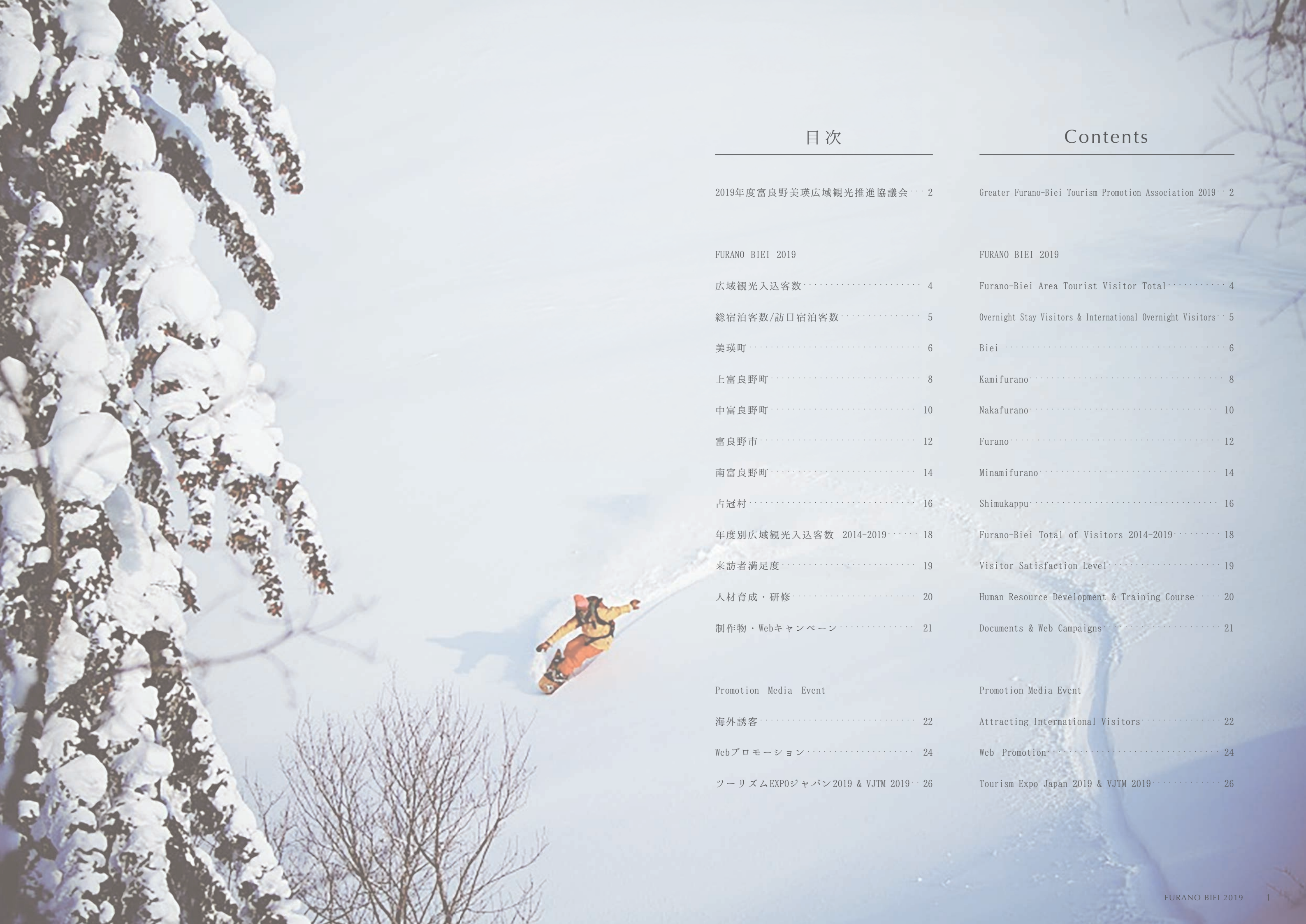




FURANO-BIEI
REPORT
2019



目次

2019年度富良野美瑛広域観光推進協議会・・・ 2

FURANO BIEI 2019

広域観光入込客数・・・・・・・ 4

総宿泊客数/訪日宿泊客数・・・・・・・ 5

美瑛町・・・・・・・ 6

上富良野町・・・・・・・ 8

中富良野町・・・・・・・ 10

富良野市・・・・・・・ 12

南富良野町・・・・・・・ 14

占冠村・・・・・・・ 16

年度別広域観光入込客数 2014-2019・・・・・・・ 18

来訪者満足度・・・・・・・ 19

人材育成・研修・・・・・・・ 20

制作物・Webキャンペーン・・・・・・・ 21

Promotion Media Event

海外誘客・・・・・・・ 22

Webプロモーション・・・・・・・ 24

ツーリズムEXP0ジャパン2019 & VJTM 2019・・・ 26

Contents

Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association 2019・・・ 2

FURANO BIEI 2019

Furano-Biei Area Tourist Visitor Total・・・・・・・ 4

Overnight Stay Visitors & International Overnight Visitors・・・ 5

Biei・・・・・・・ 6

Kamifurano・・・・・・・ 8

Nakafurano・・・・・・・ 10

Furano・・・・・・・ 12

Minamifurano・・・・・・・ 14

Shimukappu・・・・・・・ 16

Furano-Biei Total of Visitors 2014-2019・・・・・・・ 18

Visitor Satisfaction Level・・・・・・・ 19

Human Resource Development & Training Course・・・・・・・ 20

Documents & Web Campaigns・・・・・・・ 21

Promotion Media Event

Attracting International Visitors・・・・・・・ 22

Web Promotion・・・・・・・ 24

Tourism Expo Japan 2019 & VJTM 2019・・・・・・・ 26

2019年度 富良野美瑛広域観光推進協議会

Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association 2019

BIEI



水本 英樹 / Hideki Mizumoto
美瑛町経済文化振興課
Biei Town Economic and Culture Promotion Division



庄司 篤史 / Atsushi Shoji
一般社団法人美瑛町観光協会事務局長
Secretary General, Biei Town Tourism Association



岩佐 高子 / Takako Iwasa
一般社団法人美瑛町観光協会
Biei Town Tourism Association

NAKAFURANO



小林 篤史 / Atsushi Kobayashi
中富良野町産業建設課係長
Chief, Nakafurano Town Industries and Construction Division



辻 玲奈 / Reina Tsuji
中富良野町産業建設課商工観光労働係
Commerce and Tourism Section, Nakafurano Town Industries and Construction Division



太田 圭勅 / Kiyotada Ota
一般社団法人なかふらの観光協会
Nakafurano Tourism Association

MINAMIFURANO



川口 健太 / Kenta Kawaguchi
南富良野町産業課商工観光係長
Chief, Commerce and Tourism Section, Minamifurano Town Industry Division



山下 典晃 / Noriaki Yamashita
南富良野町産業課商工観光係
Commerce and Tourism Section, Minamifurano Town Industry Division



小林 茂雄 / Shigeo Kobayashi
NPO法人南富良野まちづくり観光協会常務理事事務局長
Managing Director and Secretary General, Minamifurano Community Development Tourism Association

SHIMUKAPPU



大島 詩織 / Shiori Oshima
占冠村企画商工課商工観光担当
Commerce and Tourism Section, Shimukappu Village Commerce and Industry Planning Division



相馬 功一 / Koichi Soma
NPO法人占冠・村づくり観光協会
Shimukappu Community Development Tourism Association

KAMIFURANO



石川 雅憲 / Masanori Ishikawa
上富良野町企画商工観光課商工観光班主査
Unit Chief, Commerce and Tourism Unit, Kamifurano Town Commerce and Tourism Planning Division



長田 公一 / Koichi Nagata
一般社団法人かみふらの十勝岳観光協会事務局長
Secretary General, Kamifurano Tokachidake Tourism Association



遠藤 純 / Jun Endo
一般社団法人かみふらの十勝岳観光協会
Kamifurano Tokachidake Tourism Association

FURANO



石川 芳 / Kaoru Ishikawa
一般社団法人ふらの観光協会事務局長
Secretary General, Furano Tourism Association



野村 守一郎 / Shuichiro Nomura
一般社団法人ふらの観光協会
Furano Tourism Association



後藤 正紀 / Masanori Goto
富良野市経済部部長
Director, Furano City Economic Affairs Department



本田 寛康 / Hiroyasu Honda
富良野市経済部商工観光課係長
Manager, Commerce and Tourism Division, Furano City Economic Affairs Department



対馬 健介 / Kensuke Tsushima
富良野市経済部商工観光課係長
Chief, Commerce and Tourism Division, Furano City Economic Affairs Department



鷲見 悠太 / Yuta Sumi
富良野市経済部商工観光課
Commerce and Tourism Division, Furano City Economic Affairs Department



金光 紗葉 / Sayo Kanemitsu
富良野市経済部商工観光課
Commerce and Tourism Division, Furano City Economic Affairs Department

北海道旅客鉄道株式会社
Hokkaido Railway Company

日本航空株式会社
Japan Airlines Co., Ltd.

全日本空輸株式会社
All Nippon Airways Co., Ltd.

株式会社AIRDO
AIRDO Co.,Ltd.

商船三井フェリー株式会社
MOL Ferry Co., Ltd.

ふらの農業協同組合
JA Furano
(Japan Agricultural Cooperative)

美瑛町農業協同組合
JA Biei
(Japan Agricultural Cooperative)

ふらのバス株式会社
Furano Bus Co.,Ltd.

