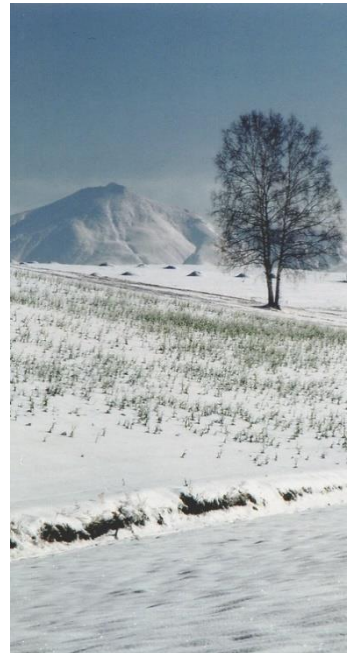


富良野・美瑛

田園休暇

～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～

富良野・美瑛観光圏整備計画 2023～2027



目次

1. 基本的事項	
1. 観光圏の区域	・・・P2
2. 滞在促進地区の区域	・・・P2
3. 観光圏整備計画の実施体制	・・・P3
4. 観光圏整備計画の目標	・・・P3
5. 計画期間等	・・・P3
6. 住民その他利害関係者の意見を 反映させるための措置及び反映内容	・・・P3
7. 地域住民の観光地域づくりに対する 意識啓発と参加を目指すための取組	・・・P3
2. 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び 滞在の促進に関する基本方針	・・・P4
3. 観光圏整備事業の概要（添付①）	・・・P14
4. 協議会に関する資料（添付②、③）	・・・P15
5. その他市町村又は都道府県が必要と認める事項	・・・P15

富良野・美瑛 田園休暇

～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～

～富良野・美瑛観光圏整備計画～

1. 基本的事項

1. 観光圏の区域

- ・区域の範囲は美瑛町、上富良野町、中富良野町、富良野市、南富良野町、占冠村の6自治体とする。
- ・平成6年から「富良野美瑛広域観光推進協議会」を6自治体で設置し、お客様の立場に立って市町村境界を超えた連携を29年間継続している。
- ・今後も継続して「富良野・美瑛」ブランドの構築のためにも現6自治体が一体となった観光圏の区域設定継続がベストである。

2. 滞在促進地区の区域

(1) 主たる滞在促進地区

1. 富良野地区

宿泊施設数：121

- (理由) 広域の中心部に位置し、公共交通機関の利便性が高く、スキー場を中心としたリゾート地区で長期滞在を行うインフラが整う地区。
- (住所) 富良野市字島ノ下～字学田三区～北の峰町18～字中御料～弥生町3地先～末広町8～緑町8～若葉町4～字西学田二区～字清水山を囲んだ地域

(2) 交流地区

1. 美瑛地区：美瑛町

宿泊施設数：72

- (理由) 丘ごとに観光スポット及び宿泊施設が全町に分散しており、美瑛町全域を指定。
- (住所) 上川郡美瑛町天人峡～忠別第2～忠別第1～朗根内～朗根内更正～朗根内町内～横牛第2～横牛第1～赤羽～下宇莫別第二～下宇莫別第三～下宇莫別第五～北瑛第二～北瑛第三～夕張～美田第二～瑠辺薬第三～瑠辺薬第一～瑠辺薬第六～瑠辺薬北斗～瑠辺薬栄進～瑠辺薬平和～美馬牛大成～美馬牛北～美馬牛南～新星第三～新星平和～新星妙見～常盤～御牧～美沢双葉～美沢美生～白金～置杵牛協英～上宇莫別藤山～依真布第三を囲んだ地域

2. 上富良野地区：上富良野町

宿泊施設数：6

- (理由) 温泉を中心とした地域。十勝岳の良泉により満足度が高い地域。
- (住所) 空知郡上富良野町十勝岳温泉～吹上～新町4～西2線～西1線～丘町4～東7線を囲んだ地域

3. 中富良野地区：中富良野町

宿泊施設数：33

- (理由) 田園景観と花観光、宿泊がバランスよく点在しアクセスの利便性が高い地域。
- (住所) 空知郡中富良野町奈江～吉井農場～東6線～ベベルイ～西中東4線～西2線～新田中を囲んだ地域

4. 麓郷・山部・東山地区：富良野市

宿泊施設数：13

- (理由) ドラマロケ地や観光施設が点在する、自然景観も良い農村地区であり、農村交流や自然体験・キャンプの拠点となり長期滞在が可能な地域。
- (住所) 富良野市字東麓郷1～字北布礼別～字山部西19線～字山部西25線～西達布2175を囲んだ地域

5. かなやま湖地区：南富良野町

宿泊施設数：2

- (理由) かなやま湖を中心とした湖畔リゾート地区でキャンプ場やコテージなど長期滞在型リゾート地区。
- (範囲) 空知郡南富良野町字東鹿越

6. 幾寅地区：南富良野町

宿泊施設数：2

- (理由) 幾寅駅や道の駅を基軸に、映画のロケ地・飲食店・宿泊施設・利便性やアクセスなど交流施設のインフラが整う地区。
- (範囲) 空知郡南富良野町字幾寅

7. 占冠地区：占冠村

宿泊施設数：10

- (理由) 豊富な自然資源と通年型の大型リゾートを有し、長期滞在交流に適した地区。
- (住所) 勇払郡占冠村字中央～占冠～中トママ～上トママ～パンケシュルを囲んだ地域

3. 観光圏整備計画の実施体制

(1) 実施主体

- ・「富良野美瑛広域観光推進協議会」を主体
- ・構成員は6自治体、6観光協会および民間から JR 北海道、日本航空、全日本空輸、AIRDO、ふらのバス、商船三井フェリー、JA ふらの、JA びえいなど官民連携した共同体を運営している。
- ・自治体の事務局は「富良野市商工観光課」が、民間の事務局は「富良野美瑛広域観光協会連絡会議」その中での全体総括は「ふらの観光協会」が担う。

(2) 観光地域づくりプラットフォームの概要

- ・「ふらの観光協会」が地域づくりマネージャーを中心に本エリアのワンストップ窓口の中心を担う。

(3) 地方公共団体の役割

- ・「住んでよし・訪れてよし」の「住んでよし」は各自治体が担う役割が大きく、空間整備、人材育成、雇用、道路環境や住民意識の醸成を担う。

4. 観光圏整備計画の目標

令和5(2023)年度～令和9(2027)年度までの5年目標

◎ 目指すべき方向性

観光圏の最終的に目指す目標は、

- (1) 「一人当たりの平均宿泊数を上げる」、
- (2) 「消費単価を上げる」その上で
- (3) 「総合満足度向上」を目標に進めていきます。

「200万人 交流プログラム」

(1) 宿泊延べ数

宿泊延べ数 令和9年度：200万泊人

(160%増)

現状令和3年度：82.5万泊人（令和4年度：125万泊人見込み）

(2) 旅行消費額

- ・富良野・美瑛の強みを活かしながら、産業間の連携により地産地消を図り、地域産業の雇用増や持続的発展を図ることで富良野・美瑛の産業全体の高付加価値を図る。
- ・観光入込客数を増やす中で、域内消費額が高い滞在型の需要を増やすことが重要であり、宿泊、飲食、交通、物産、体験などのあらゆる面においてサービスの質を向上させ、オール富良野・美瑛の取り組みにより旅行消費額の増加を目指す。
- ・2021年の調査においては30,029円であった平均の域内消費額を2027年までに25,000円程度上げて、55,000円までに上げることを目標とする。

旅行消費額 30,029円→55,000円

(3) 旅行者満足度

- ・2010年から、総合満足度・紹介意向・再来訪意向の経年変化・季節変化を追ってきた。
- ・全体的にはこの2か年は横ばいで経過し、季節偏差では、夏期は比較的堅調だが冬期は弱い。
- ・この中の指標、「総合満足度（7段階評価中最高評価）」を2027年までに52%まで上げることを目標とする。

総合満足度 35%→52.0%

(4) 活動体制の確立への目標

- ・人材育成はマネジメント研修・ガイド研修を観光アカデミーとして継続的に実施し、各地域で地域づくりマネージャーやコンシェルジュ（観光相談員）を育成する。

5. 観光圏整備計画の計画期間等

(1) 計画期間

- ・令和5年(2023)年4月1日から令和10年(2028)年3月31日の5か年とする。

(2) 見直しの手順

- ・毎年、年度末までに、計画の見直しを行う。
- ・手順については、担当者会議を開催し、事業報告およびマーケティング分析成果をふまえ内容を再検討する。

6. 住民その他の利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映状況

- ・住民意見については、観光圏整備計画を協議会 HP で公表・縦覧し、意見を求め反映する。

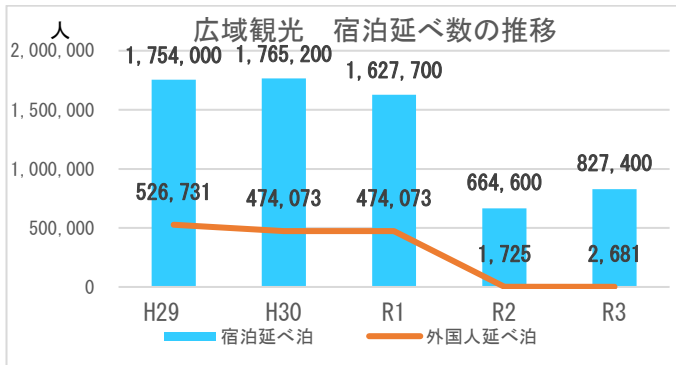
7. 地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加を目指すための取組

