

栗山町観光振興計画

[令和7年度～12年度]

令和7年3月
栗山町

なぜ観光振興の取り組みが必要なのか

2024年3月現在の日本の人口は約1億2,400万人（総務省統計局）ですが、およそ30年後の2053年には1億人を割り込み、2065年には8,800万人まで減少することが予測されています。

また、栗山町の人口は現在約11,000人ですが、2030年には10,000人を割り込み9,505人に減少することが見込まれ、さらに2050年には現在の約半数となる5,881人にまで減少が見込まれます。（栗山町人口ビジョン）

人口減少、特に生産年齢人口の減少は生産労働活動の減退につながり、地域経済を脅かす大きな要因になります。

観光客をはじめとする交流人口の増加は、地域外からのお金の流れを増加させ、人口減少による地域経済の減退をカバーし、さらには雇用や所得の増加、企業誘致、移住定住の促進など、地域経済の活性化と同時にまちづくりの担い手確保につながる重要な要素になります。

また住民にとっては、地域外の人との交流が増えることで、改めてまちの魅力を再認識するきっかけとなり、このまちに暮らす喜びや誇りをもたらすことにもつながります。

栗山町ではこれまで、まちづくりの最上位計画である「栗山町第7次総合計画」に基づき観光振興に取り組んでおり、町内観光施設や栗山秋まつり等を活用した観光振興は重点施策の1つではありましたが、基本的には既存施設の利用促進や従来行ってきたイベントの告知等に留まっています。

しかしながら、近年ではスマートフォンやSNSの普及等、IT技術の進歩や、消費者の志向・旅行形態の多角化、持続性への社会的関心の高まりなど、観光を取り巻く状況は急速に変化しており、観光分野に特化した体制や計画整備が求められています。

観光を活用して交流人口を増加させることで地域経済活性化を目指すと同時に、住民自身もまちの魅力を知り、愛着を持って住み続けたいと思えるまちづくりに貢献することが、本計画の目的です。

観光とは

北海道観光入込客数調査要領の定義

1. 観光

余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、また、滞在する人々の諸活動とする。

2. ビジネス目的兼観光

旅行の主目的がビジネスである者が、観光地点も訪れることを意味する。



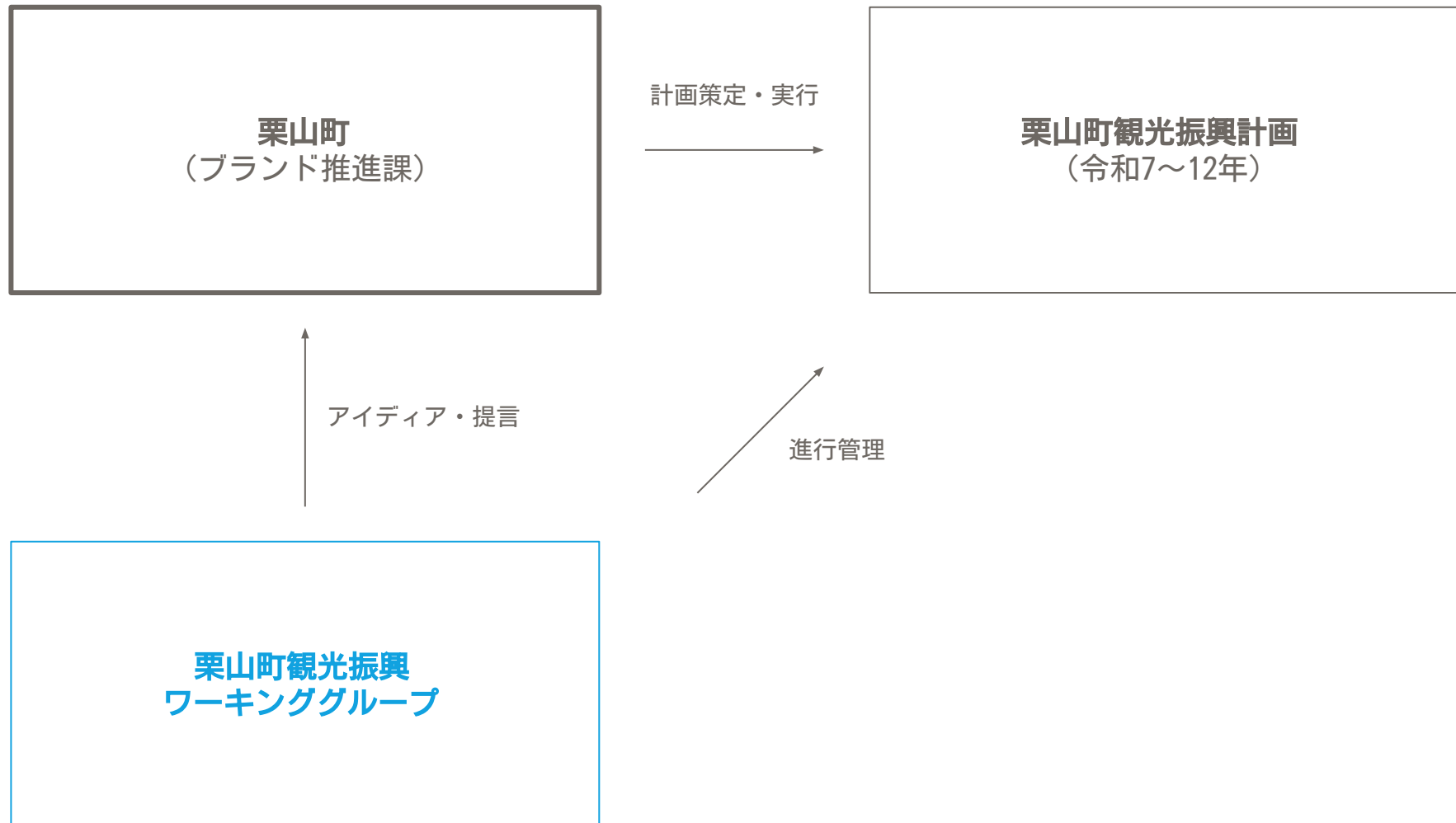
観光バスや飛行機でリゾート地や海外旅行に行くことだけが観光ではない
近隣にドライブで食事に行くことも観光と捉えることができる

栗山町の実状に合った観光のあり方を考えることが大切

栗山町観光ガイド
Krip Magazine から抜粋



計画策定体制



策定メンバー

栗山町観光振興ワーキンググループ

町内観光施設のうち観光入込客数上位2地点の栗山公園、小林酒造に加えて、町内事業所を会員に抱え既存の観光協会を所管する栗山商工会議所、農業関係団体のＪＡそらち南、土産物販売や休憩・案内機能・商店街振興に関わるまちな駅の駅栗夢プラザで構成。

過去にも大勢の関係者や大学教授などを招いて検討会議を行ったものの、意見が多岐に渡ってしまい方向性をまとめられなかったことや、推進体制が曖昧で実行性に欠けた反省から、本町観光の実状に精通しており、現実的なアイディア提案や実行力あるメンバーで構成するもの。