FURANO

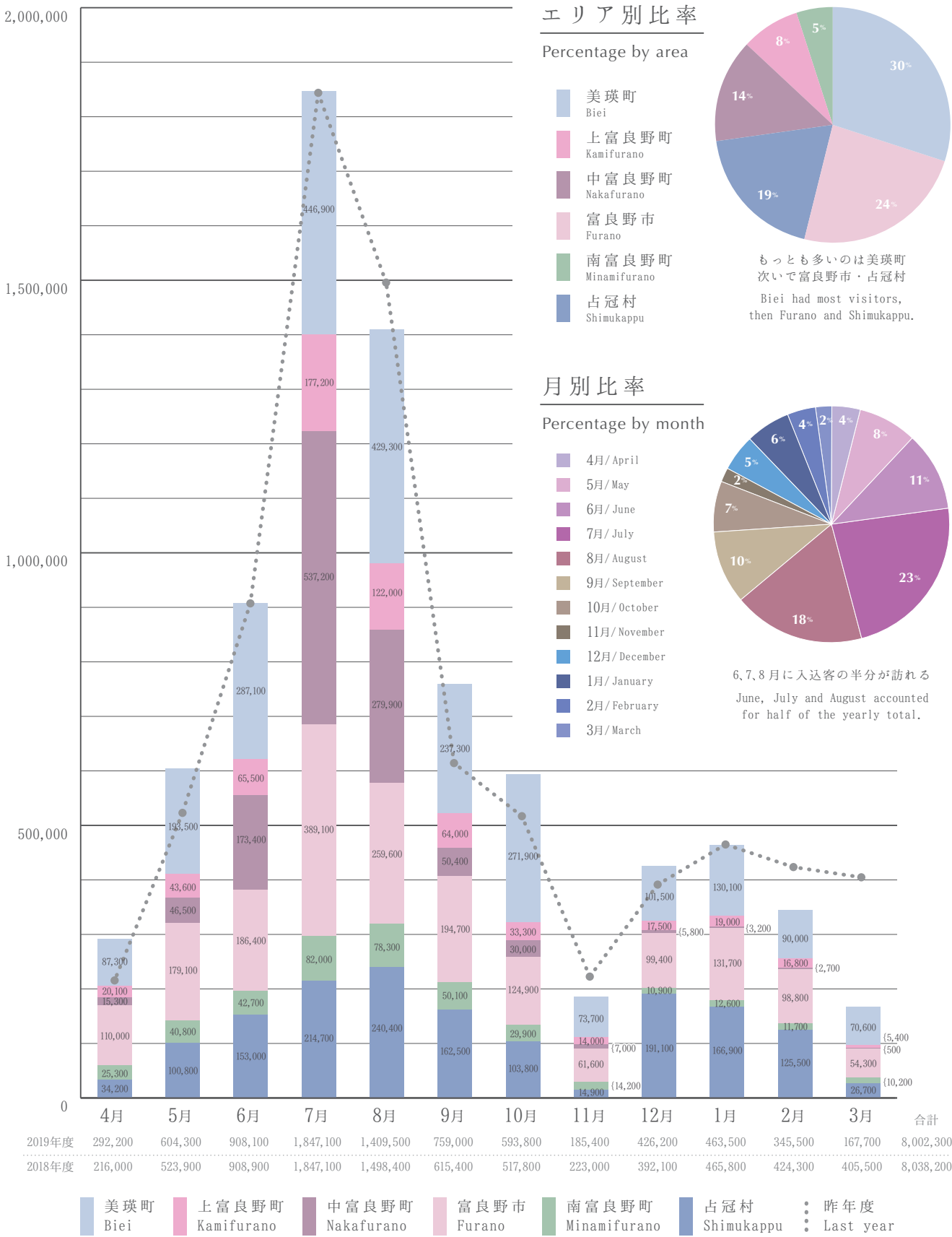
BIEI

2019



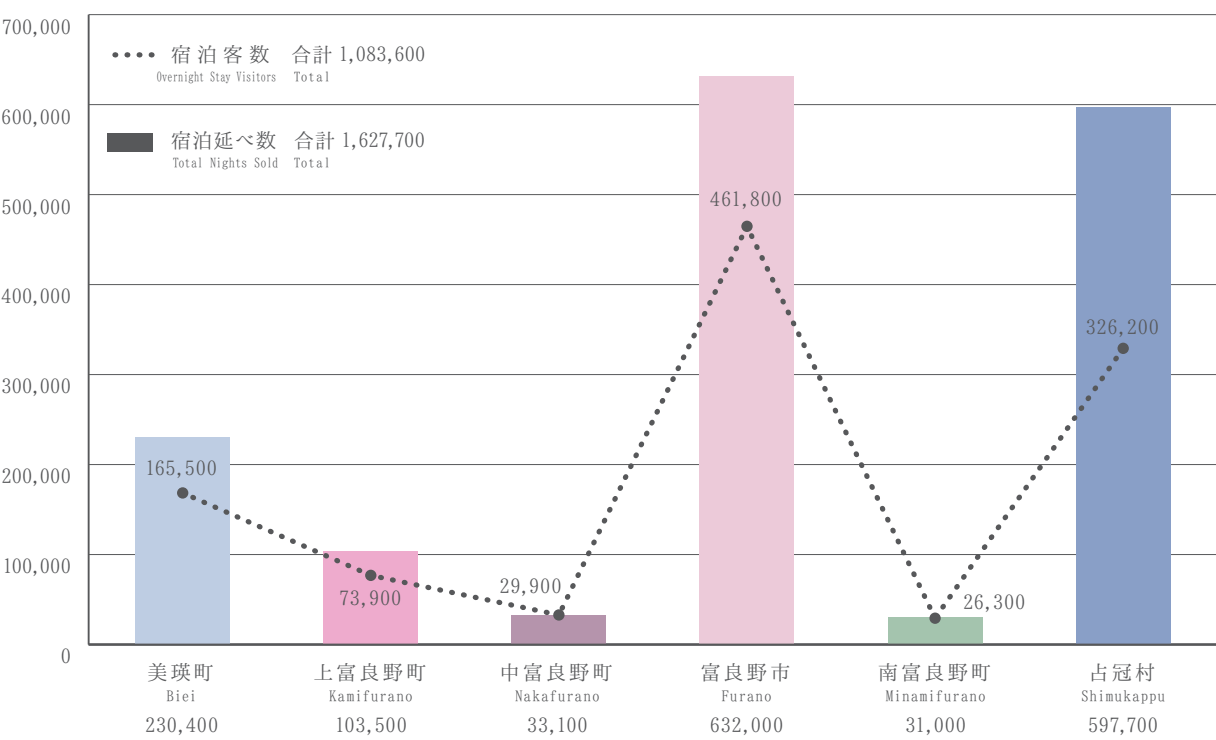
富良野・美瑛 2019年度 広域観光入込客数

Furano-Biei Area Tourist Visitor Total 2019



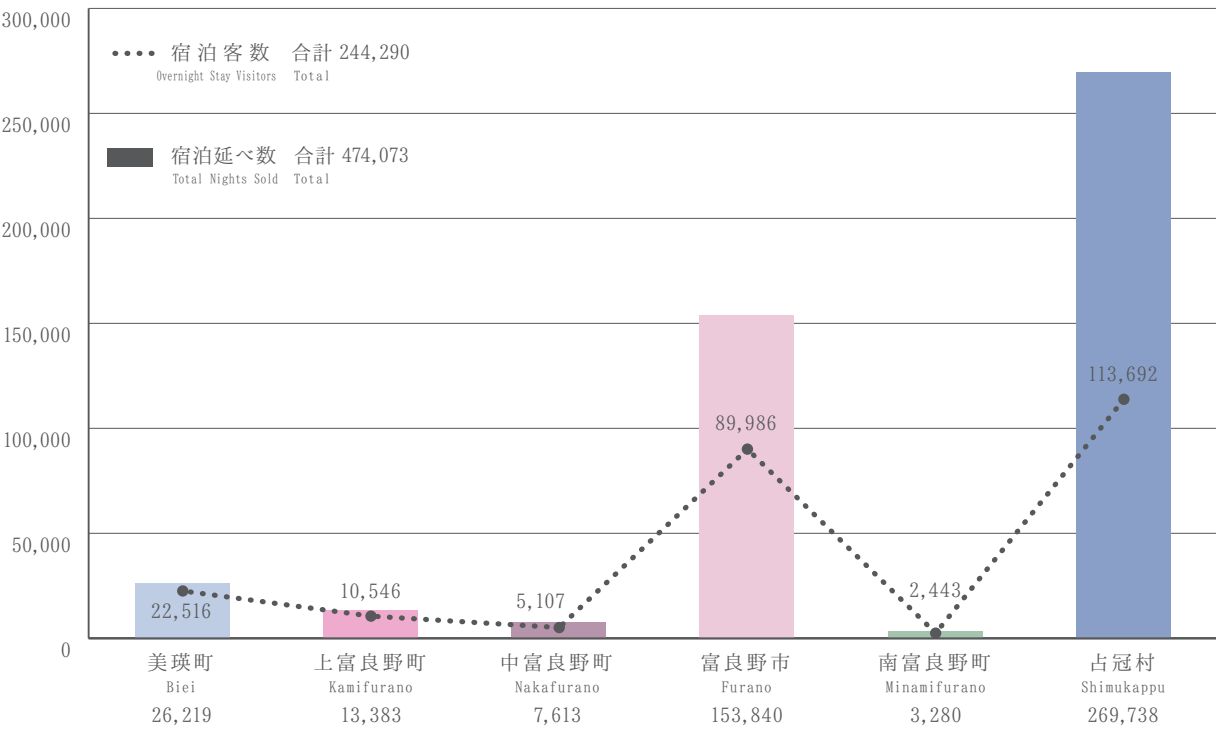
総宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



