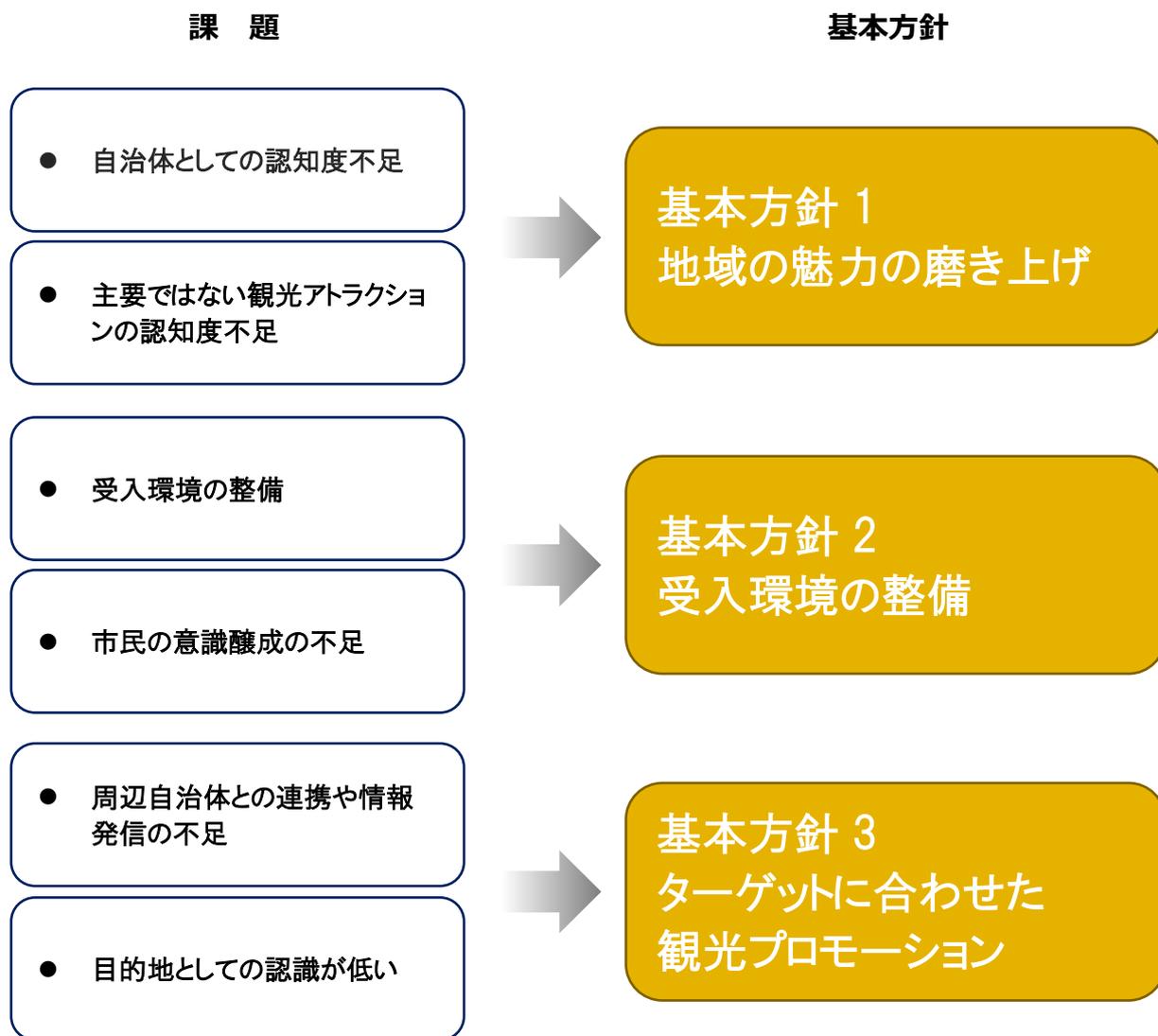
	現状値 令和3年度	目標値 令和7年度
観光入込客数	25.2万人 うち宿泊客 1.7万人 うち日帰り客 23.5万人	60.0万人 うち宿泊客 4.8万人 うち日帰り客 55.2万人
宿泊者延べ数	1.7万人	4.8万人
観光消費総額	17.4億円 うち宿泊 3.1億円 うち日帰り 14.3億円	42.5億円 うち宿泊 8.8億円 うち日帰り 33.7億円