所属	職名	氏名
株式会社たかはしダリア	代表取締役	高橋 和則
小林酒造株式会社	社長室 室長	小林 米秋
栗山商工会議所	事務局次長	牧野 明美
そらち南農業協同組合	管理部長	佐野 滋
まちな駅の駅栗夢プラザ	会長	仲井 浩祐
	会員	金谷 美咲
栗山町ブランド推進課	課長	宮本 孝之
	主幹	三木 貴光
	主査	原田 恭兵

会議経過

開催日	会議	内容
2024年9月19日	第1回ワーキンググループ	観光振興計画(案)策定概要、栗山町観光の現状、近隣自治体 取り組み体制、栗山町観光の課題、ターゲット・目標指標 案、推進体制について
2024年11月21日	第2回ワーキンググループ	第1回会議振り返り、関係者ヒアリング状況共有、推進体制 案、次年度以降の計画事業について、活動・成果指標につい て
2025年3月5日	第3回ワーキンググループ	計画事業詳細、令和7年度予定事業、計画書原案、推進体制 について

計画の位置付けと期間

計画の位置付け

本計画は「栗山町第7次総合計画」における「IV産業」「(3)観光・交流」の計画事業、「地域資源を磨き上げ観光・交流による地域経済活性化を推進します。」に沿った計画として位置付けるとともに、各種の関連する計画との整合性を図るものとします。

計画の期間

総合計画に合わせ計画期間を8年間とし、第1期計画については令和7年度から令和8年度までを前期、令和9年度から12年度までを後期とし、以後8年毎に計画の見直し（4年毎に中間見直し）を行うことを基本とします。ただし、計画期間中であっても大きな社会情勢等の変化等があった場合には随時柔軟な見直しを図ることとします。

R 6(2024)	R 7(2025)	R 8(2026)	R 9(2027)	R 10(2028)	R 11(2029)	R 12(2030)	R 13(2031)
計画策定	第1期 栗山町観光振興計画 (前期) ※ R 8年中間見直し		第1期 栗山町観光振興計画 (後期)				
						第2期 計画策定	第2期 観光振興計画

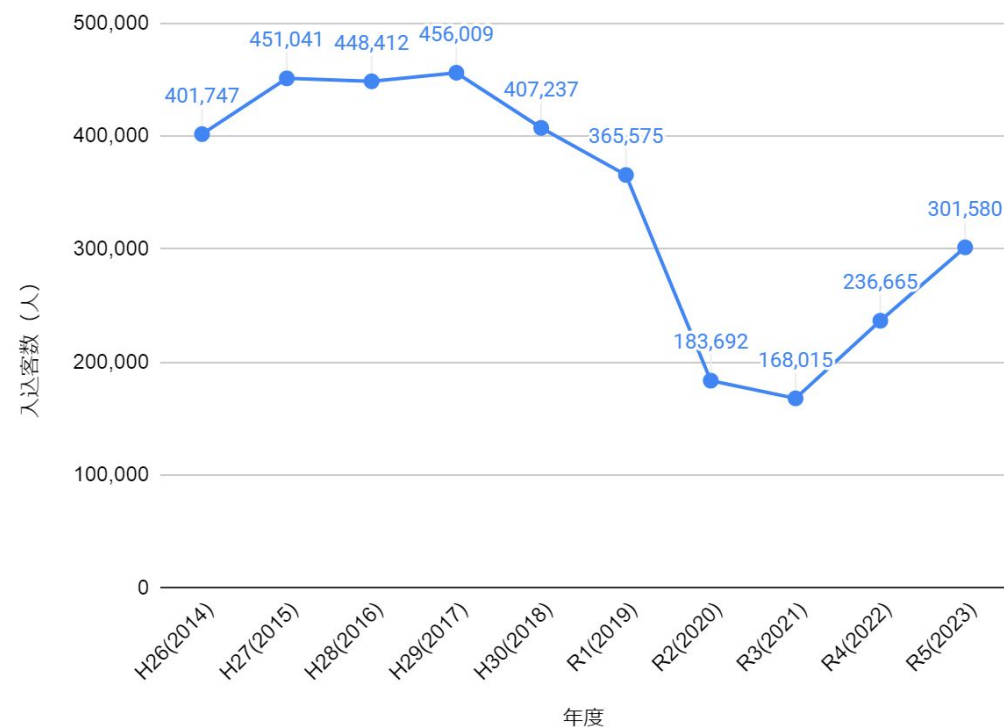
栗山町観光の現状

栗山町観光の現状

観光入込客数の推移

平成29年をピークに減少傾向。コロナ後、令和5年度は回復傾向だが令和元年度の約80%にとどまる。
令和6年度は令和5年度に比べ微減傾向。

栗山町観光入込客数の推移 (単位：人)