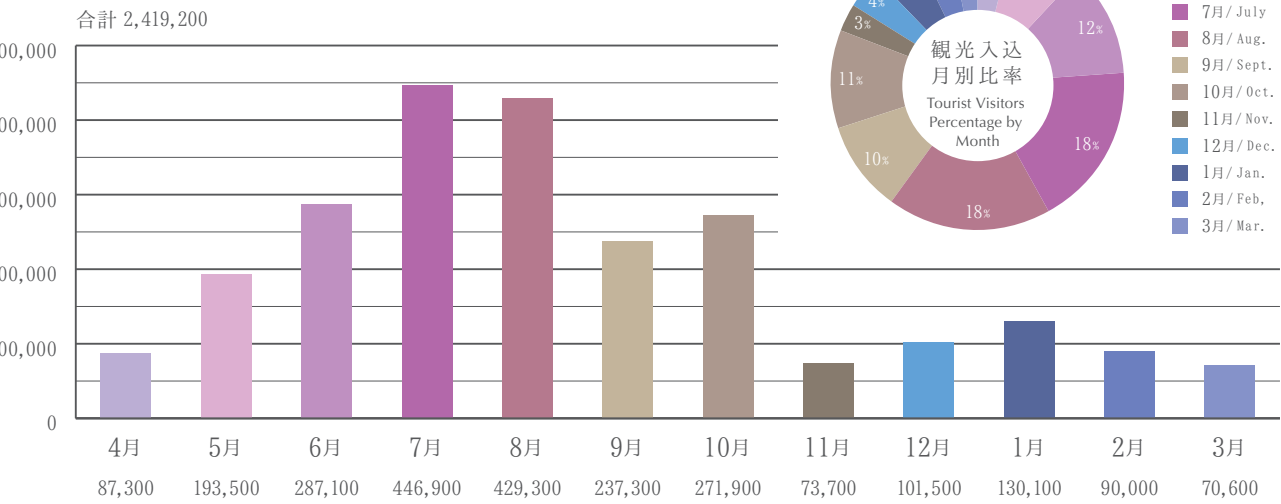
訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



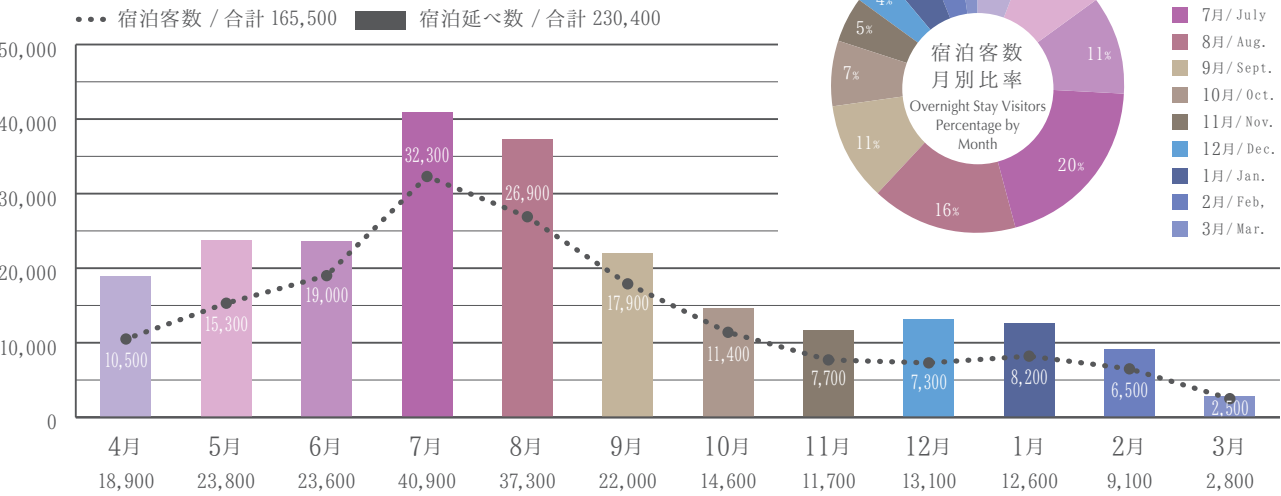
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



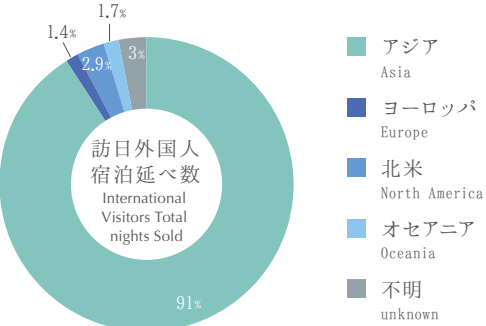
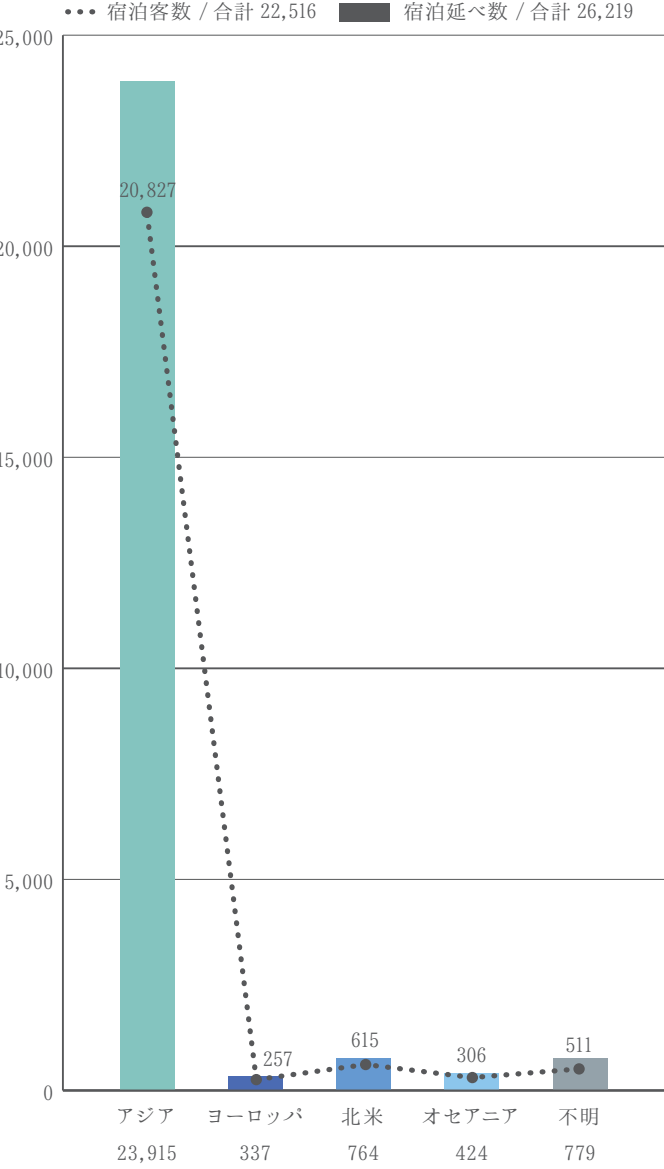
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



アジア地域来訪客数 TOP5

- 1. 香港 5,650 名
- 2. 台湾 5,558 名
- 3. 韓国 4,974 名
- 4. 中国 3,780 名
- 5. シンガポール 1,817 名

International Visitors Top 5

- Asia Countries
- 1.Hong Kong 5,650 visitors
 - 2.Taiwan 5,558 visitors
 - 3.Korea 4,974 visitors
 - 4.Mainland China 3,780 visitors
 - 5.Singapore 1,817 visitors