※観光消費総額＝観光入込客数×旅行単価（宿泊1人あたり単価：18,272円、日帰り1人あたり単価6,116円）

※旅行単価は令和4年観光消費額調査結果から算出

4-2 基本方針

美唄市産業振興計画に掲げる具体的な政策の展開を基本方針とし、美唄市観光の現状・課題に基づき「訪れたくなる、ずっと居たくなる、住みたくなる、田園文化創造都市びばい」を実現するための施策・取組を次のとおり定めます。



基本方針 1 地域の魅力の磨き上げ

本市の魅力ある地域資源から本市のイメージを形成し、道内外問わず本市を訪れるきっかけや目的につながるイメージへの確立を目指します。特産品のブランド化や既存の地元グルメの販売促進を行います。

各種観光アトラクションを生かした観光商品の開発や、知名度の低い観光アトラクションの成長を進めます。また、ステイびばいと連携しながら滞在型コンテンツを含むアウトドアへの誘客を進めます。

本市の立地を生かし、周辺自治体と連携しながら北海道の広域観光ルート「きた北海道広域ルート」につながる動線づくりの強化や空知エリアを“美唄発”で楽しめるルートの造成を進めます。

基本方針 2 受入環境の整備

外国人観光客誘致のためのコーディネーターの配置や、道道美唄富良野線の開通に向けた観光拠点施設の整備の検討、誘導サインの整備を図るなど、各観光アトラクションへのアクセスをよくすることで、市内での回遊性向上を目指します。

市民のおもてなし等の観光ホスピタリティの醸成を行う機会の創出や、外国語での簡単なコミュニケーションを図れる講座、事業者向けには接客のための語学講座を実施するとともに、観光ガイドの育成等の人材育成にも努めます。

観光の推進体制を強化するため、ステイびばいと連携だけでなく、美唄市民一人ひとりの意識の醸成を図り、観光客を温かく迎える整備をします。

基本方針 3 ターゲットに合わせた観光プロモーション

観光ポータルサイト、観光パンフレットの情報更新や充実、SNSを活用した情報発信を進めます。また、地域資源を生かした各種イベントの開催や、道内外の物産展などに出展し市の観光情報のPRを行います。

ステイびばいと連携しながら観光マーケティングを実施し、海外誘客の促進として国際旅行博等への出展や現地企業との連携を図ります。また、教育旅行等の受入環境の整備を検討します。

本市に所縁のある方、応援したい方が登録する「ふるさと美唄応援団」や「地域おこし協力隊制度」を活用し、国内外ともに交流人口・関係人口の創出・拡大を図ります。

4-3 施策体系

基本方針	基本施策	アクションプラン
基本方針1 地域の魅力の磨き上げ	(1)美唄市のイメージの確立	① 美唄市のイメージ形成 ② 特産品の企画・ブランド化等の販売戦略構築
	(2)観光アトラクションの開発	① 観光アトラクションの見直し ② 観光アトラクションを生かした観光商品の開発 ③ 滞在型アウトドアコンテンツの開発
	(3)広域での観光連携の促進	① 広域観光ルートの造成 ② 空知エリアの美唄発ルートの造成・商品化
基本方針2 受入環境の整備	(1)受入環境の充実	① 外国人観光客誘致のためのコーディネーターの配置 ② 観光拠点施設の整備検討 ③ 誘導サインなどの整備
	(2)観光を支える人材の育成・確保	① 観光ホスピタリティの醸成 ② おもてなし外国語、やさしい日本語による語学講座の実施 ③ ガイド・インストラクター等の育成
	(3)推進体制の整備	① 「ステイびばい」との連携 ② 観光客を温かく迎える市民意識の醸成
基本方針3 ターゲットに合わせた観光プロモーション	(1)多様な情報ツールを用いた情報発信	① 各種広報媒体の充実 ② 観光プロモーションを活用した情報発信
	(2)観光ターゲットの創出・拡大	① 観光マーケティングの実施 ② 国・地域のニーズに応じた誘客の促進 ③ 教育旅行等の受け入れ
	(3)関係人口の創出・拡大	① ふるさと美唄応援団の活用 ② 地域おこし協力隊制度の活用