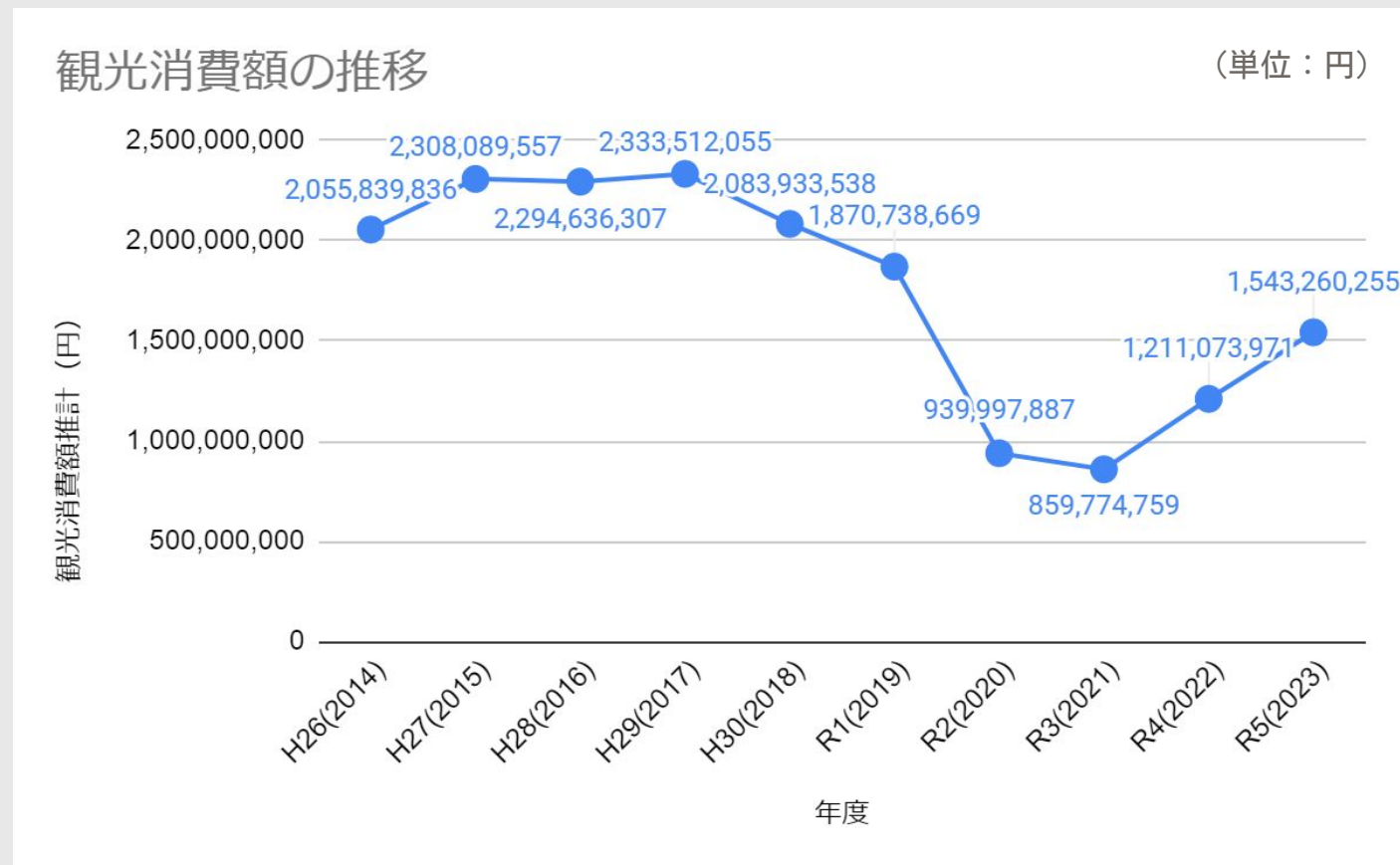


栗山町観光の現状

観光消費額の推移

ピーク時には23億円程あった観光消費額が、令和5年度には約15億円のみに落ち込んでいる。

※令和5年度北海道観光消費額単価から独自算出（道内観光客単価：5,117円）



栗山町観光の現状

観光客の属性・特徴

道外・道内別観光入込客数の推移

令和元年度98.8%、令和5年度99.2%が道内客。



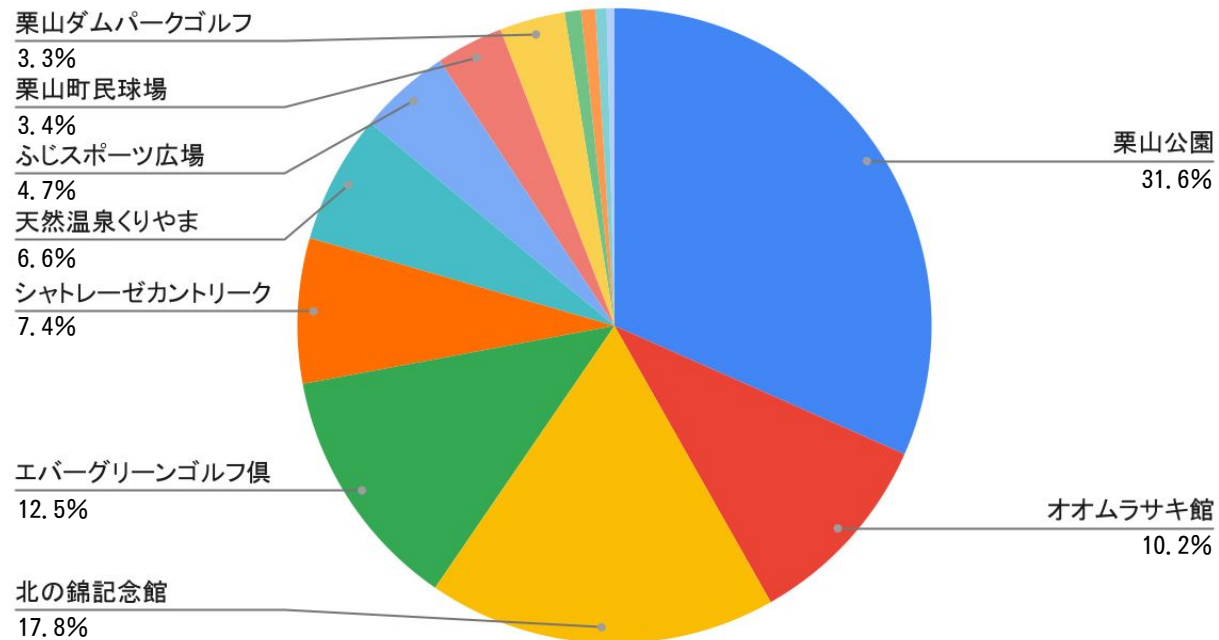
栗山町観光の現状

観光客の訪問先

栗山公園が最も多く約32%、次いで北の錦記念館約18%。

栗山公園とオオムラサキ館を合計すると約42%のシェアとなり、小さなお子さま連れのファミリー層が多く来訪していることがわかる。

R5栗山町観光客の来訪先

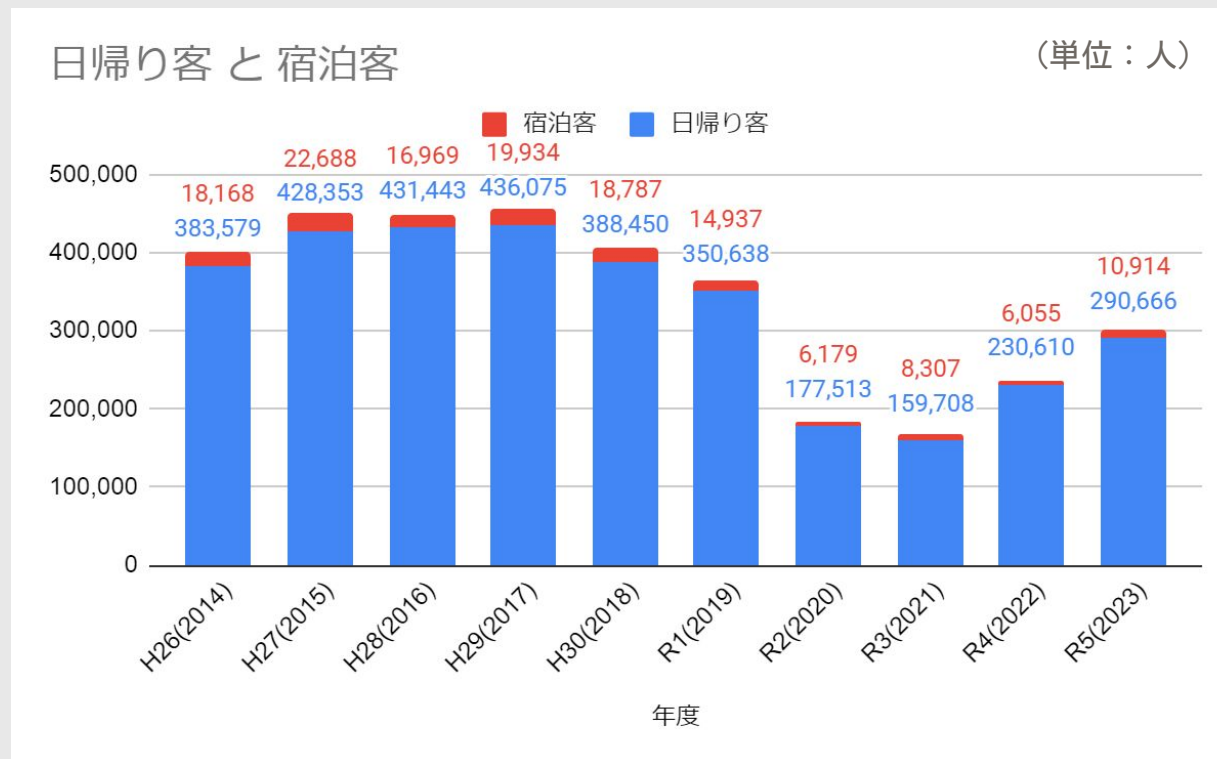


栗山町観光の現状

日帰り・宿泊別入込数