- ・住民の意識啓発については、広報紙への記事掲載や協議会 HP で年次報告書の公開等により実施する。
- ・住民参加については、行事への参加呼びかけやイベントへの参画の呼びかけ等の取組を検討する。

2. 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針

1. 富良野・美瑛を取り巻く現状と課題

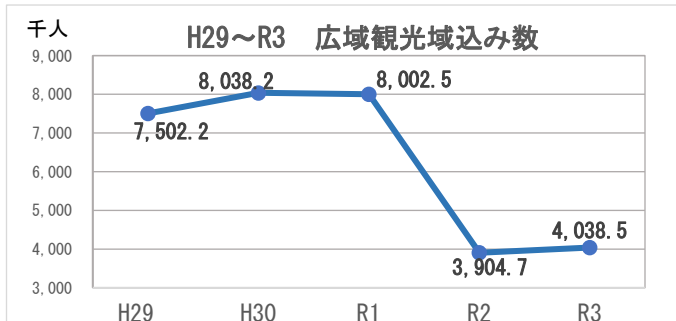
◎平成 30 年度に過去最高を記録し、前計画の目標達成を目前に控えていたものの、令和 3 年度は平成 30 年度比で 46.9%にとどまる。



→アフターコロナにおけるコロナ禍以前の水準への回復とさらなる平均泊数の延長に向けて、周遊促進事業やマーケティング事業を軸に滞在型観光の促進に取り組む。

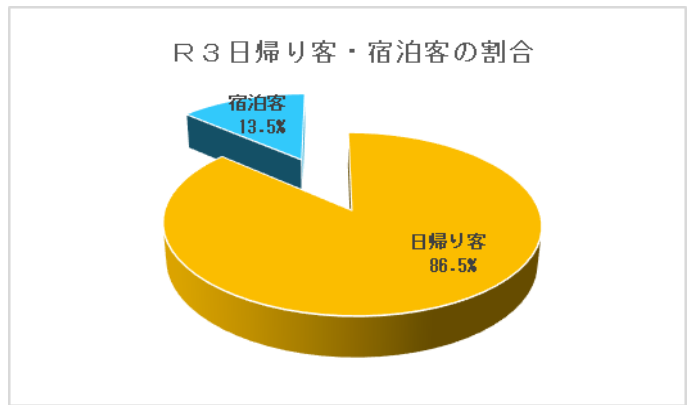
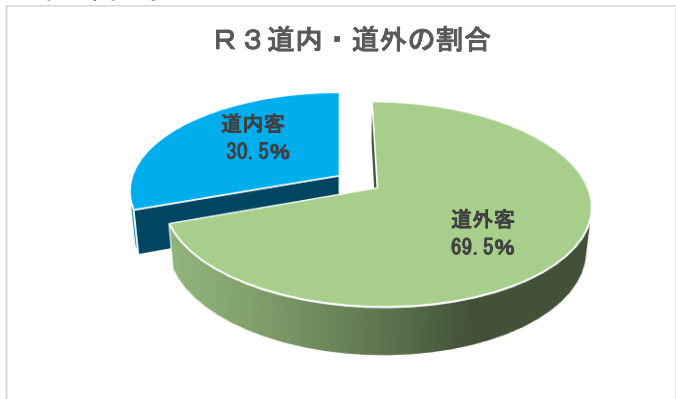
(1) 広域観光入込の推移

平成 24 年より増加傾向が続き、平成 30 年度に過去最高を記録した。



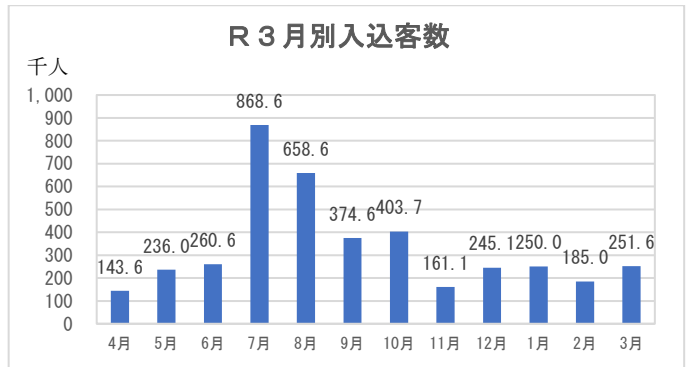
(2) 観光客の特徴

道外客の割合が高いが、他地域への宿泊や日帰り客の比率が高い。

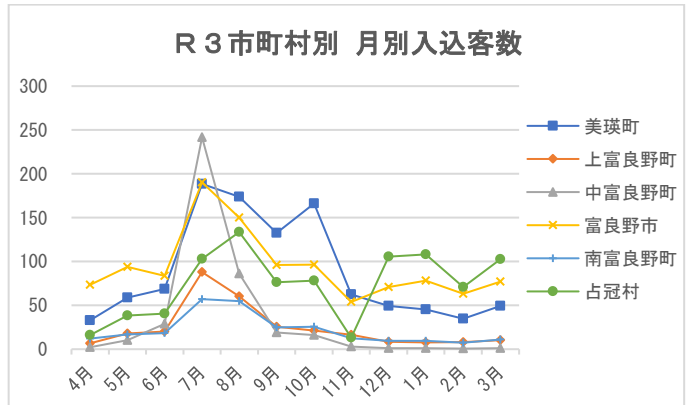


(3) 月別入込の状況

コロナ禍を経ても 7 月、8 月の集中と 4 月、11 月の閑散は変わらない。

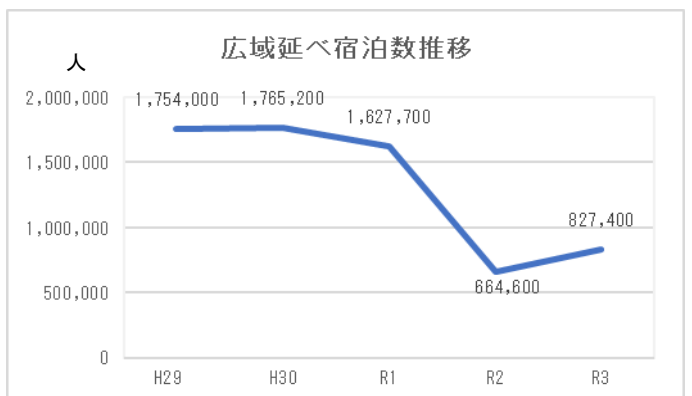


※市町村別 月別入込の状況

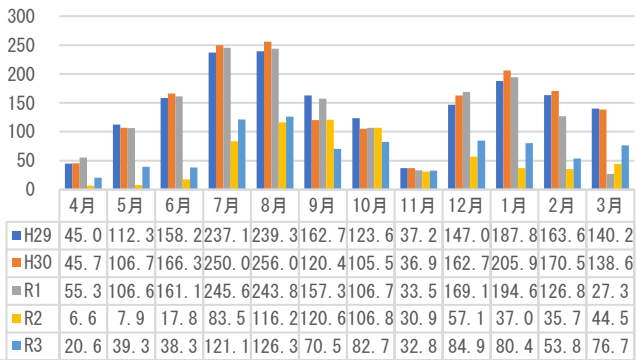


(4) 宿泊延べ数の状況

コロナ禍の影響がない平成 30 年度に過去最高となる。感染状況に左右された令和 2 年、3 年においても 7 月、8 月のピークは変わらない。5 月、6 月、12 月、1 月、2 月の入込が全体を押し上げ、回復にも寄与する。



年度別月別宿泊延べ数推移



(5) 外国人観光客の現況

コロナ禍以前の外国人観光客は8割～9割がアジアから来られ、欧米豪へのアプローチがさらなる成長につながる。

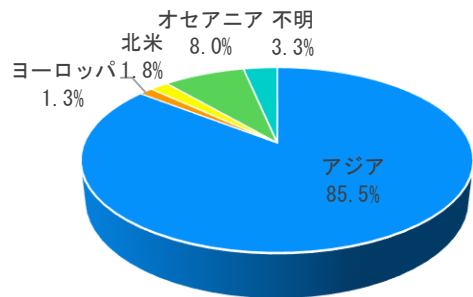
H30外国人観光客宿泊客数

順位	国	宿泊人数	構成比
1	中国	97,354	34.2%
2	台湾	50,325	17.7%
3	香港	39,390	13.8%
4	韓国	22,959	8.1%
5	シンガポール	22,153	7.8%
6	オーストラリア	13,564	4.8%
7	タイ	12,219	4.3%
8	マレーシア	8,089	2.8%
9	アメリカ	4,137	1.5%
10	イギリス	1,825	0.6%
11	インドネシア	1,429	0.5%
12	フィリピン	1,081	0.4%
13	カナダ	969	0.3%
14	フランス	825	0.3%
15	ドイツ	453	0.2%
16	ベトナム	213	0.1%
17	ロシア	210	0.1%
18	インド	160	0.1%
19	中南米	0	0.0%
20	アフリカ	0	0.0%
	不明	7,705	2.7%
		285,060	

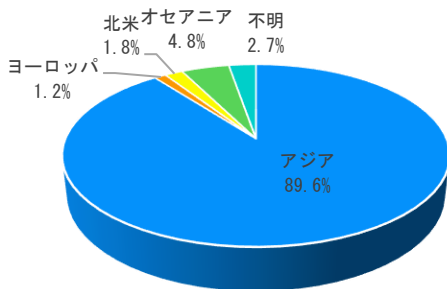
H30外国人観光客宿泊延べ数

順位	国	宿泊延べ数	構成比
1	中国	190,371	36.1%
2	台湾	82,525	15.7%
3	香港	70,249	13.3%
4	オーストラリア	42,087	8.0%
5	シンガポール	40,935	7.8%
6	韓国	31,949	6.1%
7	タイ	16,938	3.2%
8	マレーシア	12,931	2.5%
9	アメリカ	7,698	1.5%
10	イギリス	2,875	0.5%
11	フランス	2,531	0.5%
12	インドネシア	2,464	0.5%
13	カナダ	1,943	0.4%
14	フィリピン	1,502	0.3%
15	ドイツ	992	0.2%
16	ロシア	634	0.1%
17	インド	316	0.1%
18	ベトナム	312	0.1%
19	中南米	0	0.0%
20	アフリカ	0	0.0%
	不明	17,479	3.3%
		526,731	