第5章 アクションプランの展開

前章までの目標像、基本方針や基本施策に関連する具体的な取組を、アクションプランとして次のとおり設定します。

基本方針 1 地域の魅力の磨き上げ

基本方針1 – (1) 美唄市のイメージの確立

① 美唄市のイメージ形成

「美唄市といえば〇〇〇」「〇〇〇を見るなら美唄市」といった「美唄市のイメージ」を形成し、関係者間での意識共有を図ります。また、イメージは、本市を印象付ける最も重要な要素の一つとなることから、本市の観光資源等の現状を踏まえ、観光関連団体と十分に議論した上でイメージ形成を行います。

イメージ形成後は、道内外への周知を図り、旅のきっかけや目的につながるイメージを確立するため、旅行商品の造成や観光アトラクションの磨き上げを目指します。

具体的な取組内容

- ▶ 本ビジョンの共有
- ▶ 関係者による美唄市のイメージ確立に向けた協議
- ▶ 道内外への美唄市のイメージの周知

② 特産品の企画・ブランド化等の販売戦略構築

特産品のブランド化に向け、新商品の企画、販売方法を検討します。また、「美唄焼き鳥」など地元グルメの販売促進を行います。

具体的な取組内容

- ▶ 新たな特産品開発
- ▶ 首都圏への販路拡大（アンテナショップ）

【基本方針1 – (1) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 美唄市のイメージ形成					
② 特産品の企画・ブランド化等の販売戦略構築					

基本方針1 – (2) 観光アトラクションの開発

① 観光アトラクションの見直し

知名度の低い観光アトラクションを、本市を訪れる「目的」となる観光アトラクションへと成長させるため、課題や改善点の見直しを行い、磨き上げを図ります。

具体的な取組内容

- ▶ 観光アトラクションの見直し
- ▶ 観光アトラクションの磨き上げ

② 観光アトラクションを生かした観光商品の開発

「安田侃彫刻美術館 アルテピアッツァ美唄」を代表としたアートツーリズムやスノーアクティビティ等の雪を活用した観光商品、郷土料理、炭鉱等を生かした観光商品を開発し、誘客を図ります。

具体的な取組内容

- ▶ アートツーリズムの開発
- ▶ 雪を活用した観光商品の開発
- ▶ その他地域資源を生かした滞在型観光商品の開発

③ 滞在型アウトドアコンテンツの開発

アウトドアを目的とした誘客を図るため、アウトドア環境の整備を検討します。また、ステイビバいと連携しながら、滞在型アウトドアコンテンツの開発を進めます。

具体的な取組内容

- ▶ アウトドア環境の整備検討
- ▶ 滞在型アウトドアコンテンツの開発

【基本方針1 – (2) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 観光アトラクションの見直し					
② 観光アトラクションを生かした観光商品の開発					
③ 滞在型アウトドアコンテンツの開発					

基本方針1 – (3) 広域での観光連携の促進

① 広域観光ルートの造成

新千歳空港～札幌～旭川の中継地点としての立地を生かし、動線づくりを強化していきます。

具体的な取組内容

- ▶ 近隣自治体や関係団体との連携強化
- ▶ 広域観光ルートの造成
- ▶ 美唄 RV パークを活用した広域観光ルートの造成

② 空知エリアの美唄発ルートの造成・商品化

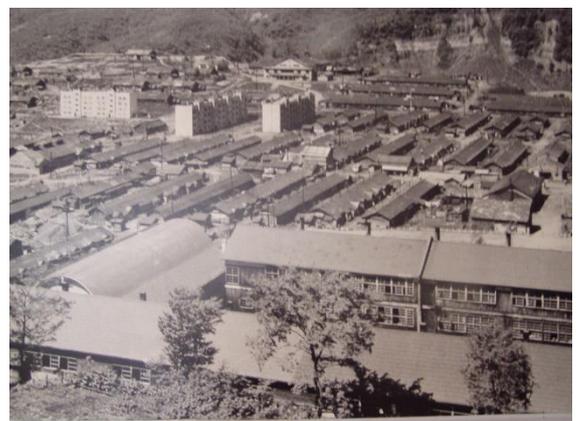
空知エリア内の観光コンテンツについて、ステイびばいと連携しながら”美唄発”で楽しめるルートの造成・商品化に取り組みます。

具体的な取組内容

- ▶ ステイびばいと連携した商品開発
- ▶ 近隣自治体との連携強化

【基本方針1 – (3) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 広域観光ルートの造成					
② 空知エリアの美唄発ルートの造成・商品化					