R5年度では96%が日帰り客が占めており、日帰り通過型観光の傾向。

本町を訪れる来訪者の多くが札幌市を中心とする道央圏の居住者であり、比較的近郊でマイカーでのアクセスの利便性が高いことが日帰り観光誘客の強みとなっている一方で、宿泊に結びつかない要因と考えられる。



栗山町観光の現状

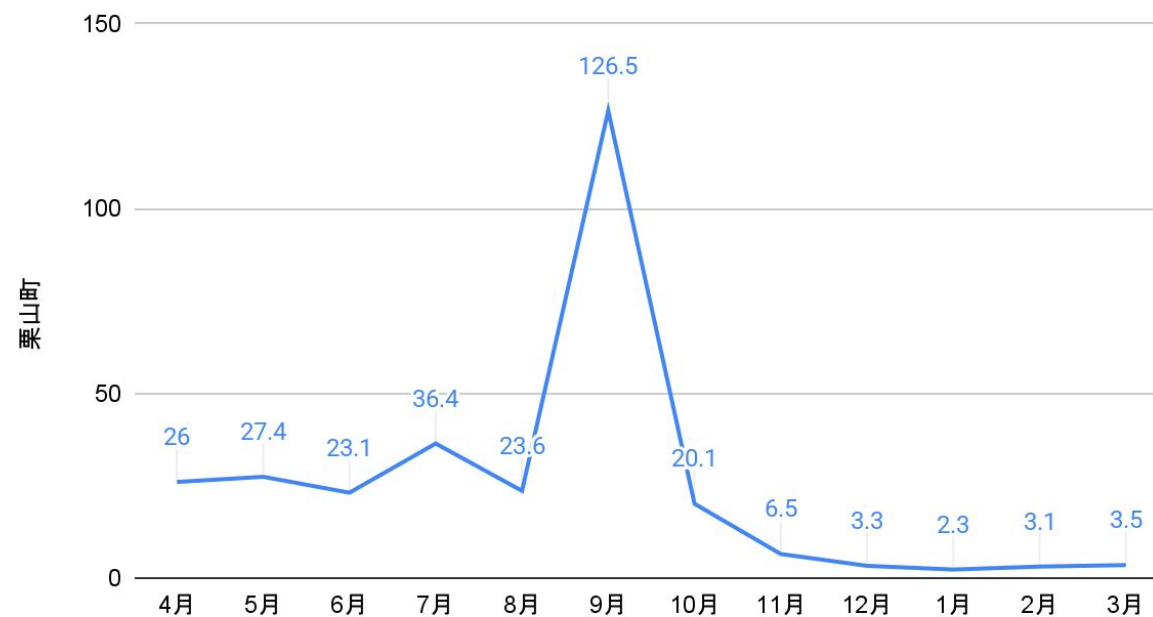
月別観光入込客数

4月から10月までに集中し、11月以降の冬季は大幅に減少。

9月は栗山秋まつりの約120千人を含むため飛びぬけて来訪があるものの、その後再訪する方が少ないことが伺える。

冬季は栗山公園など屋外施設がクローズすることや、農産物など食に関する資源が少ないこと、冬季観光コンテンツが少ないこと、温泉施設の集客状況、降雪による交通アクセスの不便さなどが減の要因と考えられる。

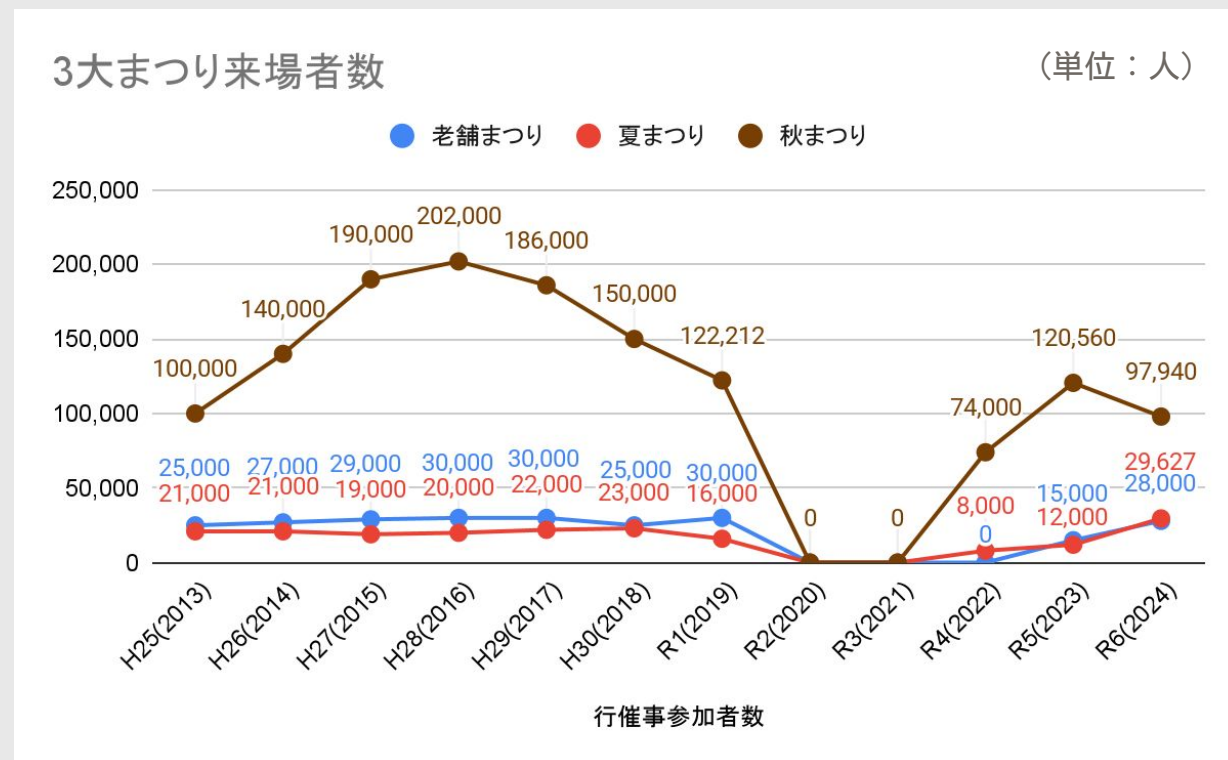
栗山町令和5年度月別入込客数 (単位：千人)