H30外国人観光客宿泊延べ数割合



H30 外国人宿泊者数割合



(6) 総合満足度

【富良野・美瑛観光圏】2021年度・全体では、『大変満足』が47.1%。「全観光圏：2021年度・合計」(31.3%)に比べ15.8ポイント高い。「夏季調査」(53.4%)が「冬季調査」(38.9%)に比べ、14.5ポイント高くなっている。

■本地域の総合満足度(全体/単一回答)

調査項目	調査・計	満足・計					不満・計			満足・計	不満・計	満足 平均値
		大変満足	満足	やや満足	(不明含む)	やや不満	不満	大変不満	無回答			
全観光圏：2021年度・合計	(n= 8,157)	31.3%	44.4	26.2	14.1	3.6	0.2	0.1	89.8	1.0	6.07	
富良野・美瑛観光圏：2018年度	(n= 248)	14.1	44.4	26.2	8.9	2.4	4.0	0.0	84.7	2.4	5.61	
富良野・美瑛観光圏：2019年度	(n= 454)	30.2	42.1	16.7	6.6	1.0	0.4	0.0	89.0	2.0	5.93	
富良野・美瑛観光圏：2020年度	(n= 123)	48.8	33.3	10.6	3.0	3.8	3.3	0.0	92.7	0.8	6.30	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 261)	47.1	41.8	7.7	1.2	0.4	1.9	0.0	96.6	1.5	6.35	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 84)	46.4	44.1	7.1	2.4	0.0	0.0	0.0	97.6	2.4	6.32	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 174)	48.3	41.4	8.1	0.6	0.6	0.0	0.0	97.7	1.2	6.36	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 107)	41.1	48.6	8.4	0.9	0.0	0.0	0.0	98.1	0.9	6.30	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 146)	52.7	38.6	6.9	1.4	0.7	0.0	0.0	98.0	2.1	6.38	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 149)	53.4	37.8	6.1	0.7	0.7	0.0	0.0	97.3	0.7	6.45	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 113)	38.9	46.9	9.7	2.7	1.8	0.0	0.0	95.6	2.7	6.22	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 36)	36.1	47.2	11.1	2.8	2.1	0.0	0.0	94.4	5.6	6.03	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 42)	21.4	54.8	14.3	2.4	7.1	0.0	0.0	90.5	2.4	6.06	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 59)	40.7	47.5	8.9	3.4	0.0	0.0	0.0	96.6	—	6.33	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 116)	64.7	31.9	3.5	—	—	—	—	100.0	—	6.61	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 1)	100.0	—	—	—	—	—	—	100.0	—	6.00	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 7)	28.6	42.9	14.3	14.3	—	—	—	85.7	14.3	5.71	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 0)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.00	
富良野・美瑛観光圏：2021年度	(n= 0)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.00	

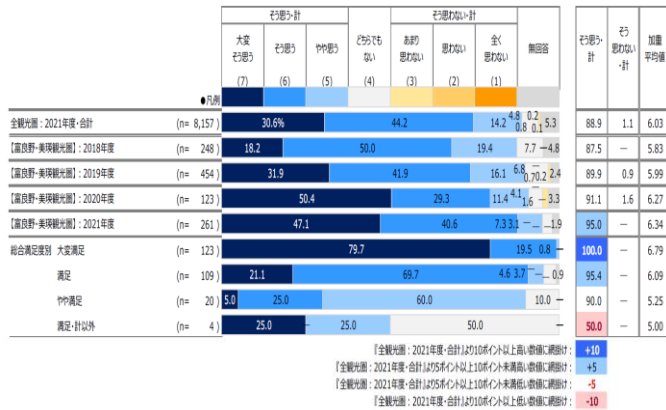
つなぐこと
つなげること
伝えること
観光は「思い」の最終ランナー
「思い」をつなぎ、物語（ストーリー）化することで、ここだけの「経験」として感動させるという目的や地域が伝えたいことを共有する場。

(7) 紹介意向

【富良野・美瑛観光圏】2021年度・全体では、『大変そう思う』が47.1%、「全観光圏：2021年度・合計」(30.6%)に比べ、16.5ポイント高い。『大変そう思う』は「夏季調査」(52.7%)が「冬季調査」(39.8%)に比べ、12.9ポイント高い。満足度が高い層ほど『大変そう思う』は高くなり、「大変満足」層では79.7%。

■本地域の紹介意向(全体/単一回答)

Q9. 観光客に本地域を紹介したいですか? (〇は、1つだけ)

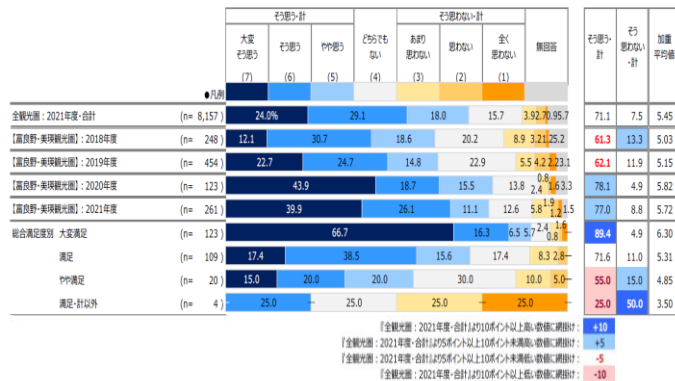


(8) 再来訪意向

【富良野・美瑛観光圏】2021年度・全体では、『大変そう思う』が39.9%、「全観光圏：2021年度・合計」(24.0%)に比べ、15.9%高い。『大変そう思う』は「夏季調査」(39.2%)が「冬季調査」(40.7%)とほぼ同水準。満足度が高い層ほど『大変そう思う』は高くなり、「大変満足」層では66.7%。

■本地域への1年以内来訪意向(全体/単一回答)

Q10. 1年以内に、本地域への来訪を検討しますか? (〇は、1つだけ)



(9) 農業環境会議からの現況

「田園」の魅力再発見のための定期的な交流の場づくり

富良野・美瑛の「田園」「花」は自然景観ではなく、人が作り上げてきた文化的遺産であり異業種の現場（特に田畑・森・山岳）で働く方々を知り、今後の情報発信のあり方などを学ぶ研修をさらに深く掘り下げるためにフィールドワークとして実施。私たちが生活し、農業を営むのに欠かせない「水」、その水を生み出している「森」をテーマに森に住み守り育てている住民の取り組みに触れている。

2. 富良野・美瑛地域の強みと弱み(SWOT)

強み (Strengths)

- ・外国を思わせる壮大な自然景観・丘の風景・整備されていない森林。
- ・大雪山系の多様性、登山、四季ごとに表情を変える美しい風景。
- ・豊富な観光資源、豊かな森、自然、盆地、火山、パウダースノー、湧水、花、ジオパーク、北海道で一番高い所に在る温泉郷。
- ・丘陵と田園、それを彩る花と雪。
- ・豊富な農業形態から生産される農畜産物が豊かで、地元ならではの旬の食材が多く。
- ・火砕流台地と盆地の地形による気味が生み出す食味の良い野菜。
- ・北海道の中央に位置し、札幌圏、旭川圏、十勝圏、新千歳空港、旭川空港、帯広空港へのアクセスも良い。
- ・四季を通じての多彩なアウトドアアクティビティが豊富で、様々なエコツーリズムの選択肢がある。
- ・広域のサイクリングロード。
- ・インバウンド個人旅行者が多い。
- ・エリア内の各地にワーケーション施設が立地している。

機会 (Opportunities)

- ・旭川空港の国内線・国際線の便数増による入込増への期待。
- ・道内7空港民営化で進む空港連携で周遊観光の促進。
- ・外国人による消費拡大、ブローカーからの投資。
- ・豊かな自然を求める移住者の増加。
- ・温暖化によって雪を求める外国からの入込増、スキー客の増加。
- ・観光業界の好景気。
- ・北海道新幹線の開通による、人流の変化。
- ・ゴールドルートにはない観光資源を発信チャンス。
- ・環大雪山、十勝岳連峰広域周遊ルートの開設。
- ・スマホでの予約により自動運転車両で観光地に行ける新技術の登場。
- ・サイクリングの推進。
- ・山岳ガイド組織体制づくりと、人材育成。
- ・為替変動による円安傾向で外国人の消費が拡大。
- ・ATWS2023の北海道開催を契機としたアドベンチャーラベルの機運醸成。
- ・新たな旅行ニーズとして、「ワーケーション」「キャンプ・グランピング」の高まり。

弱み (Weaknesses)

- ・本州と比較して城跡や由緒ある寺社仏閣等がない。
- ・地元で長年にわたって愛される郷土料理が少ない。
- ・若年層への知名度が低い。
- ・競争力の無さから施設の質の低下。
- ・雪による冬期生活が不便。
- ・地域に若年層が少ない。
- ・市街地の街歩きに適した「歩いて巡る」ことのできる観光施設が少ない。
- ・人口減少による農家やペンションをはじめとした事業者の後継者（担い手）不足。
- ・観光客用のトイレ、Wi-Fi環境不足。
- ・山が近いが山道が少ない。
- ・冬道のドライブ観光の不安。
- ・エリアの広さゆえアクセスの難しさ、二次交通が不便で高価。
- ・求人内容に偏りがあり、希望する職に就ける場所が少ない。
- ・観光関連産業の人手不足。
- ・交通機関の輸送力が戻るまで時間がかかる。
- ・交通標識の英語表記が少ない。
- ・外国人対応など観光案内機能の不足。
- ・夜の観光（ナイトタイムエコノミー）の魅力不足。