基本方針 2 受入環境の整備

基本方針 2 - (1) 受入環境の充実

① 外国人観光客誘致のためのコーディネーターの配置

タイ、台湾等の誘客を促進するコーディネーターの配置について、地域おこし協力隊等の活用やステイびばいととの連携により充実を図ります。

具体的な取組内容

- ▶ コーディネーターの育成・配置

② 観光拠点施設の整備検討

道道美唄富良野線の開通に伴い、新たな観光拠点施設等の整備を検討するとともに、市民と観光客の交流促進を図るために観光インフォメーションセンターの機能強化に向けた取組を進めます。

具体的な取組内容

- ▶ 観光拠点施設等の整備検討
- ▶ 観光インフォメーションセンターの充実

③ 誘導サインなどの整備

観光客が市民バス、タクシーなどの2次交通を利用しやすいよう、運行区域などの検討を進め、利便性の高い効率的な運行実施を目指します。

また、初めて訪れる観光客が目的地へとストレスなくアクセスできるよう、各観光アトラクションへの誘導サイン等を設置するとともに、観光アトラクション間での案内の仕組づくりを行うことで、市内における回遊性向上を目指します。

具体的な取組内容

- ▶ 市内バス路線の運行区域に関する協議・検討
- ▶ 誘導サインの整備
- ▶ 観光アトラクション間での案内の仕組づくり

【基本方針 2 - (1) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 外国人観光客誘致のためのコーディネーターの配置					
② 観光拠点施設の整備検討					
③ 誘導サインなどの整備					

基本方針2 – (2) 観光を支える人材の育成・確保

① 観光ホスピタリティの醸成

市民ガイドの検討、おもてなしマインドの醸成、市民が観光コンテンツを体験する機会の創出、市民の海外経験を奨励する仕組みの検討などを行っていきます。

具体的な取組内容

- ▶ おもてなしに関するセミナー等の開催

② おもてなし外国語、やさしい日本語による語学講座の実施

インバウンド観光の受入環境充実に図るため、ステイびばいと連携し、ニーズ等の調査を行うとともに、市民向けに外国語での簡単なコミュニケーション講座、日本語で気持ちを伝えるマインド講座等を実施し、また、事業者向けに接遇のための語学講座なども実施します。

具体的な取組内容

- ▶ 受入環境充実に伴う調査
- ▶ 市民向け語学講座等の実施
- ▶ 事業者向け語学講座等の実施

③ ガイド・インストラクター等の育成

本市の魅力を伝え、まちの案内を行う観光ガイドの育成や、体験型観光を案内するガイドなど、人材育成に取り組みます。

具体的な取組内容

- ▶ ガイド等養成講座の開催

【基本方針2 – (2) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 観光ホスピタリティの醸成					
② おもてなし外国語、やさしい日本語による語学講座の実施					
③ ガイド・インストラクター等の育成					

基本方針3 ターゲットに合わせた観光プロモーション

基本方針3 – (1) 多様な情報ツールを用いた情報発信

① 各種広報媒体の充実

美唄観光物産協会やステイびばいと連携した観光ポータルサイトの作成とともに、観光パンフレットやSNSを活用した情報発信など、既存広報媒体の充実を図ります。

具体的な取組内容

- ▶ 観光ポータルサイトの作成
- ▶ 観光パンフレットやSNSを活用した情報発信

② 観光プロモーションを活用した情報発信

地域イベントの開催や道内外の物産展に出展した際に、本市の観光情報のPRを行います。

具体的な取組内容

- ▶ 道内外の物産展への出展

【基本方針3 – (1) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 各種広報媒体の充実					
② 観光プロモーションを活用した情報発信					



基本方針3 – (2) 観光ターゲットの創出・拡大

① 観光マーケティングの実施

ステイびばいと連携しながら観光客調査や事業者調査等を実施し、観光ニーズや受入実態の把握を行い、結果を生かした観光商品開発を促進していきます。

具体的な取組内容

- ▶ 来訪者満足度調査の実施・調査結果分析

② 国・地域のニーズに応じた誘客の促進

国際旅行博等へ出展し、「アートツーリズム」等に興味を持つマーケットのリサーチ、誘客促進を図ります。

また、台湾、タイ等の注力マーケットについては、現地企業との連携や学生インターンシップの受入促進を図ります。

具体的な取組内容

- ▶ 国際旅行博等への出展
- ▶ 海外現地企業と連携したプロモーションの実施
- ▶ 海外大学生インターンシップ事業の実施

③ 教育旅行等の受け入れ

教育旅行等のための受入環境整備や誘致促進を図ります。

具体的な取組内容

- ▶ 教育旅行等の受入環境の整備

【基本方針3 – (2) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① 観光マーケティングの実施					
② 国・地域のニーズに応じた誘客の促進					
③ 教育旅行等の受け入れ					