栗山町観光の現状

3大まつり来場者数推移

栗山町の行催事で最も来場者数が多い栗山秋まつりだが平成28年をピークに減少傾向。令和5年にはコロナ前の令和1年と同水準にまで回復したが全体的には減少傾向。近隣人口の減少、来訪者の嗜好の変化、知名度の減少などさまざまな要因が考えられる。老舗まつりは令和元年度の水準に回復、町外客がメイン。夏まつりも令和元年度の水準に回復、町内客がメイン。



栗山町観光の現状

栗山町への代表的な来訪者

栗山公園

来場者数：88,535人（R5年度）

年齢：30代(49%)、40代(28%)

属性：子連れファミリー

居住地：札幌市52.6%

利用人数：3～4人

リピート率：リピーター70%、新規30%

情報源：HP(25%)、友人知人(25%)、SNS(11%)



北の錦記念館

来場者数：49,751人（R5年度）

年齢：50代～

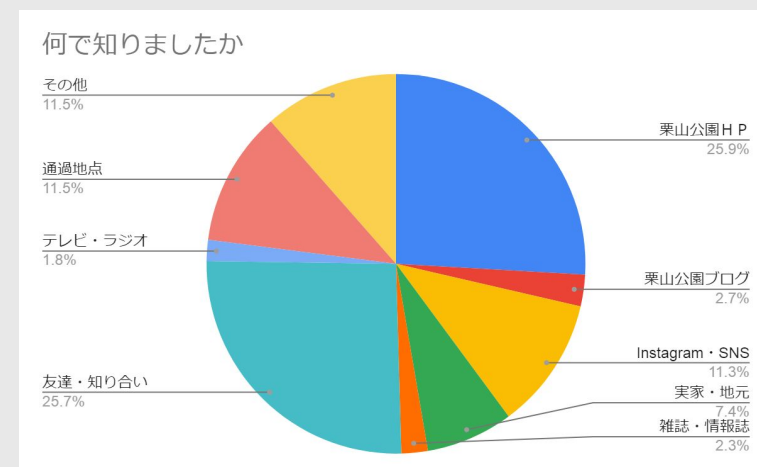
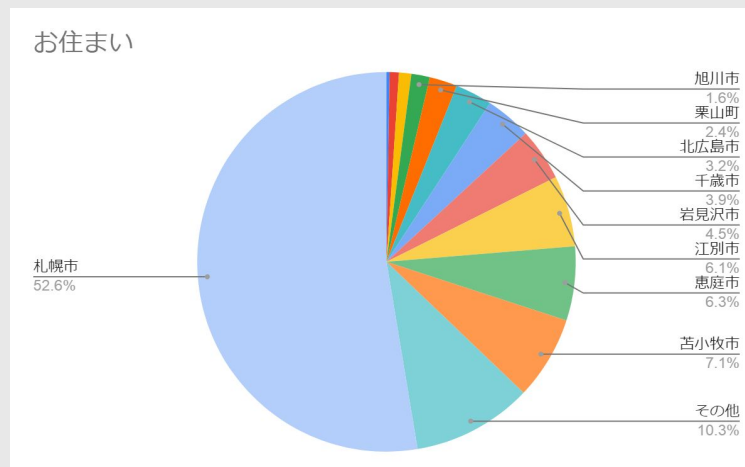
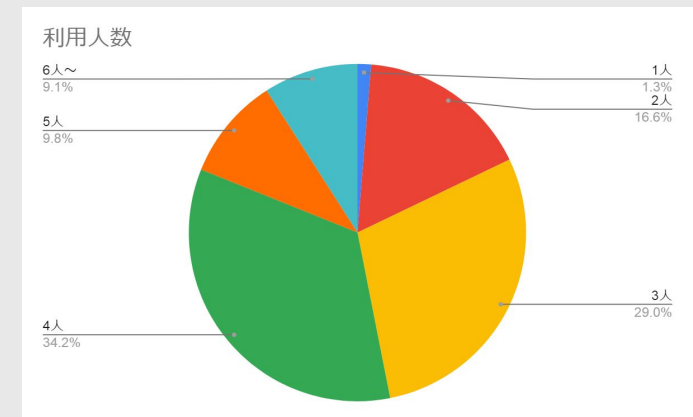
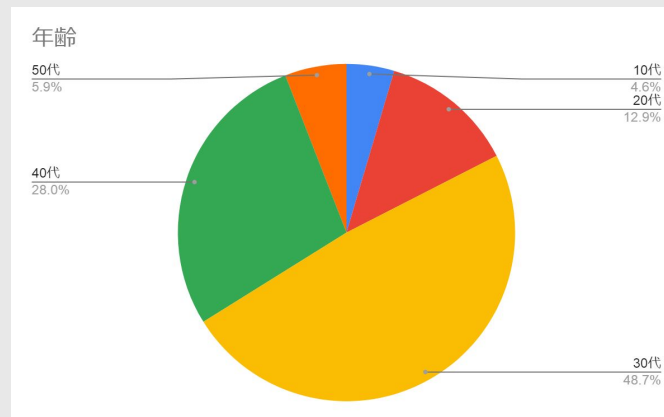
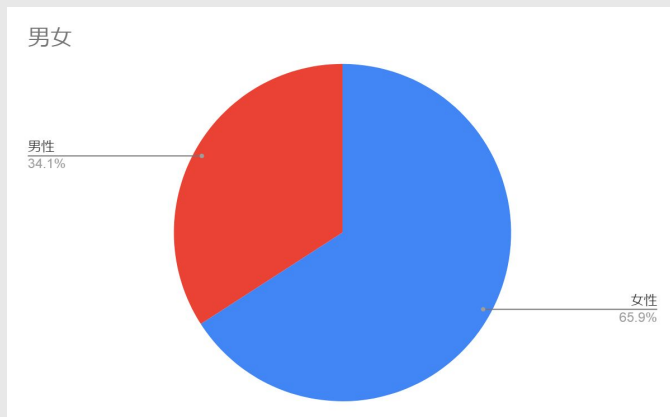
属性：夫婦

※施設聞き取り内容から設定



栗山町観光の現状

栗山町公園来場者データ (2024年栗山公園アンケート結果を基に作成)