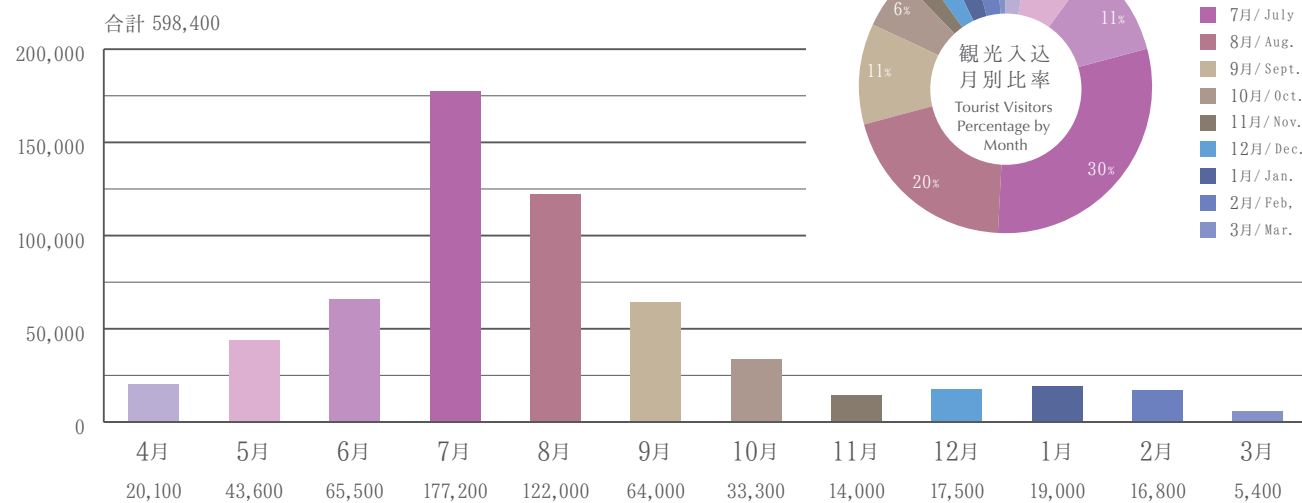
美瑛町

BIEI

KAMIFURANO

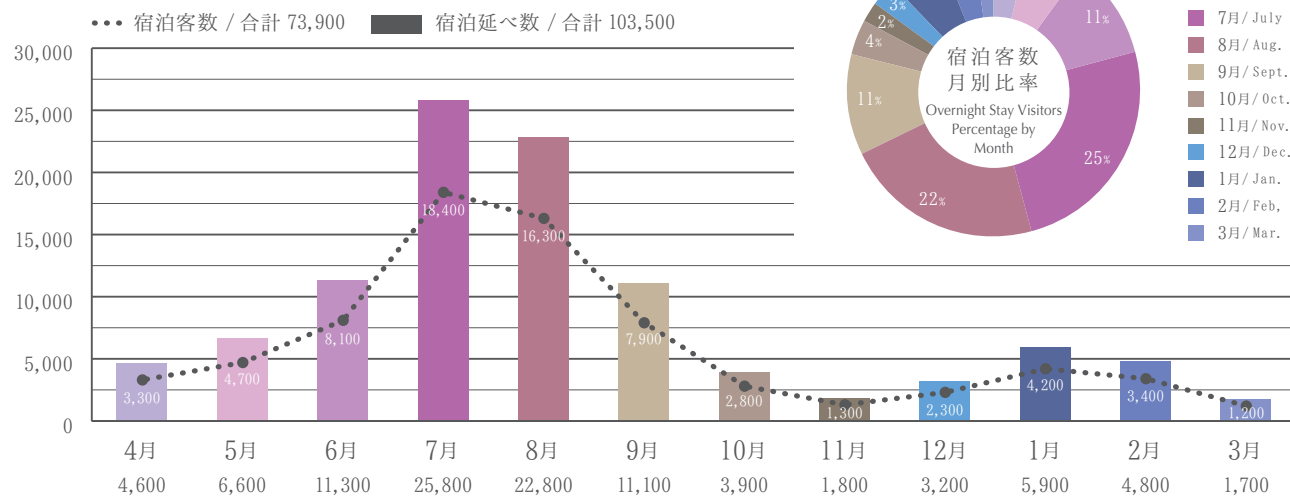
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



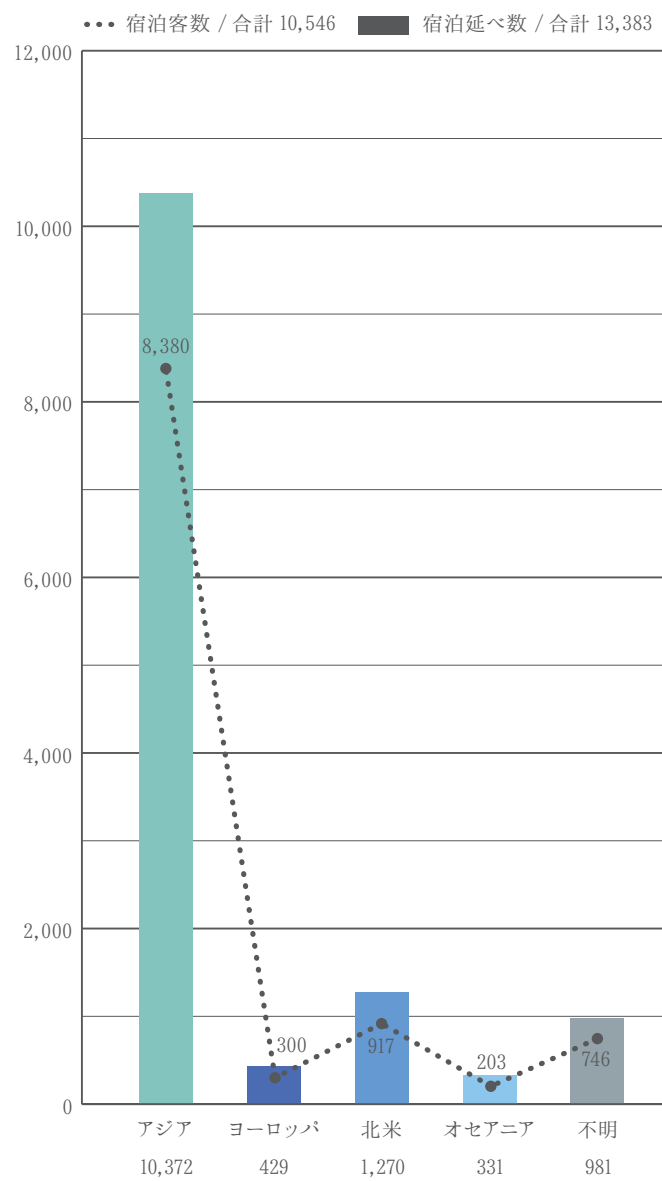
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold

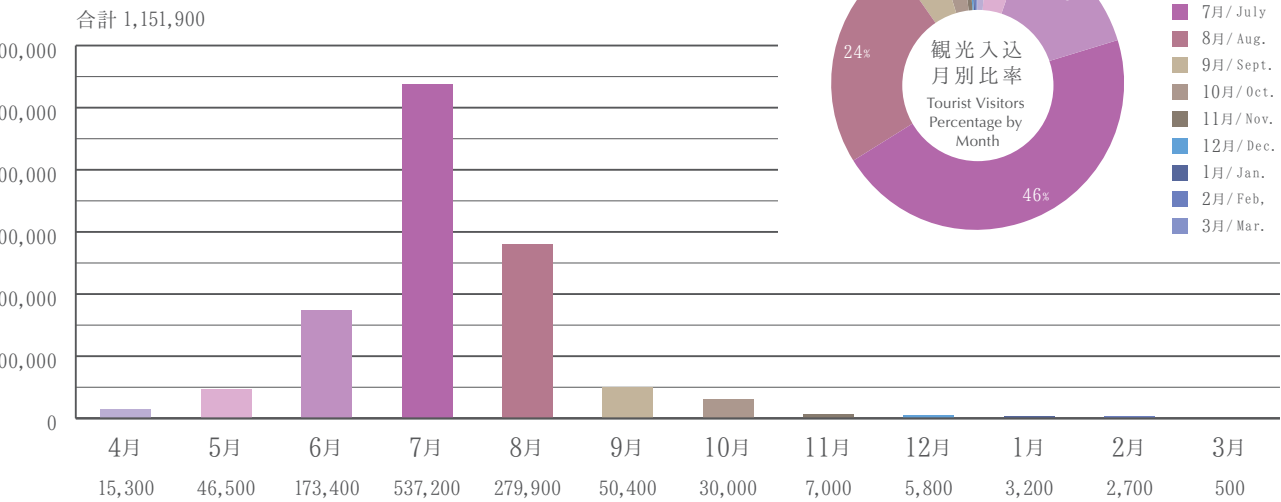


入込は 7,8 月に集中。花畑の観光と共に近年、サイクリングイベント参加や十勝岳界隈への登山目的での来訪者が国内外共に増えている。

Visitors concentrated in July and August. In recent years, in addition to flower field tourists, there is a rise in domestic and international tourists that visit for cycling events and hiking in at Mt.Tokachi.

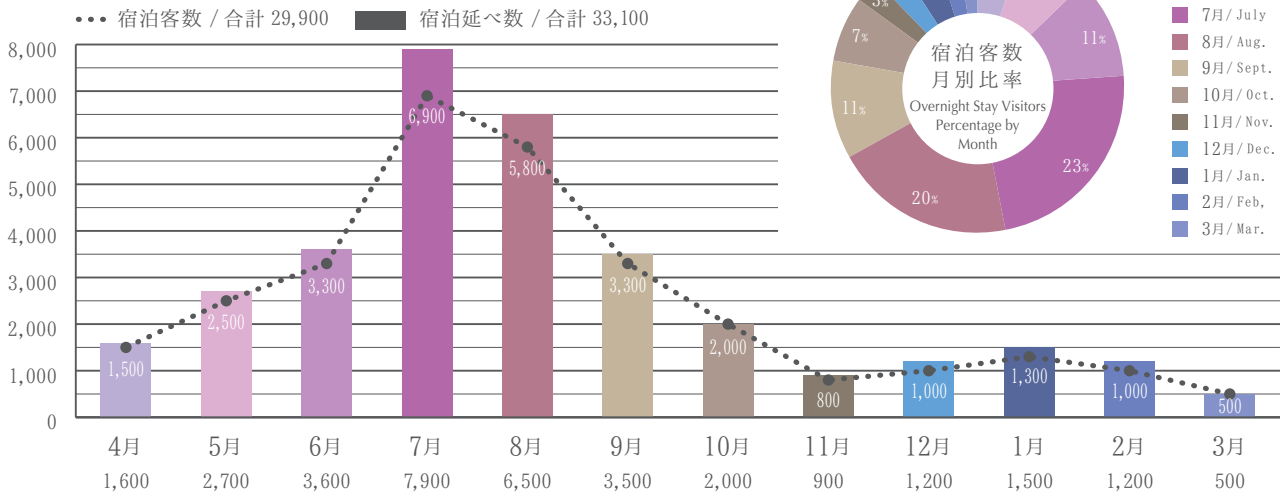
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