基本方針3 – (3) 関係人口の創出・拡大

① ふるさと美唄応援団の活用

ふるさと美唄応援団を活用し、本市の観光情報を定期的に発信することで、本市に対する愛着や想いをより一層深め、関係人口の拡大につなげていきます。

具体的な取組内容

- ▶ 定期的な観光情報発信

② 地域おこし協力隊制度の活用

地域おこし協力隊制度を活用し、アウトドア環境の整備を検討するとともに、本市の魅力ある農産物・特産品等の販路拡大、地域ブランドや特産品の開発・PR、インバウンドを含めた観光客の受入環境整備を図ります。

具体的な取組内容

- ▶ アウトドア環境の整備検討
- ▶ 地域ブランドや特産品の開発・PR
- ▶ 観光客の受入環境整備

【基本方針3 – (3) 実施時期】

取組内容	実施年度				
	R5	R6	R7	R8	R9
① ふるさと美唄応援団の活用	→				
② 地域おこし協力隊制度の活用	→				



第6章 観光ビジョンの推進体制

6-1 美唄市の観光振興における役割分担

(1) 市民の役割

観光客を迎える市民自らが地域の自然、歴史、文化への理解を深め、愛着と誇りを持ち、まちの魅力向上に積極的に取り組むことを期待します。このためには、市民一人ひとりが観光事業に大きく関わっていくことが求められます。

(2) 民間の役割

① 観光関連団体の役割

観光関連団体は、情報提供や誘客促進のためのPRを始めとした観光振興事業に積極的に関与できる主体となれるよう組織体制の充実、強化に努めることが重要です。

② 観光関連事業者の役割

観光関連事業者は、観光推進の主体的な役割を担います。

観光事業の推進に当たっては、本市や観光関連団体などと連携し、本市の魅力向上を図るとともに、観光客に対するホスピタリティを育む人材の確保と育成を図ることが重要です。

(3) 美唄市の役割

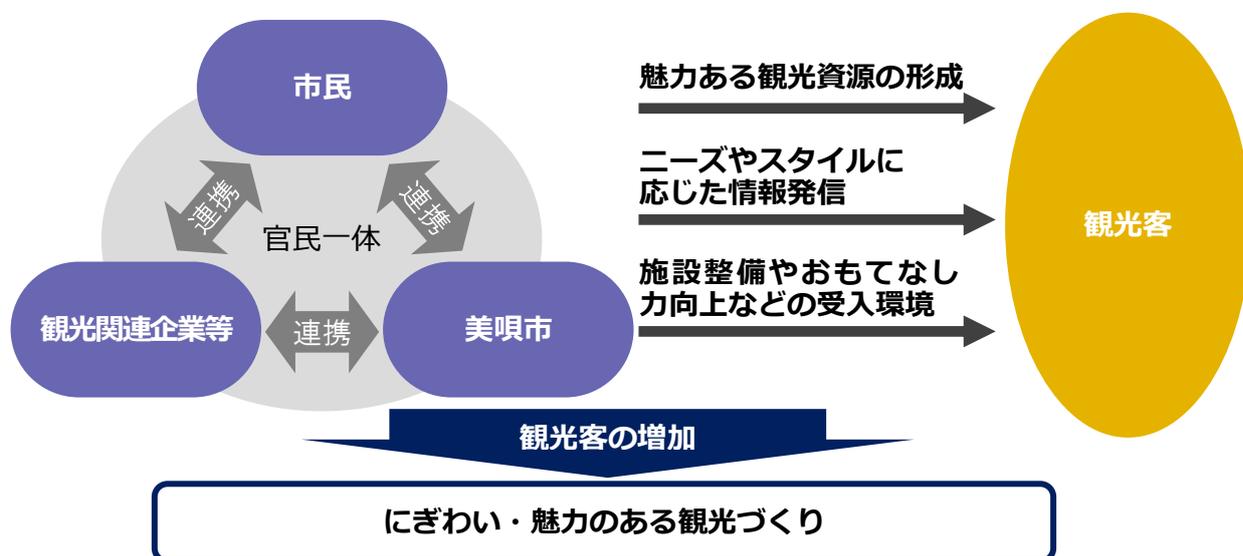
観光拠点の整備・運営、情報発信、様々な取組の実施に対する支援など、観光全般に取り組みます。