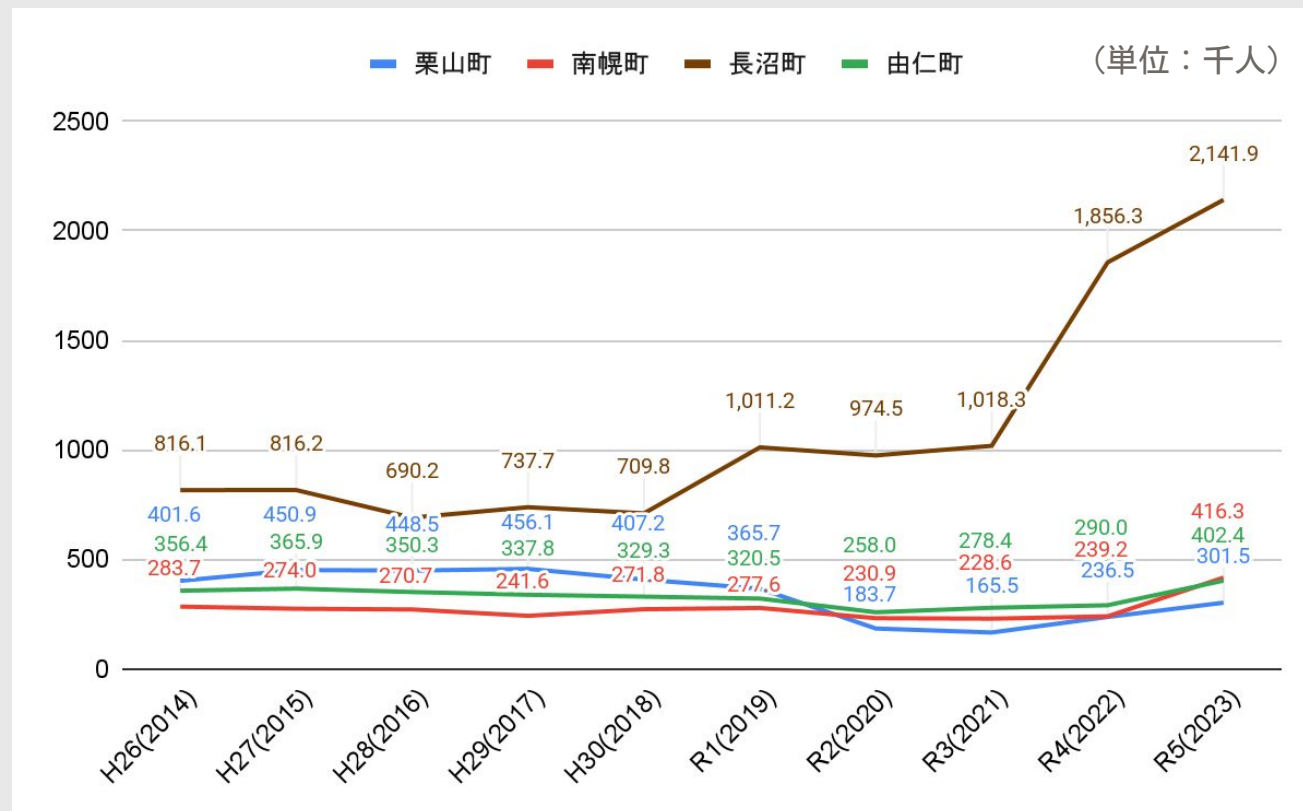
栗山町観光の現状

観光入込客数の推移（近隣4町比較）

長沼町は道の駅リニューアルを機に入り込み数が急増。南幌町ははれっば開業で入込急増。

由仁町はユニコの湯、ユニガーデンが牽引。

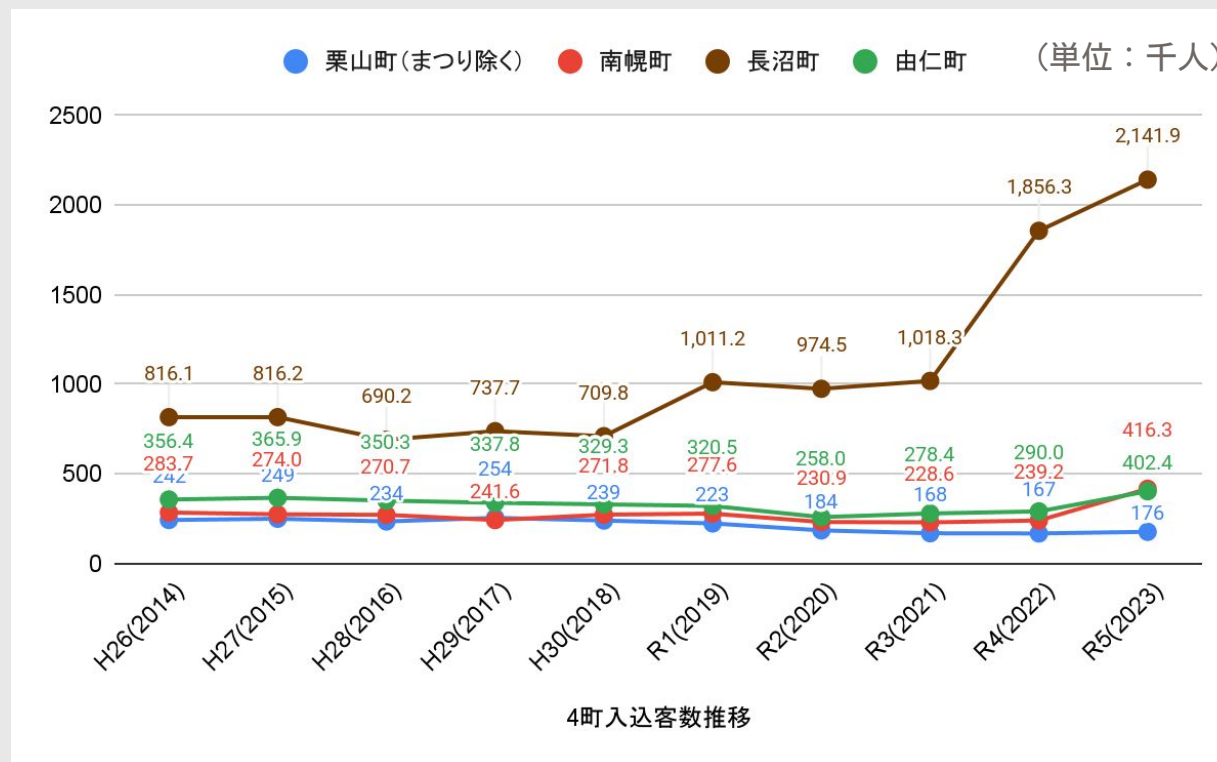
栗山町減の要因は他町類似施設への流出が推測される。



栗山町観光の現状

3大まつりを除く観光入込客数の推移（4町比較）

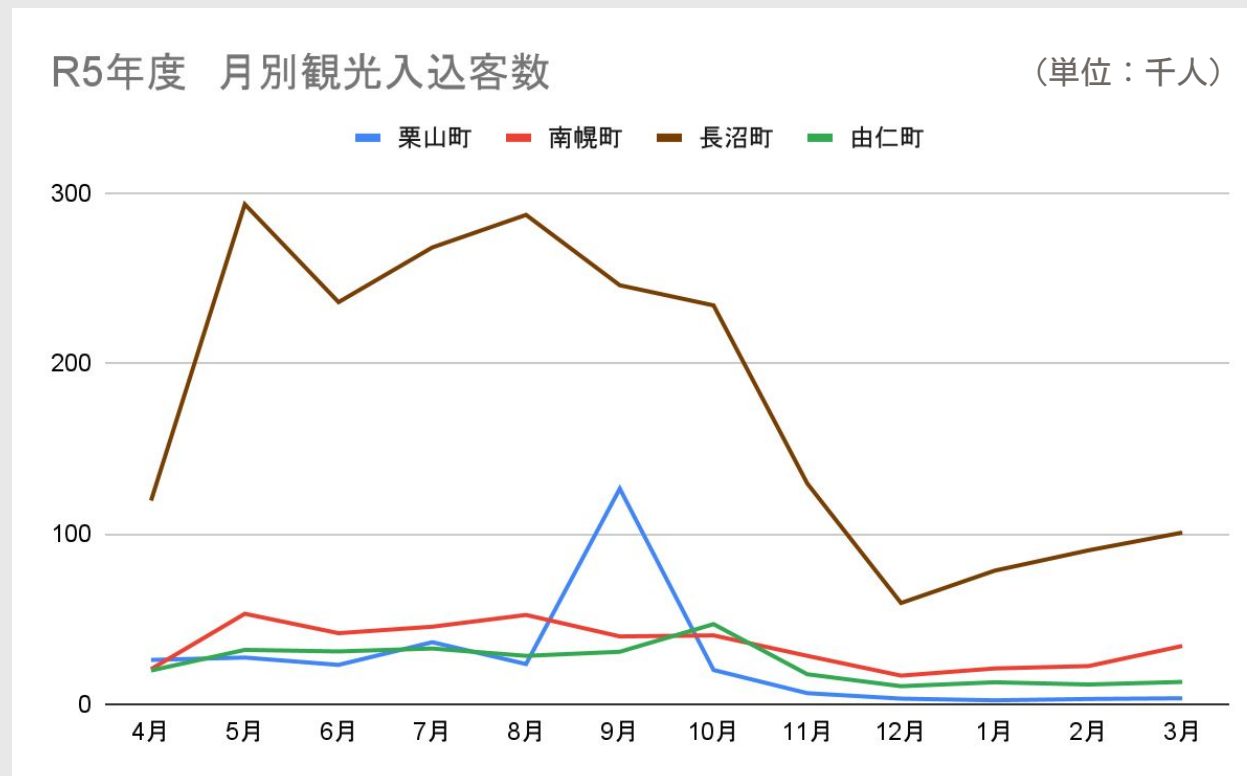
栗山町の3大まつりを除くと入込客数は4町の中で最下位。まつり以外の平常時における来訪者獲得が課題。



栗山町観光の現状

月別観光入込客数（近隣4町比較）

近隣3町と比較してみても冬季の入込が少ないことがわかる。冬季は栗山公園など屋外施設がクローズすることや、農産物など食に関する資源が少ないこと、冬季観光コンテンツが少ないこと、温泉施設の集客減、降雪による交通アクセスの不便などが要因と考えられる。



関係者ヒアリング 主要内容

情報

- お客さまにどこに行けばよいか聞かれる。答えられる範囲でお伝えするが、情報に限度がある。
- インターネット検索しても情報が出て来ない。掲載できていない。
- 交通アクセス方法がわからない。
- 施設の担当者自身も栗山町のお店や魅力をお客さまに伝えたい思いが強い。
- 飲食店や直売所に関する問い合わせが多い。
- まちの情報を集めて一元管理する機関が必要不可欠である。

広報・プロモーション

- 現在は公共施設や事業所などバラバラに情報発信しているが、観光分野で横串を刺して一体的に発信することは非常に効果的。
- ポータルサイトや情報誌のほか、GoogleMapも効果的。
- 来訪者向けに情報をまとめたHP等を整備していただくと大変助かる。
- SNSでイベントの発信等行っているが個々では限度があるため、自治体などの協力をいただくと助かる。
- 町外に比べ町民は栗山町に関する情報をキャッチアップしていない。
- プル型・プッシュ型両方の発信必要。

連携

- 地域との連携を強めたい
- 個々の施設だけでなく、他の施設や飲食店等と連携できるとよい。
- オオムラサキ館は栗山公園と連携強化したい。