脅威 (Threats)

- ・地域間の人と人との交流がなくなる。
- ・外国人の犯罪、事故の増加。
- ・TPPの影響により、農業をはじめとした産業の国際競争が加速する。
- ・宿泊施設の老朽化。
- ・国際情勢や感染症の流行により、政府の決定で外国人旅行者がストップする。
- ・アフターコロナで一気にインバウンドが回復し、オーバーツーリズムにつながる。
- ・外資による土地や水資源の買収で住民のアクセス機会喪失。
- ・人口減少による旅行者減少。
- ・高齢化による旅行者減少。
- ・人材不足による企業力の低下。
- ・中国における人口減や経済減衰。
- ・離農による丘の風景の変化。
- ・スキー人口の減少。
- ・外国人観光客のマナー問題などによる住民の歓迎意識の低下。
- ・気候変動による猛暑、暖冬、日照り、多雨。
- ・観光客のゴミによる環境汚染。
- ・競合するコンテンツを提供する観光地が多い。

3. 地域としての戦略方針

- ・富良野・美瑛の「強み」と「価値」を伝え共有する

① 「四季彩の大地」

- ・四季の変化とともに彩りのある景色を見ることができ強みがある。
- ・春：桜（東大演習林・金山地区の空知川・ニニウ）
- ・夏：ラベンダー、美瑛の丘、十勝岳の高山植物
- ・秋：紅葉（十勝岳、赤岩青巖峡）、美瑛の麦畑と花
- ・冬：スキー場（富良野・トナム）、十勝岳

② 最大の強み「花」

- ・富良野・美瑛にあって競合地域にないものは「花畑」
- ・「花畑」が創り出す、「彩りの豊かさ」が最大の強みである。その根底には、自然だけでなく、農業だけでなく、人が自然と共生しその上で、さらに花を愛し、育てる「心」が脈々と受け継がれている。
- ・4月から11月まで野生の花々、緑肥、高山植物、庭園まで多様な花々が咲き乱れる。
- ・丘の織り成す風景は観るものに奥行を持たせ、背景の山々のダイナミックな景観と重なって、非常に雄大な空間にいるように包み込む。
- ・海外を見渡しても、同様の景観を誇る場所はなく、オンリーワンの場所
- ・ラベンダーをはじめ、スケールの大きい花畑は人々の心を癒し、潤すため「美しさ」と「豊かさ」の象徴として「花」を活かす地域づくりを進める。

③ 「田園」

- ・雄大な十勝岳連峰を背景に、豊かな森、空間を立体的に魅せる丘、広大な大地に点在する農家の暮らしが織り成す独特の空間バランス
- ・田舎でもなく、都会でもなく絶妙なバランス
この景観を作り出したのは、古来の森と自然と共生し開拓した人々の知恵
- ・豊かな森が育む、澄んだ空気と美しい水が生まれる場所として経済優先のアジア圏の「癒し」の場所として位置付ける。
- ・これらの大きな背景は「盆地」であり、北を大雪山系のすそ野に広がる独特の「丘」が囲み、南は「深い樹海の森」に囲まれ、東西を「十勝岳と芦別岳」の大きな山々に囲まれた「富良野盆地」の特徴であり、これらの地理的要因により、様々な姿の田園空間を作り出し、その空間を開拓以来、ここで暮らす人々の生活の知恵が脈々と受け継がれ、奥行と深さを与える特有の文化圏を作りだしている。

④ 「花」×「田園」＝「癒し」

- ・アジアの中でも屈指の豊かな田園風景と美しい花々が共生する暮らし
- ・地球環境に配慮したライフスタイル
（ごみのリサイクル率全国 NO. 1）
- ・モノづくり、アートなど人間本来が持っているエネ

ルギーを確認する場所

- ・これらを地域づくりの柱に置いて、「癒しの空間づくり」を行う。

4. 富良野・美瑛の目指す目標・ビジョン

「豊かな自然と美しい田園を 100年後の子孫に今以上にして返す」

- ・地名の語源である「富良野＝富む良い野」、「美瑛＝美しく明朗で王者の如し」を言葉どおり100年先まで守り抜く。
- ・開拓して120年、深い森だったこの地を開拓した人の努力と知恵と思いを継承する。
- ・農業を基盤に、農業がこの地域を豊かに美しく保っていることを地域全体及び交流する人々全体で守る。
- ・豊かな森が育む綺麗な空気、蓄えられた水を大いなる遺産として継承する。
- ・過去の先人の営みを敬い、未来の子孫に残す借りものとして捉え、
「過ごさせてもらっているもの」
「自然は子孫から借りたもの」
「自然から頂戴するもの」として
- ・自然から必要な分だけもらい、子孫にお返しする。
- ・お客様には、自然や人間の知恵による四季それぞれの旬の食材や景色を堪能し、自然と人間の関係性を見つめる場所として残し、五感を通して自然の大きさを訴え、人間の知恵の素晴らしさを感じる場所としてあり続ける。
- ・滞在を通して、普段の生活で眠っていた感覚「人間本来が持っているエネルギー」を再発見し、明日ちょっと元気になる場所として磨き続ける。

5. ビジョンを達成するための方向性

1) 宿泊延べ数 200 万人の観光交流地域を目指します。

- ・宿泊延べ数 200 万泊、年 3% 増加を目標とし、滞在型観光地づくりを目指します。
- ・また、「一年を通して、泊まる・体験する・交流する・楽しむ」をキーワードに、広域のスケールメリットを活かし、多様なニーズに対応しながら、200 万人の人々が交流する観光地域づくりを目指します。

2) 「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを目指します。

- ・観光客が、いつでもどこでも簡単に観光情報を入手でき、一人歩きできる情報発信と、安心して観光できるインフラ整備を目指します。
- ・住民や観光客にとって「安全・安心」でかつ地域が活性化する「感動と満足度の高い」観光振興を図り、点ではなく線・面としての PR 戦略を実施します。

3) 環境にやさしい観光を推進します。

- ・「自然・農業・森林環境」を大事な財産として、未来に引き継ぐため、環境にやさしい観光を推進します。

4) 広域のスケールメリットを活かし、「FURANO・BIEI」として外国人観光客誘致を積極的に行います。

- ・国・道等と連携し、産業・文化両面の活発な国際交流を目指し、外国人観光客の一層の増加に取り組みます。
- ・各国で行われる旅行博等への積極的な出展により、「FURANO・BIEI」の PR をさらに行なっていきます。

6. ビジョンを達成するためのブランドコンセプト

1) コンセプト

富良野・美瑛 田園休暇
世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ

2) 富良野・美瑛の強み

- ・花～四季折々の「色・彩り」
- ・田園～広い空・十勝岳連峰の山並み
- ・豊かな森×丘×畑×人々の生活が重なりあうバランス
- ・水・空気

3) お客様へ提供する価値

- ・癒し
- ・人間が本来持っているエネルギー
- ・ワクワク・感動

4) 富良野・美瑛の「強み」「価値」の背景

○風土～美しい自然と豊かな農業

- ・北海道の中心・アクセスの良さ
- ・大雪・十勝岳連峰と日高・芦別山系に囲まれた富良野盆地
- ・厳しい寒暖の差による明確な四季
($-30^{\circ}\text{C} \sim +30^{\circ}\text{C} = 60^{\circ}\text{C}$)
- ・パウダーベルト
- ・冬の晴天率の高さ
- ・獲れないものがない野菜王国 (豊かな大地)
- ・東大演習林を含む 70% が豊かな森
- ・開拓 125 年
- ・富良野スキー場と富良野市街地の近接性
- ・十勝岳の日本一早い紅葉
- ・盆地ごとに発生する雲海
- ・青い池～温泉と川の融合
- ・富良野盆地のパウダースノー-BONCHI POWDER の訴求

○人々～自然と共生する人々と文化

- ・自然に魅せられた芸術家・移住者たち
- ・自然と共生した人々の素朴さ・おおらかさ
- ・ドラマの生まれる街～北の国から他
- ・富良野美瑛を発見した人々の奇跡
= 倉本聰 (脚本家)・ファーム富田
(農家: ラベンダー)・前田真三 (写真家・丘)
- ・豊かな食文化 (野菜・牛乳・スイーツ)
- ・環境に配慮した暮らし = 16 分別のゴミだし
- ・「もったいない」を基本にした暮らし
- ・自然塾の環境プログラム = 植林
- ・犬ぞり・カーリングなどの冬のスポーツ
- ・農家の芸術・暮らしの知恵
(融雪剤・畑の機能美・豆二オ)
- ・雄大な景色の中でのアクティビティ
(登山・ラン・自転車・スキー・キャンプなど)

7. 競合する地域（ライバル）との差別化

○国内

- ・十勝→農業の広大さでは十勝が勝るが、その景色の中に花々・彩り、山々と田園のコントラストがコンパクトにまとまっている点で勝る。
- ・ニセコ・洞爺湖→スキー場の規模ではニセコが勝るが、市街地との近さ、彩り・山々と田園のコントラストがコンパクトにまとまっている点で勝る。