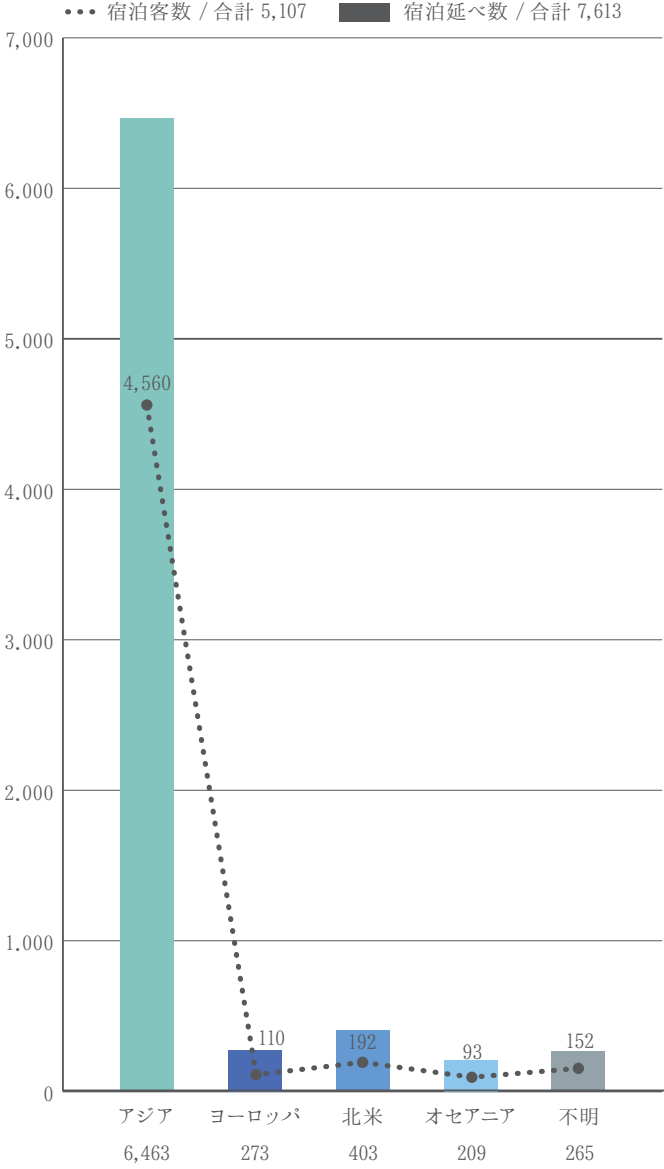
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



ラベンダーの季節 7 月の入込は 6 市町村の中でもトップ。個人旅行者も団体旅行者もこの時季に集中する。海外からの来訪者は香港が飛び抜けて多い。

In July, the season of Lavender, Nakafurano had the most visitations among 6 municipalities. Both individual and group tourists tend to visit in this season. Hong Kong accounted for the most visitors internationally by a large margin.

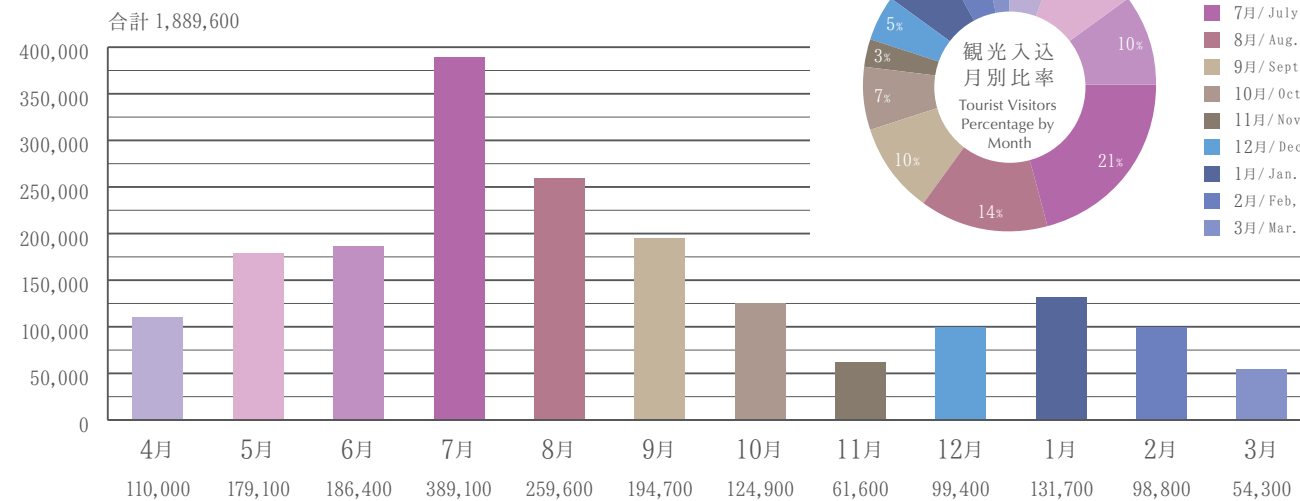
中富良野町

NAKAFURANO

FURANO

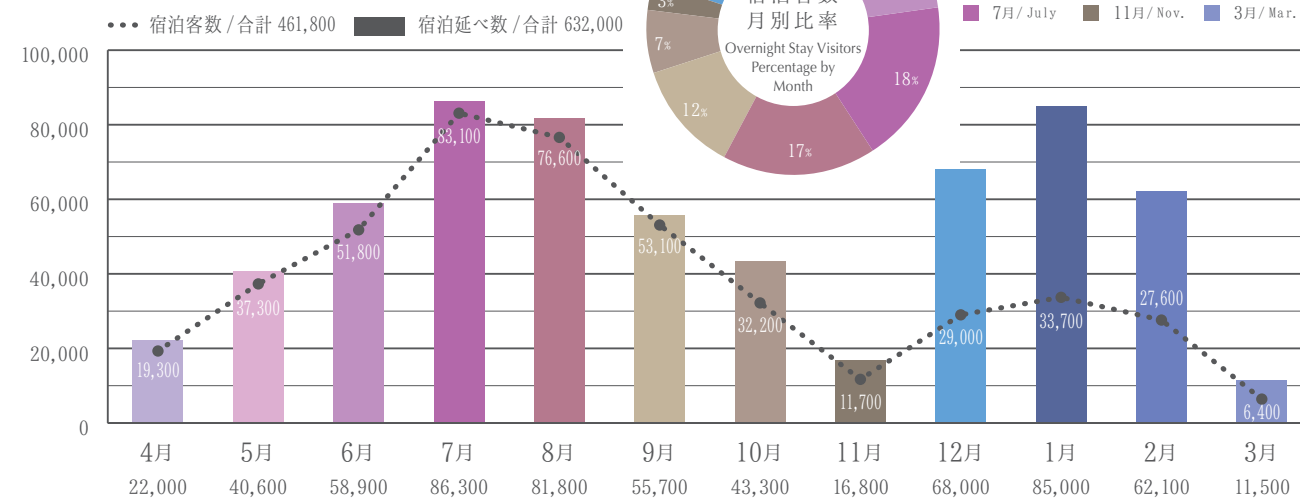
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



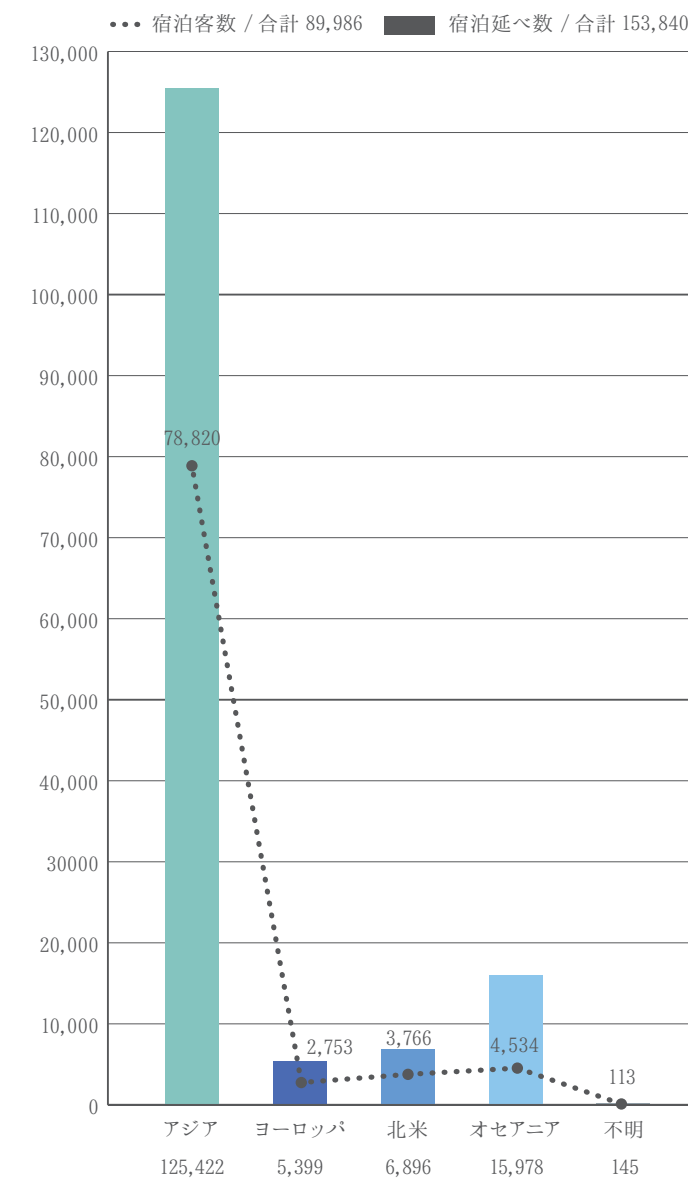
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold

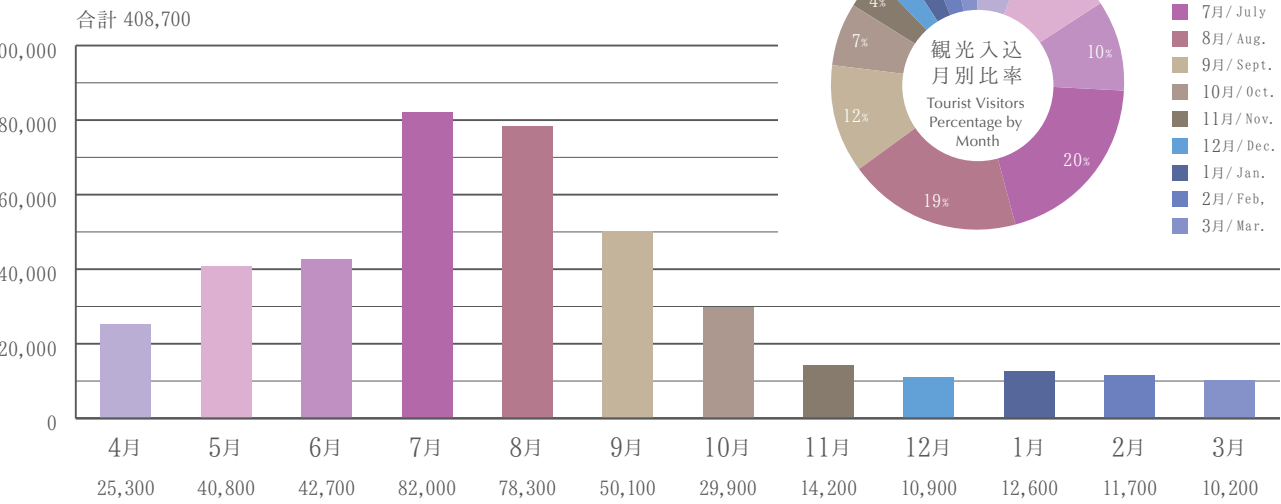


アジア地域からの来訪は夏冬問わず多く、欧米からの来訪はスキー目的の冬場がメインとなる。

Many visitors from Asia during both summer and winter. Western visitors mostly in winter for skiing.

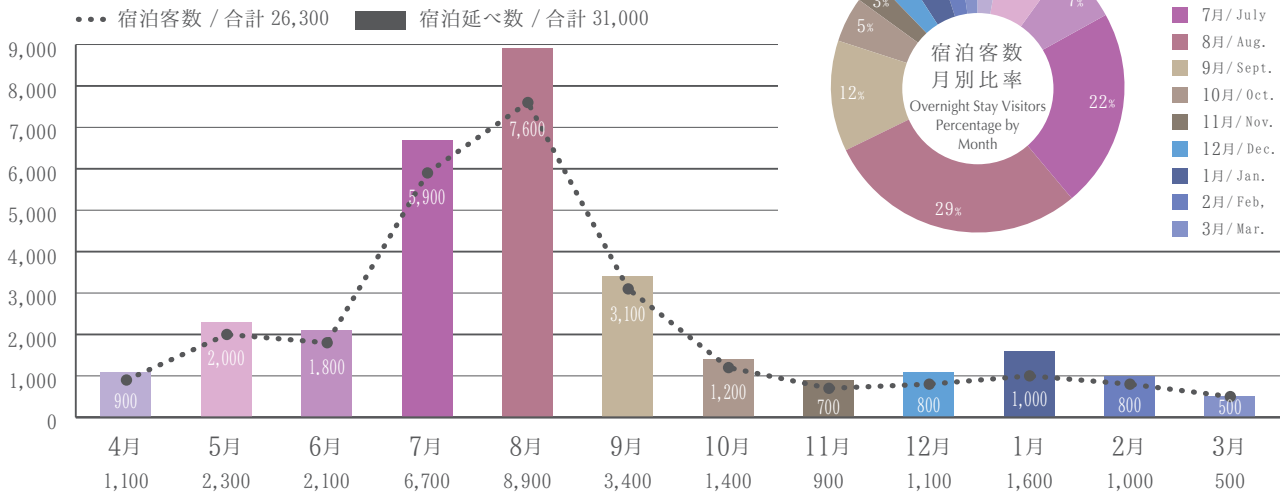
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



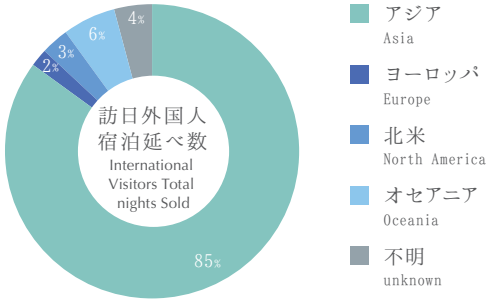
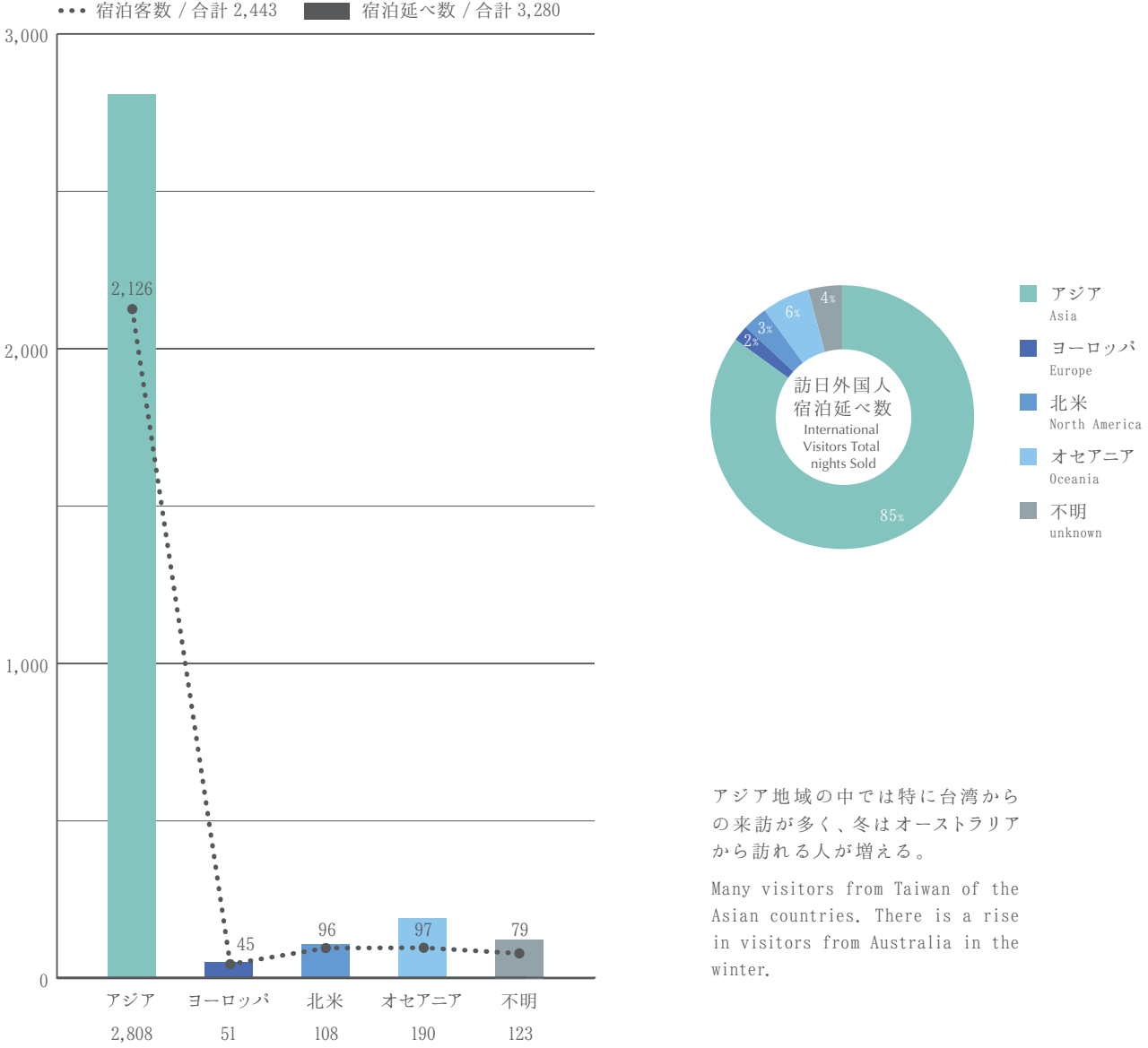
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



アジア地域の中では特に台湾からの来訪が多く、冬はオーストラリアから訪れる人が増える。
Many visitors from Taiwan of the Asian countries. There is a rise in visitors from Australia in the winter.