本ビジョンの着実な推進を目的として、民間事業者や各種団体との調整やコーディネート役を果たしていきます。

国、道、空知圏域の市町等と調整を行っていきます。

観光に関する様々なデータの収集に努めていきます。

図表 21 観光振興に向けた連携の仕組



6-2 ビジョンの進捗管理

本ビジョンに示す、目標及び具体的な取組の内容については、第7期美唄市総合計画との整合性・連動を図り、毎年、事業の進捗管理を行うとともに、PLAN（計画策定）→DO（実行）→CHECK（評価・検証）→ACTION（改善・見直し）のPDCAサイクルを実践し、施策を見直していきます。

図表 22 PDCAサイクル図



参考資料

美唄市の地域資源

ジャンル	地域資源名	案内施設・店舗など	備考
食	とりめし	Aコープびばい、しらかば、たつみ、藤観光、山本商店、三船、アンテナショップPiPa、クックカフェ、くろすくらぶ、えぶろん倶楽部	
	美唄焼き鳥	福よし、たつみ、三船、鳥乃家、かつ、醍醐	
	もつそば	福よし、たつみ	
	袋入りやきそば	角屋	
	石窯パン	Café Stoven	店内にはカフェスペースもあり、美唄産の野菜や近郊の食材を使用したシェフこだわりの料理が食べられる
	米粉パン	すぎうらベーカリー、伊原商店	
	米粉製品	ヤマシタ、かいや、角屋	
	美唄銘菓「べかんべ最中」	美唄長栄堂	
	美唄銘菓「くるみ餅」	美唄長栄堂	
	ハスカップのおにぎり	クックカフェ	
	米粉みそザンギ	山本商店、藤観光、角屋（市役所食堂）	
農	お米・野菜	アンテナショップPiPa、美唄市農協、峰延農協、その他直売所等	2006年「第8回全国食味分析鑑定コンクール」で阿部さんのおぼろづきが金賞受賞
	米粉	美唄米粉研究会、よーいDON	
	ハスカップ	美唄市農協、峰延農協	6月～7月：ハスカップ狩り体験
	アスパラ羊	西川農場、Café Stoven、寿楽	
	くるみ	上村農園	
アート (芸術・歴史・文化・体験)	安田侃彫刻美術館 アルテピアツツア美唄	安田侃彫刻美術館 アルテピアツツア美唄	
	こころを彫る授業	安田侃彫刻美術館 アルテピアツツア美唄	
	北海道遺産		空知の炭鉱関連施設と生活文化
	炭鉄港（日本遺産）	美唄鉄道東明駅舎 4110形式10輪連結タンク機関車2号、三菱美唄炭鉱堅坑櫓、旧栄小学校、人民裁判事件記録画	本邦国策を北海道に観よ！～北の産業革命「炭鉄港」～
	石狩川	美浦大橋、月形大橋	北海道遺産
	炭鉱メモリアル森林公園	三菱美唄炭鉱堅坑櫓	・近代化産業遺産（経済産業省）認定 ・日本遺産構成文化財
	旧三井美唄炭鉱事務所		近代化産業遺産認定