○海外

- ・ヨーロッパの田舎
(イタリア(トスカーナ)・フランス(プロヴァンス)・ドイツ・スイス・NZ)→歴史、規模ともヨーロッパの国々が勝るが、ターゲットとするアジアからの近さ、豊かな森、彩の豊かさ、隣接する温泉、自然と農業の共生や山々と田園のコントラストがコンパクトにまとまっている点で勝る。

8. コンセプトを実現するアクションプランの

基本方針

田園休暇の過ごし方＝ライフスタイルの提案

住んでいる住民×訪れる人々がそれぞれ求める

至福の瞬間を追及する

→「至福の旬感プログラム」

「旬」を五感で「感じる」

→五感を開放し、心を揺さぶる感動の演出を

- ・北海道内の他のエリアとの徹底的な差別化を図り強みを延ばす。
- ・強みである「花・丘・田園・雄大で多様性のある自然環境」を延ばしていく。
- ・弱みである2次交通も「寄り道を楽しむ」として「時間を短縮する方向ではなく、移動さえ楽しむ」寄り道の提案やガイド・情報発信の質を高めることでエンターテイメントにしていく。
- ・年間とおして様々な**四季の彩り**を提供する。
- ・地元と旅行者が交流する機会と場所を増やし、旅行者同士が**交流する機会も増やす**。特に、コロナ禍を経て普及しつつある**ワーケーション**の受入環境整備により、取り組みを促進する。
- ・旬の食材や**旬の体験**をとおして「ここだけのサービス」「あなただけにサービス」「この時期だけ」を徹底的に深め、**期待と価値を上回る感動を演出**する。
- ・**「農業・環境」を全面に打ち出し、「もったいない」という気持ちを発信**し、地球環境に配慮した地域づくりを念頭に、旅行者の気づきのきっかけとなるように配慮する。

9. アクションプランの具体的な六つの方向

1. 主たる滞在促進地区（富良野）を起点に「滞在プログラム（至福の旬感）」の充実
2. コンシェルジュ（iサイト）機能の充実
3. 二次交通のエンターテイメント化による多様化
4. 人材育成と住民に対する意識啓蒙
5. 田園×休暇を結びつけ、ライフスタイルの提案を発信しながらブランド力の強化
6. 至福の空間（空間整備）と住んでよしの地域づくり

10. ターゲット別の戦略方向

(1) イメージ戦略

☆富良野・美瑛「らしさ」を全面に

北海道の中でも差別化を図り、強みである「花・丘・田園風景・雄大で多様性のある自然環境」を軸に、長期でゆっくり・年間とおして様々な四季が楽しめる、様々な体験交流、旬の食材などを「地域らしさ」「ここでしかない独自の魅力」「顧客ニーズにあったサービス」「質の高い、期待以上のサービス」により「ここにしかない感動」を演出する。

(2) ターゲット、テーマ別の課題

自然景観の保護

☆農業・林業・自然景観の保全が課題

本地域は、大雪山国立公園十勝岳連峰と日高山系からなる雄大な自然に囲まれ、また東大演習林などの広大な森と農業を基幹産業とする希少性高い自然形態を有する地域であり、それらの保全・活用が大きな課題である。

観光客のニーズは「食」

☆ニーズは「食」「自然景観」「温泉」

旬な食材を活かしきれておらず、「ここでしか食べられないもの」、「こだわり料理の創出」が課題として上げられる。

交通アクセスの改善

☆便数・路線が少なく、不便な交通インフラ

「夏のピーク」は渋滞を生み、冬は雪に閉ざされる。観光施設は郊外に多く、各観光施設間は離れており、便数も少ない。効率的な観光ができず、観光客だけではなく住民にも不便である。

インバウンド関連

☆地域住民の理解と通年での入込の平準化に向けて田園休暇であるというプランニングを魅力の発信と併せてマナー啓発が必要である。

受け入れに関してツアーガイドの育成と人材確保、外国語ガイド付きの周遊バスツアーなどの実施により、オフピークの平準化、各国の休みに合わせて受け入れ推進、受け入れ時期を事業者と共有することが重要である。

(3) ゾーニング、ターゲット、テーマ別の戦略方向

北海道を代表する豊かな農作物を生み出す田園風景や畑の中で、そこから生み出される「ここでしか食べられない旬な食」で元気を取り戻す。神々の住む圧倒的な山々や深い森に圧倒され・自然と共生する人々の知恵を学び・そんな奇跡のような景色がパッチワークのように重なる空間にたたくみ優しい時間を過ごすことで、明日元気になる感動とパワーを充電して帰る場所を目指す。

1. テーマ別のイメージを伝えていくための方針

① 花

・ラベンダーをはじめ、スケールの大きい花畑は

人々の心を癒し、潤すため「美しさ」と「豊かさ」の象徴として「花」を活かす地域づくりを進める。

- ・今後も花の開花時期を含めきめ細やかな情報発信を継続する。
- ・ただ、見せるだけではなく経済につなげていくような仕掛けも必要である。

② 森

- ・豊かな森から生み出されるきれいな水、森があることによって作られるきれいな空気に癒しを求めることができる。
- ・そして水が作り出す川はラフティングやカヌーなどのアクティビティへつながっていく。
- ・森の中では熊などの危険もあるが、逆にエゾシカはジビエといったカタチで消費することもできる。また野生動物の住処としてバードウォッチングなどの可能性も広げている。
- ・今後、森を観光資源として利用するためにも、土地の使用許可等の緩和を含めた周知が必要である。

③ 山

- ・多様性がある山が存在している強みがある。
- ・そして、それらに登りたいというニーズはあるが、個人での登山が難しい場合がある。
- ・ガイドや小規模なイベントの情報発信が不足し利用者に届いていないことから、もっと観光客を意識した発信の仕方に変えていく必要がある。

④ 丘

- ・丘陵風景を作り出しているのは畑などの農業景観であり、今後もそれらを維持していくためには、観光サイドで農業者の理解をどう得られるかにかかっている。
- ・農業者がメリットを実感することができることも必要である。観光客に農産物を購入していただくことや農業者自身がガイドをするなどにより収入に結びつく状況になれば、お互いの理解を促進していく。
- ・今後もこの丘陵風景を持続させられるように、農業者との連携を進める必要がある。

⑤ アクティビティ

- ・富良野・美瑛エリアならではの田園風景、花、森、山などの自然を自らのチカラで移動し、グリーンシーズンの登山、自転車、キャンプ、ウォーキング、ランニング、ホワイトシーズンのスキー、カーリング、犬ぞり、スノーシュー、フリーフライトなどのアクティビティを自由に組み合わせて楽しむ旅の提案を行い、地域の自然や文化を肌で感じてもらうことにより、旅行者と地域の関係を親密なものにし、再来訪意向を高めるために旅の多様化を推進する。

2. ターゲット別のイメージ・取組方針

①地域住民（6自治体間）

- ・地域の「田園」「花」は人が作り上げてきた文化的遺産であり、異業種の現場（特に田畑・森・山岳）で働く方々との定期的な交流が大切
- ・農業を守る・観光マナー啓蒙の活動
- ・環境に配慮したリサイクルやゴミ減量への取組
- ・「住んでよし、訪れてよし」により、地域内の人々の交流を促進
- ・「ちよっくら旅」は、地元住民が体験・交流する企画を支援し、地域間イベントの周知・連携・周遊化を促し、「地元住民が参加する」ことも重要
- ・地域独自の価値を体感できるような景観、地域資源を掘り起こす

②道内

- ・札幌・旭川からの家族層・ドライブ旅行の女性同士・カップルの1泊2日
- ・目的の中心は、地域ならではの食・温泉・アート・アウトドア・スキー
- ・特に春と秋、冬11月～1月の集中キャンペーン
- ・田園テラスの充実
- ※冬の森、クリスマスツリーの森をスノーシューで散策し、森の中のパウダースノーを歩く、誰もいない絵本の世界のような森を訪ねる。
- ※食→女性に向けて、ヘルシーな野菜、ジビエとして鹿など食事を楽しみ雰囲気の良い宿泊施設で1泊2日
- ※占冠のククサなどで地元の2次産業を感じ、3次産業として地元ガイドが森を案内する観光サービスを展開する。
- ・リピーターを増やすため、特に札幌・旭川圏からの家族層や訪問率の高い若年層などの1泊2日訪問・宿泊率を増やす。
- ・JR北海道・ふらのバスなどの公共交通とレンタカーや高速道路との連携

③道外

- ・ファミリー層の2泊3日
 - ・修学旅行生・長期滞在希望・移住予備軍
 - ・50歳以上のアクティブ層・20～40歳代の元気な女性
 - ・関西より南のエリアに居住しているファミリー層
 - ・シニア、60歳代
 - ・滞在に十分なプログラム・コンテンツを、シーズンや時間帯などの内容も充実させ提供
 - ・ここだけ・今だけしか体験できない「旬感プログラム」の発信
- 収穫体験や農業体験（地元の食にふれる）
→春はアスパラ、夏はトマト、メロン、秋はとう

きび、ジャガイモなど

- ・JAL・ANA・AIRDO・スカイマーク・LCC・商船三井フェリー・JR・レンタカーとの連携
 - ・来訪者に対するワンストップ窓口の充実
- 地域での滞在に係る各種情報を一元化して提供
- ・目的別は、ドライブ・サイクリング・食・花・アウトドア・温泉・登山・避暑・移住