- オオムラサキ館で見たいきものを実際にハサンベツに探しに行くなどの導線が可能であり、ルール整備が必要。
- 物産展など町外・他のイベントで互いに宣伝しあえる仕組み。
- 町内の子ども向け事業は教委との連携。

道の駅

- とりあえず道の駅に行けば、トイレ、食事、買い物ができるというイメージが浸透している。
- 道の駅の多くは自治体からの補助金がないと経営が成り立たない状態。
- 本当に必要なのは「買い物」「情報」が集まる機能。

来訪者

- 札幌市からの来訪者が大半である
- イベント参加者は町外がほとんど
- リピーターを増やしたい
- インバウンド誘致は高速道路からのアクセスが課題
- 子どものあそび場を調べたときに初めて栗山町が良いことを知る

栗山町観光の課題

1. 観光に関する情報発信体制

現状観光情報を一元管理・発信するメディアがない。管理・運営母体がない。
また、来訪者が気軽に立ち寄り情報を手に入れられる案内窓口がない。

2. 特定施設への一極集中

公園や飲食店などに来訪したあと、どこに行けばよいかわからず周遊につながっていない。

3. 3大まつりの活用

まつり以外の来訪者が少ないことから再訪率が低いと考えられる。

4. 町民が地域資源を知る機会づくり

まずは住民自身が地域資源を知り、愛着や誇りを持っておすすめできる土壌が大切。

5. 冬期間の観光入込客数の減少対策

入込客数が激減する冬期間の対策が必要。ただし、新たなアクティビティ開発には経営体やコスト等課題が多いため、まずは既存飲食店や冬野菜の活用等が現実的。

6. 観光推進体制の整備

観光を推進するためには、町・事業者・農業者・経済団体・町民などが連携することが必要。町内に点在する資源を収集・管理し、具体的な施策検討と実践を行う体制が必要。

栗山町観光振興の方針と目標指標

1. 方針

- ① 情報収集・発信の強化
- ② 町内北部・中部・南部に点在する観光関係施設や飲食店等の利用促進と周遊促進
- ③ 来訪者ニーズに合わせた地域ブランディング

2. ターゲット

- ① 親子、車で1時間圏内（30～40代、札幌市）
- ② 夫婦40～60代、北海道内

3. 目標指標

- ① 観光入込客数 基準値（R5）302千人／年 → 目標値（R12）600千人／年
- ② 観光消費額 基準値（R5）1,543百万円／年 → 目標値（R12）3,000百万円／年