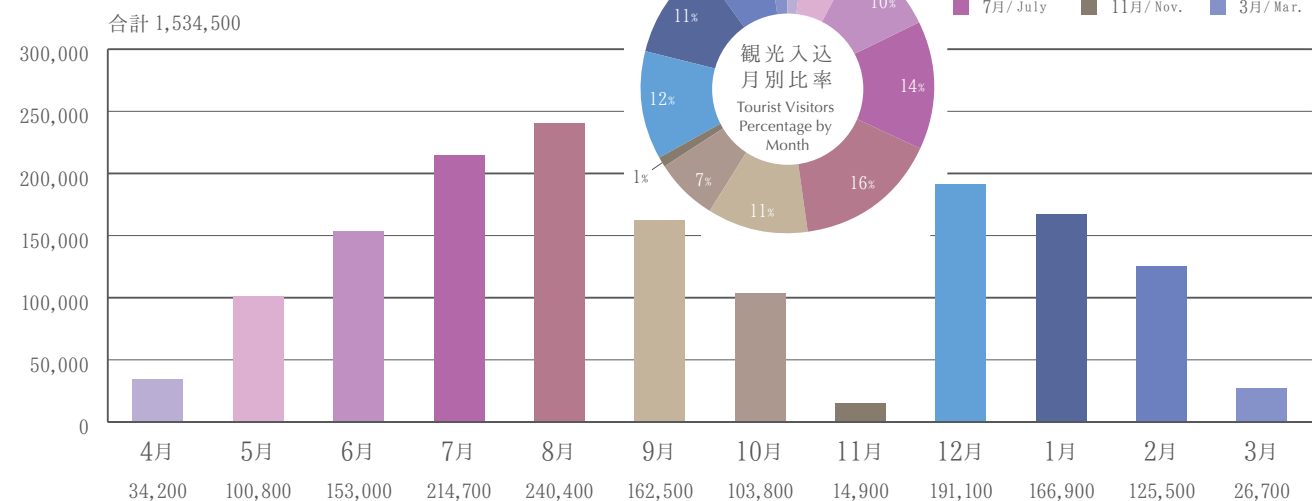
南富良野町

MINAMIFURANO

SHIMUKAPPU

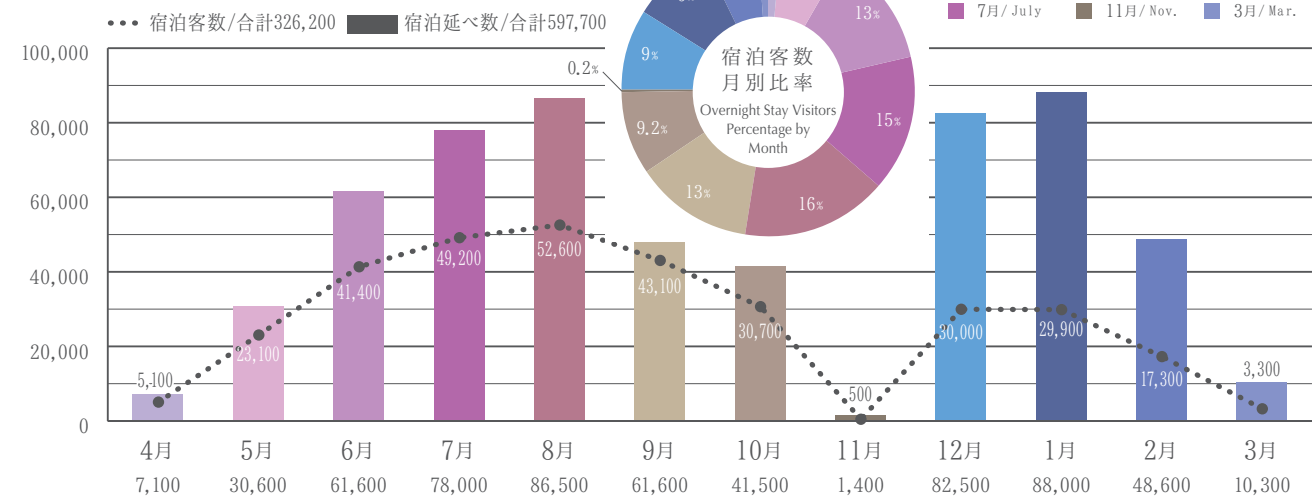
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



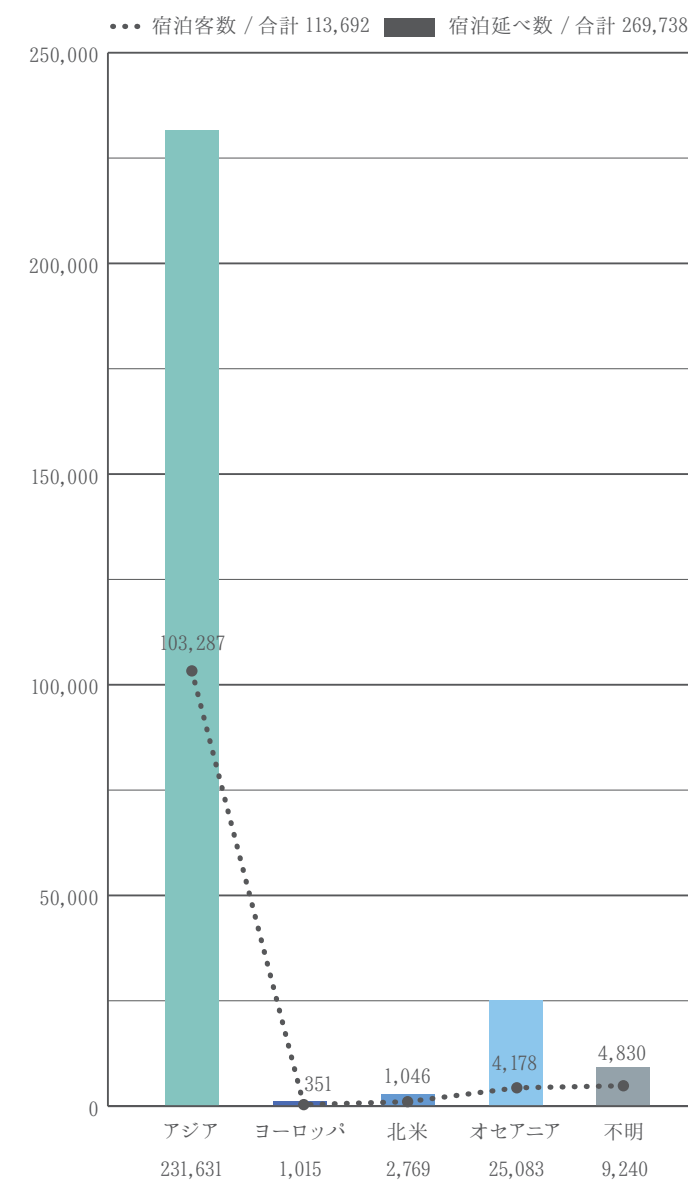
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



夏も冬も中国、台湾、香港からの来訪者が多く、特に冬は宿泊延べ数が目立って多いことから、トマムに複数泊することがわかる。

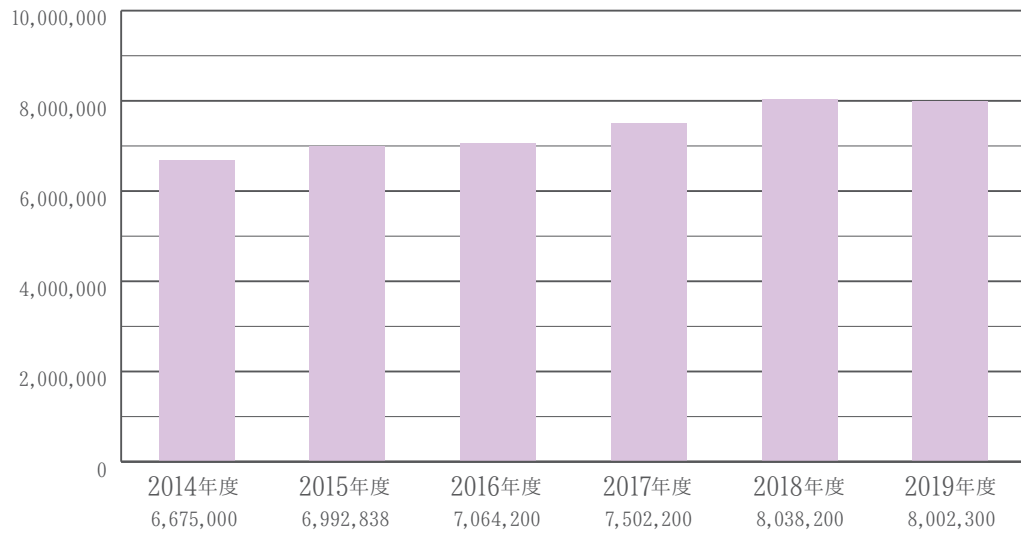
Many visitors from Mainland China, Taiwan and Hongkong both in the winter and summer. Indications of more nights sold in the winter, and consecutive nights in Tomamu.