④海外

- ・国内客の休暇シーズンにかかわらず訪日する海外客は、花のピークをずらした時期、閑散期や冬の底上げを狙う。
- ・台湾・香港を中心とした東アジア市場は、30～50歳のリピーターとする。
- ・オーストラリア市場は、ファミリー層で、スキー中心の誘客を狙い、冬のオール北海道として広域連携を進める。
- ・冬の魅力発信を重点的に行う。
- ・4月、5月に旅行シーズンを持つ東南アジア諸国の市場は、桜と残雪の風景を発信する。
- ・富裕層に対する特別な場所、食事を提供する仕掛け
- ・関西・羽田・新千歳・旭川の各空港との連携やJAL・ANA・JR北海道との連携
- ・海外は、東南アジアを中心に富良野・美瑛ブランドコンセプトに基づく統合的な情報発信
- ・FIT化するアジア圏を中心とした現地PRとドライブ・冬の情報発信の継続
- ・台湾・香港は、メディアを使った広告宣伝（ドライブ情報）
- ・韓国は、フィルムコミッションなど映像（映画・ドラマ）誘致によるPR
- ・中国は、都市別に戦略を変えたマーケティング
- ・シンガポール・マレーシア・タイは、情報収集によるマーケティング・情報発信

3. アプローチ戦略

①マーケティング戦略

- ・長期的な視点に立って、戦略的プロモーションを実施する。（インバウンド回復）
- ・国内外の観光客誘致のための各市町村レベルでの様々な環境整備に当たって、観光客の特性とニーズを把握し続ける。
- ・来訪者の特性、世代別、地域別、国別の旅行実態と旅行意識の調査を随時行い、関係団体への還元と共有を重要視する。
- ・来訪者の期待度・満足度・イメージ度などを調査し、ギャップを埋めていく。
- ・観光見本市等でのニーズ・動向調査
- ・地域内消費額や観光施設の増減、経済調査など

②IT戦略

- ・ウェブサイトの充実・集約化として国内客、外国人観光客や海外の旅行代理店にとっても扱いやすく、魅力的な多言語HPと各市町村や関係団体を結ぶウェブサイトの構築・運営や、動画、画像を含めたブランドイメージの発信
- ・ワンストップ集約・マネジメントへの活用として宿泊動向を地域で把握し、マネジメントに活かすため、**体験コンテンツの見積・予約・決済ができる共通のプラットフォームを地域での運営を進めていく。**

③PR媒体戦略

- ・PR用CD/DVD・パンフレット・ポスターの充実
- ・デザイン性に優れ、国内外からの観光客や旅行代理店の目にとまりやすい多言語DVD・パンフ・ポスター等を企画・制作し効果的な宣伝活動の実施
- ・SNSを使った情報発信により、多様な年齢層に向けた情報発信を強化

④宣伝・営業戦略

- ・旅行博・セールスコールなどへの参加、道内外への旅行代理店・雑誌社・学校等へのPR宣伝の継続
- ・国・JNTO・道との連携を行い、様々なメディアの招聘を行う。

⑤人材育成戦略

- ・受入環境整備として、エリア内の地域づくりマネージャー及び観光関係者のスキルアップを継続的に行い、来訪者の満足度向上につなげる。(インバウンド回復)
- ・外国語案内による観光人材の育成を目指す。(インバウンド回復)

⑥インバウンド回復戦略

- ・この地域の強みでもある食やワイン、ビールをはじめとした醸造所をめぐる酒蔵ツーリズムを推進する。
- ・魅力ある公的施設の開放・公開・誘客促進(インフラツーリズム)に向けて、コンテンツ開発を進める。
- ・大雪山国立公園、道立富良野芦別自然公園の魅力を引き出す。
- ・ナショナルルートの認定を目指し、サイクルツーリズムの推進
- ・アドベンチャートラベルの推進体制の整備を進め、長期滞在、広域周遊に資するコンテンツを開発する。

⑦国内交流拡大戦略

- ・新たな需要を開拓するために、ワーケーションの取り組みを推進する。
- ・観光繁忙期となる夏期の花観光と冬期のスキー

観光への集中を緩和させる平準化に取り組む。

⑧高付加価値で持続可能な観光地域づくり

- ・持続可能な観光地域づくりに向けて、サステナブルやアドベンチャーといった新しい分野に取り組む。
- ・観光地域における良好な景観保全
- ・野生生物の生態や伝統文化、森林といった地域資源、特産品を活用したコンテンツを実施する。
- ・この地域で捕獲される動物を使ったジビエ料理の食事体験
- ・受入環境整備事業に地元で作られた材料を使って地域住民参加型の美化活動に取り組む。
- ・多岐にわたるゴミ分別の体験を通して、富良野美瑛エリアの高いリサイクル率を実現する取組の体験

3. 観光圏整備事業の概要

(1) 主たる滞在促進地区を起点とし、
富良野美瑛グランドプランを基本とする
※別添①ロードマップ

(2) 主たる滞在促進地区における事業

1. 田園休暇バス事業 (R5~9)
富良野iサイトを起点とした花畑や主要スポットを巡る「田園くるるバス」を運行する。
2. 冬期のシャトルバス運行 (R5~9)
早朝、市街地からスノーリゾートに至る「モーニングシャトル」を運行し、市街地に宿泊のスキーを目的とした長期滞在者の利便性向上を図る。また、夕刻以降のバス運行のない時間帯に宿泊滞在エリアから市街地に至る「イブニングシャトル」を運行し、泊食分離の提案を実施する。
◎ふらの観光協会
3. 花壇整備事業 (R5~9)
主要道の美化整備の一環で、植樹マスへの花卉植栽の際に生ごみから製造した堆肥を使い、持続可能な観光を実践する。
◎ふらの観光協会

(3) 交流地区における滞在・回遊促進事業

◎美瑛地区

1. 二次交通強化 (R5~9)
美瑛エリア滞在コンテンツのひとつとしてガイドも乗車した「美遊バス」を運行する。
◎美瑛町観光協会
2. 観光マナー啓蒙活動 (R5~9)
農業＝美しい景観を守るために畑に入らない啓蒙および交通標識などの多言語チラシや動画の作成及び巡回による継続的な周知に取り組む。
◎美瑛町観光協会
3. 外国対応コンシェルジュ (JR 美瑛駅) (R5~9)
外国語対応コンシェルジュによる滞在プログラムや各種二次交通予約などに対応する。
◎美瑛町観光協会

◎上富良野地区

1. インバウンド受け入れ環境 (R5~9)
インバウンドの需要に応えるため、観光資源の魅力アップと受け入れ環境整備に取り組み、外国語案内による観光人材の育成を目指す。
◎かみふらの十勝岳観光協会

2. 持続可能な観光の推進 (R5~9)

観光入込が7月、8月に集中している状況の解消に向けて通年型観光を推進することにより、地区内の持続可能な観光の実現につなげる。
◎かみふらの十勝岳観光協会

◎中富良野地区

1. サイン整備 (R5~9)
四季彩の丘～ファーム富田を結ぶ北星山周辺に田園テラスを巡りながらトレイルランやウォーキングコースの設置を行い、一人歩きが可能な看板を設置する。
◎なかふらの観光協会
2. 田園テラス受入環境整備 (R5~9)
特に外国人の満足度向上のために滞在ポイントである北星山でWi-Fiの整備などを行なうことで滞在時間を延ばす。
◎なかふらの観光協会

◎南富良野地区

1. 手ぶらでアウトドア「幾寅」(R5~9)
アウトドアフィールドの中心である地区において南富良野エリアの滞在プログラムの詳細紹介・アウトドア体験を網羅したSNS等を活用したPR活動の拡大やガイドの育成、新たなツアー造成に向けた試行を行う。
◎南富良野まちづくり観光協会
2. かなやま湖周辺の機能強化 (R5~9)
かなやま湖周辺のキャンプ場などの観光施設の利便性向上に向けた施設拡充や体験型コンテンツの拡充に向けたイベントの開催、ツアーの造成・試行を行い、エリアにおけるハード・ソフト両面からの機能強化を図る。
◎南富良野まちづくり観光協会、南富良野町
3. 道の駅「南ふらの」機能拡充 (R5~9)
地域資源であるアウトドア環境を生かした体験型観光などの情報発信や交通結節点の強化及び子育て応援・交流拠点・休憩機能の拡充並びに防災拠点化を進め、道の駅エリア全体の機能拡充を進める。
◎南富良野まちづくり観光協会、南富良野町

◎占冠地区

1. 道の駅「占冠」サテライト機能強化 (R5~9)
新千歳空港から道東道を経由して最短で本エリアに入る占冠エリア「道の駅」での観光案内及び自転車レンタルなどの機能を強化する。
◎占冠・村づくり観光協会
2. サイクリングによる環境美化活動の推進 (R5~9)

景観の維持に向けて、地区内で自転車に乗りながら
ゴミ拾いを実施する。

◎占冠・村づくり観光協会

3. 高付加価値なコンテンツの提供 (R5~9)

占冠村の特産品のメープルシロップ「トペニワッカ」の
製作過程を知るメープルツアーの開催

◎占冠・村づくり観光協会

4. サステナブルなコンテンツの提供 (R5~9)

修学旅行を対象とした感響プログラム(ヒグマの生
態・鹿の生態・アイヌ文化・森林プログラム)の全
4コースをグループごとで各講師が実施する体験
ワークショップを開講する。

◎占冠・村づくり観光協会

(4) 住民に対する意識啓発等事業

1. マーケティング調査 (R5~9)

満足度・観光消費額調査を年間2期にわたって実施
する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

2. 農業環境会議の実施 (R5~9)

観光分野と異業種交流促進、住民啓発を実施する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

(5) その他事業

1. 観光地域づくり人材育成 (R5~9)

地域住民を含む観光関係者での研修などの人材育
成事業を年2回実施する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

2. 観光プロモーション事業 (R5~9)

国内外の更なる認知度向上に向けた情報発信、プロ
モーションを行なう。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

3. 全国観光圏連携事業 (R5~9)

全国観光圏と連動した動きの中で、情報共有や人材
育成、全体プロモーション、品質認証などの取り組
みを行なう。

4. 看板の撤去 (R5~9)