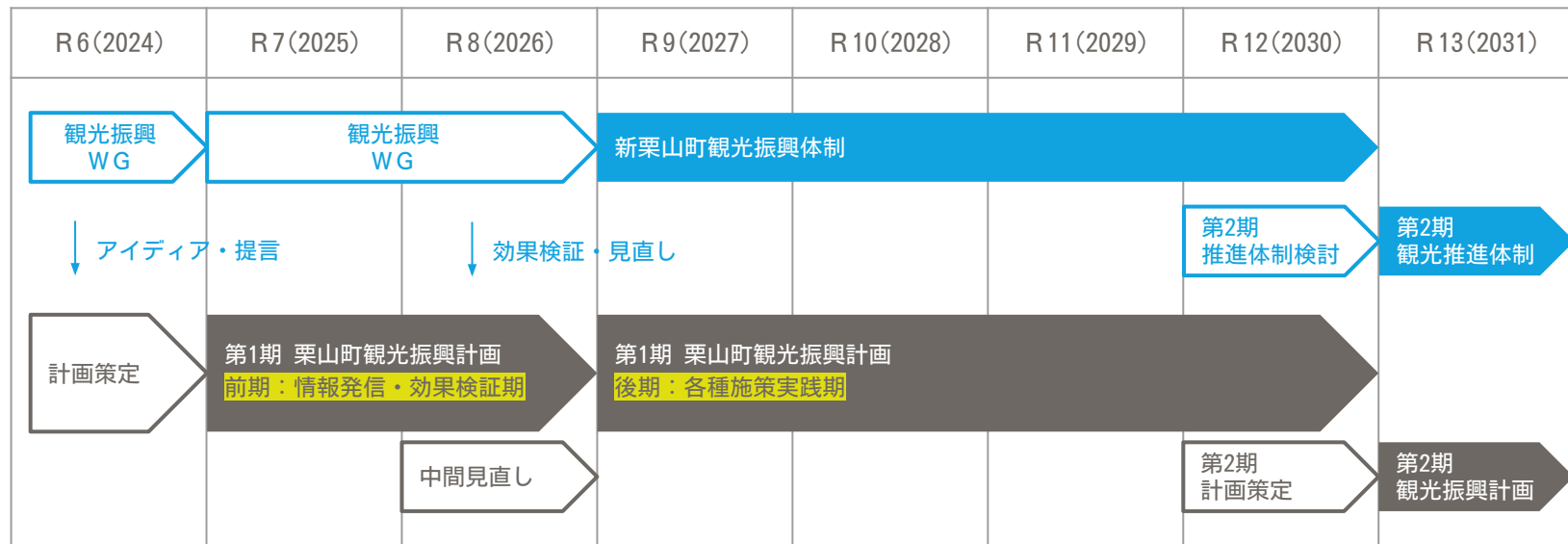
※令和5年度北海道観光消費額単価から独自算出（道内日帰り観光客単価：5,117円）

※過去10年で最多入込客数は456千人（H29年）

観光推進体制について

まちづくり会社等を設立し民営で経営する方法も検討したが、現時点では主宰者がいない
うえ、観光による経済効果や収支も未知数のため現段階では困難と判断。

また同時に、協議会などの任意団体も検討したが、まずは町の政策事業として推進し、関
係する事業者・団体の協力を募りながら、本町に適した観光のあり方を確立していく。



取り組み事業概要

No.	事業	内容	取組期間	KPI	現状	目標
1	観光ウェブサイト運用	観光情報に特化したウェブサイトの作成及び定期的なイベント情報等の発信を行う。（イベント・施設・飲食店紹介等）	令和7～12年度	お知らせ更新回数	—	50回
				PV数 ※現状は町HP内観光ページ	12,604件	30,000件
2	SNS運用	観光情報を発信するSNSを運用。（Instagram、LINE予定） またイベント・物産展等において新規フォロワー獲得のためのPR活動を行う。	令和7～12年度	SNS投稿数	—	100回
				フォロワー数	—	1,000
3	観光パンフレット発行	町観光ガイドブック「Krip Magazine」（R5年発行）の更新・拡充を行う。	令和7～12年度	年間配布部数	—	15,000部
4	メディア活用	マスメディア等に対して観光情報の定期的なプレスリリースを行う。	令和7～12年度	プレスリリース数	—	12
				メディア掲載件数	—	4
5	関係施設等との連携	道内道の駅、商業施設、学校、町内関係施設、近隣自治体等との連携強化。	令和7～12年度	パンフレット配架施設、情報共有先整理	—	実施

※ウェブサイトお知らせ更新 2回×12ヶ月＝48回⇒50回

※SNS投稿数 2回×52週＝104回⇒100回

取り組み事業概要

No.	事業	内容	取組期間	KPI	現状	目標
6	観光案内窓口の運用	栗山煉瓦創庫くりふとにおける観光案内の実施。 町内観光情報の収集や掲示、町内関係機関との情報共有等を行う。	令和7 ～12年度	観光案内件数 100人×12ヶ月＝1,200人	—	1,200件
				関係機関への情報提供数	—	12回
7	コミュニケーションツール制作	SNS・WEB宣伝用ノベルティの制作・配布、イベントブース装飾用のぼり等の制作を行う。	令和7 ～12年度	ノベルティ配布数	—	5,000件
8	物産展・特産品活用	各種物産展における観光PRの実施。 栗山町特産品推進協議会との連携、あり方の検討。	令和7 ～12年度	物産展におけるPR (オータムフェスト、代々木産直フェア、オーロラタウン)	3	3
9	町内イベント連携	老舗・夏・秋まつりとの連携。 情報発信支援、観光案内ブース出店等の実施。	令和7 ～12年度	出展回数	—	3回
				ブース来訪人数 約300人×3回＝1,000人	—	1,000人

取り組み事業 概要

No.	事業	内容	取組期間	KPI	現状	目標
10	観光基礎調査	観光入込客数調査基礎調査（対象客体の見直し等）及び、独自来訪客基礎調査の実施。	令和7年度 ・9年度	観光基礎調査の実施	—	10施設
11	推進母体見直し検討	町直営・任意団体・法人など本町観光の実態・段階に合わせた推進母体の検討。	令和8年度 ・12年度	—	—	—
12	【後期展望】 周遊促進事業	「ぐるっと栗山スタンプラリー」との連携や、来訪時に利用できるクーポンの発行事業等の検討。	【後期】 令和9 ～12年度	—	—	—
13	【後期展望】 施設連携事業	オオムラサキ館など関連施設と連携した誘客・周遊促進事業の検討。	【後期】 令和9 ～12年度	—	—	—
14	【後期展望】 感謝祭イベント・ 冬期誘客促進事業	いも・栗・かぼちゃなど町特産品を活用したイベント及び冬期誘客促進事業の検討。	【後期】 令和9 ～12年度	—	—	—
15	【後期展望】 自然環境資源の活用	オオムラサキ保護・継承活動、自然環境の保全等、ネイチャーポジティブの実現に向けた観光の検討。	【後期】 令和9 ～12年度	—	—	—

(参考) 町ホームページPVランキング

No.	内容	P V数
1	トップページ	349, 027
2	令和6年度栗山秋まつり	43, 741
3	栗の樹ファーム	33, 784
4	くりやまハーフマラソン	27, 791
5	令和5年度栗山秋まつり	22, 330
6	くりやま夏まつり	19, 312
7	広報くりやま	14, 482
8	くりやま老舗まつり2024	14, 240
9	観光・魅力	12, 604
10	くらし・手続き	11, 415

(令和5年11月1日～令和6年10月31日)

栗山町観光振興計画

[令和7年度～12年度]

令和7年3月発行

栗山町商工観光課

〒069-1511 夕張郡栗山町松風3丁目252番地

電話0123-76-7787