ジャンル	地域資源名	案内施設・店舗など	備考
アート (芸術・歴史・文化・体験)	美唄屯田兵屋		北海道有形文化財、美唄市指定文化財第1号
	美唄屯田騎兵隊火薬庫		美唄市指定文化財第5号
	旧桜井家住宅		美唄市指定文化財第6号
	4110形式十輪連結タンク機関車2号		美唄市指定文化財第4号、日本遺産構成文化財
	美唄鉄道東明駅舎		日本遺産構成文化財
	林芙美子の詩碑「美唄の町」	中央公園	
	石川啄木の歌碑	JR美唄駅	
	峰延獅子舞	みねのぶまつり	美唄市指定文化財第2号
	峰延東傘踊り		美唄市指定文化財第7号
	光珠内いん石	美唄市郷土史料館	美唄市指定文化財第3号、国立科学博物館がまとめている日本隕石リスト球粒隕石の28番目に登録
	友情人形(青い目の人形)	美唄市郷土史料館	美唄市指定文化財第8号
	楠木正成絵馬	三菱美唄記念館	美唄市指定文化財第9号
	大山祇神絵馬	美唄市郷土史料館	美唄市指定文化財第10号
	旧栄小学校校舎		美唄市指定文化財第11号
	旧栄小学校体育館		美唄市指定文化財第12号
	埋蔵文化財包蔵地		美唄市指定文化財第13号
	美唄市郷土史料館		
	三菱美唄記念館		
	空知神社		腕輪作り体験
	美唄市とんでん太鼓		
	日本一の直線道路		国道12号線(美唄～滝川間)約29.2km
	樺戸道路	月形樺戸博物館	
	ぬいぐるみ作り	ZOOプランニング	
腕輪作り	空知神社		
食品サンプル作り	さんぷる工房(美唄フォレストセンター)		
陶芸・登り窯	体験交流館		
自然環境・風景	宮島沼	宮島沼水鳥・湿地センター	ラムサール条約登録湿地
	美唄山		
	美唄ダム・びばい湖		
	東明公園		
	ふるさとの見える丘展望台	東明公園、ピンネシリ	
	田園風景	市内各所	夏の水田、秋の稲穂、冬の防風林と雪、菜の花
	美唄湿原	北海道農業研究センター美唄試験地	
ご当地キャラクター	地産戦隊「ビバレンジャー」	びばい歌舞裸まつり、美唄雪んこまつり	

ジャンル	地域資源名	案内施設・店舗など	備考
ご当地キャラクター	マガンの「マミーちゃん」	びばい歌舞裸まつり、美唄雪んこまつり	
	ヤキトリ男	びばい歌舞裸まつり、美唄雪んこまつり	
イベント・スポーツ	びばいさくら	東明公園	
	びばい歌舞裸まつり	中央公園	
	美唄雪んこまつり	中央公園	道内で2番目に古い、札幌雪まつりに次ぐ歴史(1953年～)
	美唄ブラックダイヤモンドズ	茶志内ボールパーク	北海道フロンティアリーグ(HFL)加盟団体
	サイクリング	ピパの湯ゆ～りん館、HOTEL BIJIKO	レンタサイクル
	マラソン		ピパオイヘルシーロードレース・美唄市ハーフマラソン大会
	ゴルフ・ウインターゴルフ	ゴルフ5カントリー美唄コース、北海道リンクスカントリー倶楽部	
	スカイスポーツ	農道離着陸場	スカイダイビング、パラグライダーなど
	スキー、スノーボード	美唄国設スキー場	
	美唄スノーランド	ゴルフ5カントリー美唄コース	ウインターゴルフ、ファットバイク、クロスカントリー、スノーモービル、バナナボート等
	クライミング、ボルダリング	美唄市体育センター	
	サン・スポーツランド美唄		野球、陸上競技、テニス
	パークゴルフ	美唄パークゴルフ場	NPO法人国際パークゴルフ協会公認コース
	キャンプ・レジャー	我路ファミリー公園キャンプ場、RVパーク(ピパの湯ゆ～りん館)	BIBAI NOASOBI CAMP(キャンプイベント)
日帰り温泉・宿泊	ピパの湯ゆ～りん館		
宿泊	美唄ホテルスエヒロ		
	HOTEL BIJIKO		
	的場旅館		
	だるま旅館		
	STAY桜/Cozy Penguin House		民泊
	多目的宿泊施設 トマーレびばい		
産業	石炭の露天掘り	北菱産業埠頭、三美鉱業	
	雪冷房施設	ホワイト・ラボ、雪蔵工房、コミュニティホーム、ケアハウスハーモニー、ピパの湯ゆ～りん館、市民会館、WDC	
	北海幹線用水路		北海道遺産
	北海道溜池発祥の地		
	日本理化学工業		キットパス、チョーク等
	北海道立総合研究機構森林研究本部林業試験場	緑化樹センター	



美唄市観光ビジョン 令和5年度～令和9年度

令和5年5月発行

【発行・編集】

美唄市経済部経済観光課

〒072-8660

北海道美唄市西3条南1丁目1番1号

電話 0126-63-0112