滞在プログラムを結ぶルート上の空間整備を目的
に不用となった看板撤去の実施を継続する。

5. サイクリング環境整備事業 (R5~9)

自分のエネルギーで進む旅を提案し、滞在プログラ
ムと連動したサイクリングロードの整備を行う。国
内外のお客様が一人で行動できる環境を整え、ナシ
ョナルルートの認定を目指す。

6. アドベンチャートラベル推進体制整備 (R5~9)

アドベンチャートラベルワールドサミットの開催
を契機として、このエリアにおける受け入れ体制、
コンテンツの準備を実施する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

7. 新たな旅のスタイルの推進 (R5~9)

新たな旅のスタイルとして広まっているワーケー
ションの推進に向けて、「点」ではなく「面」で誘客
を進めていく。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

(6) 農山漁村交流促進事業

4. 協議会に関する資料等

- ・連携体制図別添②
- ・規約は別添③

5. その他市町村又は都道府県が必 要と認める事項

- ・農山漁村交流促進事業について事業申請があれば随
時申請を行う。



＜市場の機会・トピックス＞

東京オリンピック開催

①日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」(地域独自の価値)を持つ、ブランド・コンセプトを明確化



富良野・美瑛「田園休暇」
～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～

②地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取り組み

➢ 異業種(特に農業者)・住民との定期的な交流の場が設定されており、農業を守る、観光マナー啓蒙の活動、地域保全活動を継続して行う。

農業×環境会議の実施
(観光分野と異業種交流促進、住民啓蒙等)

景観保全の取組
(山岳環境の整備)

③地域ならではの「食」の提供

➢ 富良野美瑛での地産地消を推進しているお店を集約し、情報発信するための統一した基準の構築を進める中で富良野美瑛ならではの「食」の楽しみ方を提案する。

観光マナー(写真マナー)の啓蒙活動

田園テラスの設置、充実

他地域の事例などに学ぶ研修の実施

地産地消による「食」の仕組検討
(地域一体によるあり方を検討)

地域ならではの「食」を統一した基準で見える化し、発信

④宿泊施設の魅力向上への取組

➢ 泊食分離を進めるために、まちなかとの連携やバス運行などの実施がされており、また、宿泊施設としてのおもてなしや魅力向上のための勉強会や関係者の人材育成を行う。

宿泊施設魅力向上に向けた勉強会実施

人材育成

泊食分離事業の促進
(連泊型の泊食分離の推進)

泊食分離事業の促進
(地域一体の取組へと拡大)

宿泊施設における地域のコンシェルジュ機能強化

⑤滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供

➢ 各地域ならではの春夏秋冬、時間帯に応じた滞在プログラムが絶えず造成されており、それらを流通させるための仕組みが確立されている。また、移動を楽しむ仕掛けとしてサイクリングを推進し、周遊型観光を強化する。

サイクルツーリズムの推進

滞在プログラム・コンテンツの受入環境整備
(田園テラスの整備)

滞在プログラム・コンテンツの造成・内容の充実
(新規造成に加え、既存コンテンツのブラッシュアップ)

人材育成
(ガイドの人材育成、インバウンド対応)

⑥来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備

➢ 宿泊予約及びプログラムなどワンストップ窓口の整備及びサテライト窓口との連携体制がされており、各案内所で統一した広域案内・相談が可能な環境を整える。

エリア全体の統一したシステムへの検討

サテライト機能強化(全域の観光案内所等)

コンシェルジュ機能・人材育成・受入環境強化

⑦移動手段(二次交通等)の確保

➢ 二次交通の環境整備(周遊バスの延伸や、サイクリング環境の整備、レンタカーでの交通マナー啓蒙など)

二次交通の環境整備
(田園ぐるのバス事業、レンタカー、レンタサイクル等のハード・ソフト整備)

サイクリングルートの拡張・受入環境整備

⑧サービス品質・安全性の確保

➢ 「宿泊施設」「ガイド等」の品質保証制度等を検討し、構築され、来訪者に見える化する統一した基準の設置

宿泊施設・ガイド等の品質保証のあり方検討・研修・勉強会

宿泊施設・ガイド等の見える化、品質保証の導入
(主たる滞在促進地区、滞在拠点エリア)

宿泊施設・ガイド等の品質保証制度の導入
(地域一体の取組へと拡大)

⑨外国人受入環境の整備

➢ 外国人受入環境整備基準に基づいた整備を基本に、情報発信ツール・案内を国ごとに整備する。また、宿泊施設及び飲食店、観光関係者などへの勉強会やセミナーの継続的な実施。

各種ツールの各国対応整備

サイン整備(看板)の主たる滞在地域での実施

エリア全体での実施

観光マナー、環境マナー、交通マナーの啓蒙活動

外国人受入のための環境整備(各種勉強会の開催等)

⑩観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォームの存在

➢ 観光地域づくりマネージャーやマネージャー候補及び各地域の中核人材等の発掘・人材育成が継続的に実施されており、マネージャーを中心に地域がマネジメントされている。

観光地域づくり人材研修アカデミー(各地域のキーマン育成、マネージャー候補育成(更なる人材発掘・育成、ネットワーク化))

PFの体制・機能強化
(マネジメント機能強化、自主財源の確保に向けた取組、DMOに向かう中での方向検討)

⑪ブランドマネジメント機能

➢ 地域一体で取り組む中長期を見据えたブランド戦略の構築とPDCAによるマーケティング活動の強化及びリスクマネジメント体制の構築がされている。

ブランド戦略構築・見直し

ブランド戦略構築・見直し

ブランド戦略構築・見直し

マーケティング調査×報告会

PDCAによる取組

PDCAによる取組

リスクマネジメントの取組体制・仕組の検討・構築

マーケティング調査×報告会

⑫「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信

➢ 「田園休暇」の地としてのブランドコンセプトを明確化し、国内外への統合的な情報発信を強化する。また、地域内では併せて「ひと」のブランド化を進める。

統合的な情報発信のための環境整備
(「田園休暇」の世界を情報発信)

国内外の更なる認知度向上に向けた情報発信の強化

全国観光圏と連動した情報発信

おもてなしや、「ひと」のブランド化、異業種連携や1次産業→2次産業→3次産業の流れの見える化

⑬官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取り組み

➢ 多様な関係者との合意形成の場づくりを積極的に行い、観光関連事業と戦略の整合性に関する調整や仕組づくりを継続して行っていく。

組織内の横断的連携体制構築
(各種取組を促進させるため横断的連携強化)

各ワーキングチーム体制の構築

異業種連携や1次産業→2次産業→3次産業の流れの見える化、関係性づくり

⑭地域住民の理解と関与

➢ 地域の誇り・資源を掘り起こす研修・フィールドワークを定期的に行い、地域住民や産業との関わりを持つ。

農業×環境会議の実施
(観光分野と異業種交流促進、住民啓蒙等)

景観保全の取組
(山岳環境の整備)

観光マナーの啓蒙活動

⑮地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること

➢ 満足度調査の中で総合満足度、再来訪意向、紹介意向などを分析し、蓄積し、事業に活かせるようマーケティングを継続する。

マーケティング調査×報告会

ブランド戦略構築・見直し

実践

マーケティング調査×報告会

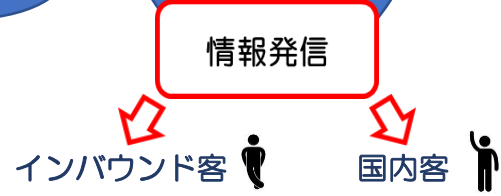
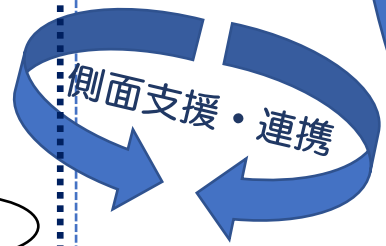
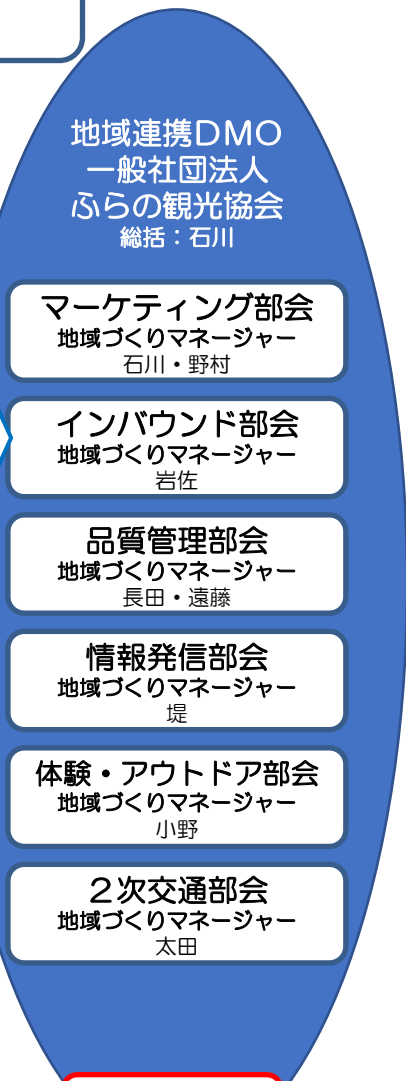
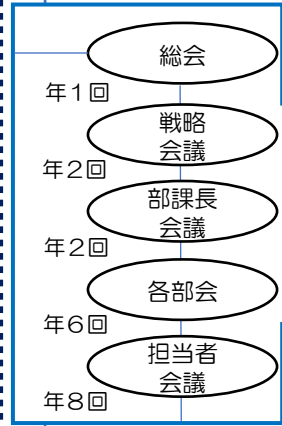
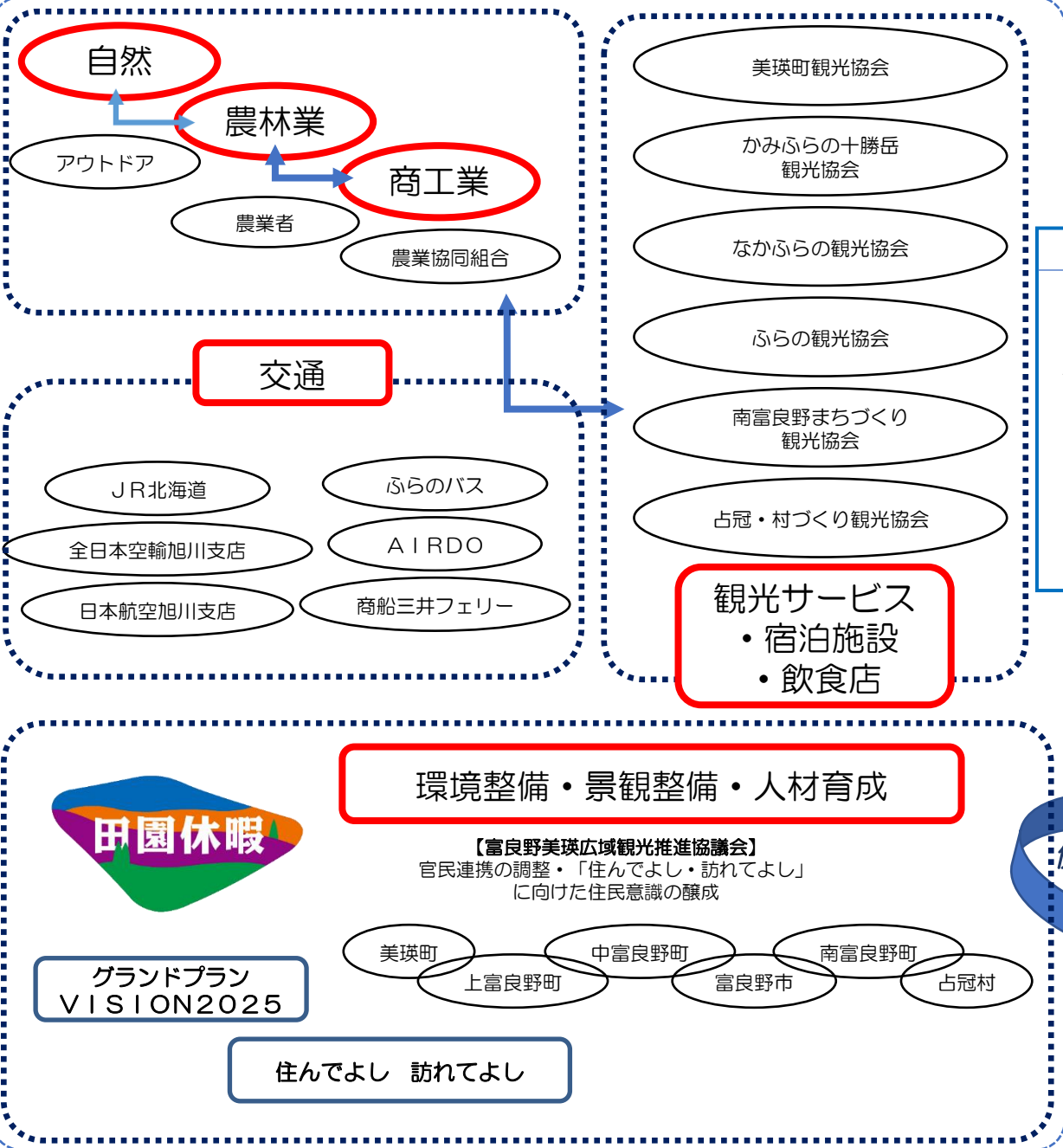
PDCAによる取組

実践

新たな10年へ

地域連携DMO 組織図

添付②



富良野美瑛広域観光推進協議会規約

(目的)

第1条 本会は、富良野美瑛広域における広域観光の推進を図り、地域内の誘客を目的とする。

(名称及び事務局)

第2条 この会は、「富良野美瑛広域観光推進協議会」(以下「本会」という)と称する。

2 本会の事務局は、富良野市役所に置く。

(1) 事務局に、事務局長及びその他の職員を置く。

(2) 事務局長は、富良野市経済部長とし、その他の事務局員は、事務局長が指名した構成団体の担当職員をもってあたる。

(構成)

第3条 本会は、富良野市、美瑛町、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村、及び(一社)ふらの観光協会、(一社)美瑛町観光協会、(一社)かみふらの十勝岳観光協会、(一社)なかふらの観光協会、NPO法人南富良野まちづくり観光協会、NPO法人占冠・村づくり観光協会並びに、本会の目的に賛同する機関・団体で構成する。

(事業)

第4条 本会は、第1条の目的を達成するため、次の事業を行う。

(1) 富良野美瑛地域の宣伝誘客に関すること。

(2) その他、地域の広域観光の振興に関すること。

(役員)

第5条 本会に、次の役員を置く。

(1) 会長 1名

(2) 副会長 6名

(3) 理事 若干名

(4) 監事 2名

2 役員は、総会において選任し、任期は3年とする。ただし、再任を妨げない。

3 補欠又は増員により選任された役員の任期は、前任者又は現任者の残任期間とする。

4 役員は、辞任又は任期満了後においても、後任者が就任するまでは、その職務を行なわなければならない。

5 本会に顧問を置くことができる。

(職務)

第6条 会長は、本会を代表し、会務を総理する。

2 副会長は会長に事故があるときは、その職務を代理する。

3 理事は、本会の会務を推進する。

4 監事は、本会の業務及び会計を監査する。

(会議)

第7条 本会の会議は、総会及び理事会とする。

2 総会は、年1回、臨時総会及び理事会は必要に応じて会長が召集する。

(総会の議決事項)

第8条 総会は次の事項を審議する。

(1) 事業計画及び収支予算

(2) 事業報告及び収支決算

(3) 規約の改廃

(4) その他、会長が必要と認めた事項

(総会の議事等)

第9条 総会は、会員の3分の2以上の出席をもって成立する。

2 総会の議事は、出席者の過半数をもって決し、可否同数のときは議長の決するところによる。

3 会議の議長は、会長がこれにあたる。

(理事会)

第10条 理事長は次の事項を審議する。

(1) 総会により委任された事項

(2) 予算科目の変更に関する事項

(3) その他、本会の運営に関する事項

(経費)

第11条 本会の経費は、負担金、補助金及びその他の収入をもってあてる。

(事業及び会計年度)

第12条 この協議会の事業及び会計年度は、4月1日に始まり翌年3月31日に終わるものとする。

(補則)

第13条 この規約に定めるもののほか、必要な事項については、会長が役員会にはかり定める。

附 則

この規約は、平成6年5月25日から施行する。

附 則 (平成7年改正)

この規約は、平成7年4月1日から施行する。

附 則 (平成9年4月21日改正)

この規約は、平成9年4月21日から施行する。

附 則 (平成24年5月15日改正)

この規約は、平成24年5月15日から施行する。

- 附 則 (平成28年5月23日改正)
この規約は、平成28年5月23日から施行する。
- 附 則 (平成30年5月24日改正)
この規約は、平成30年5月24日から施行する。

富良野美瑛広域観光推進協議会役員（令和3～5年度）

[敬称略]

役 職	職 名		氏 名	備 考
顧問	上川総合振興局	振興局長	佐藤 昌彦	
会長	富良野市	市長	北 猛 俊	
副会長	美瑛町	町長	角 和 浩 幸	
副会長	上富良野町	町長	斉 藤 繁	
副会長	中富良野町	町長	小松田 清	
副会長	南富良野町	町長	高 橋 秀 樹	
副会長	占冠村	村長	田 中 正 治	
副会長	富良野・美瑛広域観光協会連絡会議	会長	鈴木 敏 文	
理事	（一社）ふらの観光協会	会長	鈴木 敏 文	
理事	（一社）美瑛町観光協会	会長	西 海 正 博	
理事	（一社）かみふらの十勝岳観光協会	会長	青 野 範 子	
理事	（一社）なかふらの観光協会	会長	日 向 猛	
理事	NPO法人 南富良野まちづくり観光協会	理事長	岩 永 か ず え	
理事	NPO法人 占冠・村づくり観光協会	会長	鈴木 知 克	
理事	JR北海道鉄道事業本部営業部	営業部長	森 下 昌	
理事	JR北海道旭川支社	次長	西 村 貴 文	
理事	JR富良野駅	駅長	古 川 智 哉	
理事	JR美瑛駅	駅長	羽 鳥 弘 規	
理事	日本航空 旭川支店	支店長	大 平 孝	
理事	全日本空輸 きた北海道支店	支店長	安 達 美 佐 子	
理事	ふらのバス(株)	代表取締役社長	尾 崎 庄 一	
理事	(株)AIRDO	代表取締役社長	谷 寧 久	
理事	商船三井フェリー(株)	北海道支社長	糟 谷 祐 一	
理事	ふらの農業協同組合	常務理事	山 岸 秀 司	
理事	美瑛町農業協同組合	代表理事組合長	熊 谷 留 夫	
監 事	（一社）美瑛町観光協会	理事	杉 本 和 雄	
監 事	（一社）かみふらの十勝岳観光協会	専務理事	伊 藤 仁 敏	
事務局長	富良野市経済部	経済部長	川 上 勝 義	

R5年1月1日現在