年度別広域観光入込客数

Tourist Visitors By Year

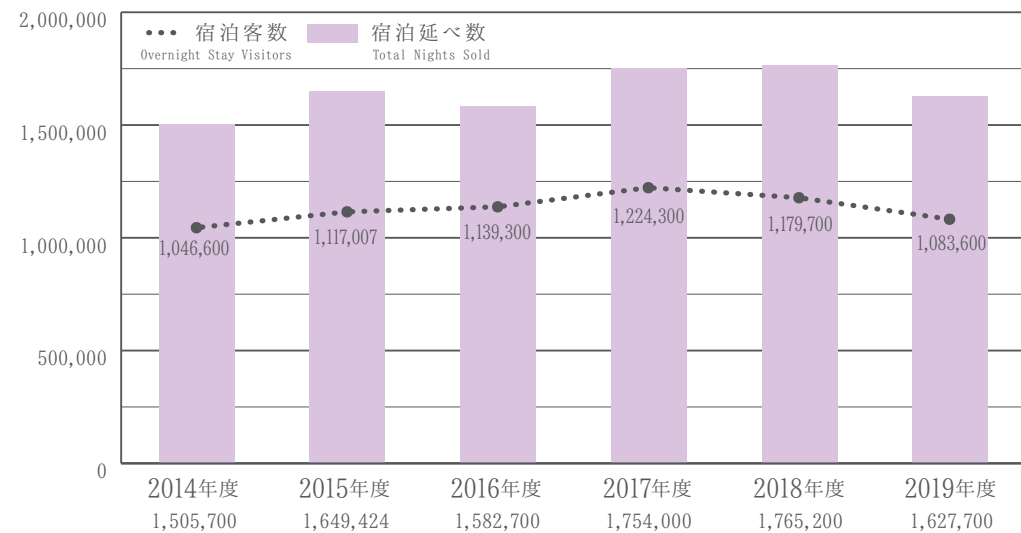
年度別広域 観光入込客数

Tourist Visitors
By Year



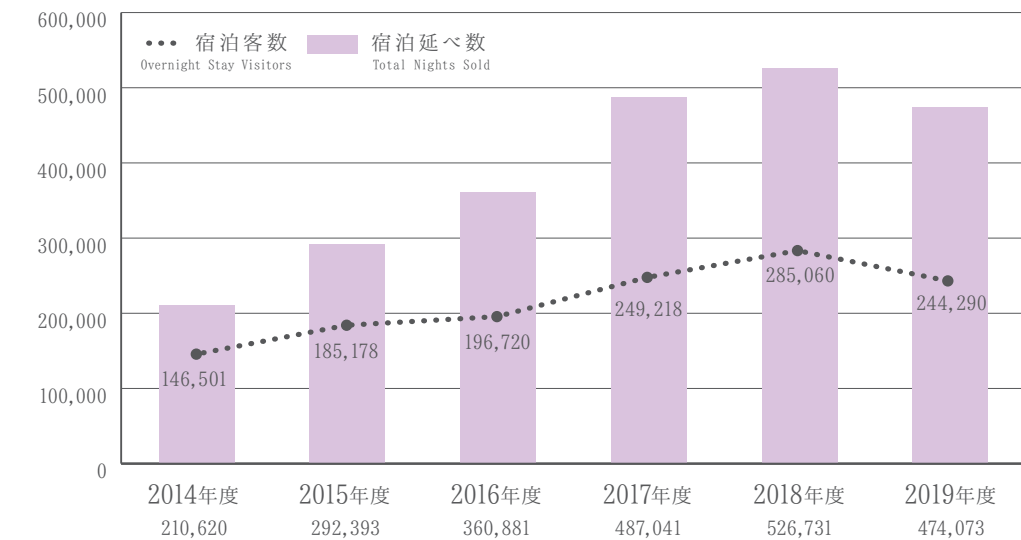
年度別広域 宿泊客数 宿泊延べ数

Overnight Stay
Visitors & Total nights
Sold By Year



年度別広域 訪日外国人 宿泊客数 宿泊延べ数

International Visitors
Overnight Stay
Visitors & Total nights
Sold By Year



来訪者満足度

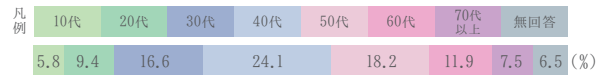
Visitor Satisfaction Level

有効回答数:428件

428 Survey Answers

回答者年代別比率(全体/単一回答)

Survey Participants' Age Ratio
(For all and single questions)



Q, 本地域での今回の総合満足度はどのくらいですか?

Q, What is your overall level of satisfaction of this area?

満足…89.0% 前年比+16.1pt			-	不満…1.9%			-
大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	無回答
30.2	42.1	16.7	6.6	1.3	0.2	0.4	2.5

Q, 本地域へは、今回が何回目のご来訪ですか? (リピーター率)

Q, Including this visit, how many times did you visit this area?

－	リピーター…66.0% 前年比+4.6pt						－
初めて	2回目	3回目	4回目	5回目	6～9回目	10回目以上	無回答
32.4	18.1	11.0	7.9	8.2	8.2	12.6	1.6

旅行消費額(旅行で使った一人当たりの費用:金額記入者308名平均金額)

Travel Expenses (Per Person. Avg. of 308 respondents)

総額 前年比+12,893円							
総額	交通費	宿泊費	飲食費	買い物費	その他 (入場料など)	日帰り	宿泊
40,896	14,411	27,245	6,557	4,882	5,718	16,168	56,386

交通費…タクシー代・ガソリン代など / 宿泊費…宿泊者のみ、ホテルでの飲食代含む
「総額」は内訳(交通費～その他)いずれかの項目が「0円」の場合を含むため、上記の「内訳金額の合計」よりも「総額」の方が少ない金額になります。

Q, 本地域での滞在時間を教えてください。

Q, How long was your stay here?

日帰り…34.6%	宿泊…62.2%				－
日帰り(半日)	日帰り(1日)	1泊2日	2泊3日	3泊以上	無回答
23.6	11.0	30.0	20.7	11.5	3.2

平均宿泊数:1.5

Q, 今回の旅行の同行者について教えてください。

Q, Please choose whom you traveled with.

子連れ家族	大人の家族*	夫婦	カップル	友人	職場・団体	ひとり	その他	無回答
30.9	16.7	23.1	4.9	10.1	3.3	10.0	1.0	－

* 18歳以上の子ども含む

総評

General Thoughts

将来のリピーターとなる“子供連れ家族”の来訪や再来訪意向を高めることが重要。『SNS』をはじめとするインターネット上の情報充実を図り、ハッシュタグの付け方などに留意、若年層に向けた訴求も必須である。また、宿泊施設や物販・土産施設に対する評価が低いことを考えると、より魅力的な宿泊施設、商品ブランドの育成や物販施設などの準備と情報提供も必要である。

It is essential to raise the number of visit and revisit of repeat visitors that arrive with their child(ren) and family members. There is a need appeal to the younger generation by using social media and hashtags to enhance information in the Internet. And contemplating on the low rating on accommodation, shopping and souvenir facilities, it is necessary to arrange and provide additional information of further appealing accommodations, product brand developments and sales facilities.

2019年度 来訪者満足度調査全観光圏：合計×観光圏別報告書(株式会社アンド・デイ)より

人材育成

Human Resource Development

春の観光アカデミー 2019「ふらのびえい人材力」

〔日時〕 2019 年 4 月 4 日～5 日

〔主催〕 富良野美瑛広域観光推進協議会

〔場所〕 富良野演劇工場

〔講師〕 演劇工場工場長：太田 竜介 氏 / 富良野グループ：久保 隆徳 氏

Tourism Academy Spring 2019 “Furano-Biei Human Resource Ability”

〔Date〕 April 4 - 5, 2019

〔Sponsored by〕 Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association

〔Location〕 Furano Theater Factory

〔Instructor〕 Ryusuke Ota, Head of Furano Theater Factor, Takanori Kubo, Furano Group



冬の観光アカデミー 2019「デジタルマーケティング活用」

〔日 時〕 2019 年 第 1 回～10 月 10 日 / 第 2 回～11 月 13 日 / 第 3 回～12 月 12 日

〔主 催〕 富良野美瑛広域観光推進協議会

〔場 所〕 コンシェルジュプラノ 2F ホール

〔講 師〕 Web analyst 株式会社 HAPPY ANALYTICS 代表取締役：小川 卓 氏

〔テーマ〕 第 1 回「観光の現場で使える Google アナリティクス」

第 2 回「Google アナリティクスから気づきを得て改善策を考える」

第 3 回「観光の現場で使える GA 設定と改善策の考え方」



Tourism Academy Winter 2019 “Usage of Digital Marketing”

〔Date〕 Day 1 : October 10 / Day 2 : November 11 / Day 3 : December 12

〔Sponsored by〕 Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association

〔Location〕 Concierge Furano 2F Hall

〔Instructor〕 Taku Ogawa, Web Analyst, President of HAPPY ANALYTICS

〔Themes〕 Day 1 : Google Analytics for tourism / Day 2 : Finding solutions using info from Google Analytics / Day 3 : Configuration of G.A. for tourism and finding solutions

研修

Training Course

観光地域づくりマネージャー研修

〔場 所〕 公益社団法人 日本観光振興協会

〔講 師〕 全国観光圏推進協議会アドバイザー 清水 哲夫 氏

〔日 時〕 第 1 回 / 2019 年 7 月 8 日 レベルアップ研修

- ・地域のインバウンド受け皿環境整備に対する観光圏の役割を考える
- ・観光圏の基本理念「住んでよし・訪れてよし」の意義を考える

第 2 回 / 2019 年 9 月 2 日 ステップアップ研修

- ・国及び地域の二次交通の現状を考える
- ・地域の二次交通の課題について問題提起（意見交換）

第 3 回 / 2019 年 12 月 9 日 ステップアップ研修

- ・もう一度考えよう「観光圏の役割」
- ・もう一度考えよう「観光地域づくりマネージャーの役割」

Training Course For Tourism Community Development Managers

〔Location〕 Japan Tourism Association

〔Instructor〕 Tetsuo Shimizu, Advisor of Undiscovered Japan

〔Date〕 Day 1 / July 8, 2019, Level-up Training

- ・Thinking on the tourism area's role in the environmental arrangements to receive inbound visitors
- ・Thinking on about the significance of the Basic Tourism Area Principal “Good Place to Live and Visit”

Day 2 / September 2, 2019, Step-up Training

- ・National and local intermodal passenger transport
- ・Exchange views on challenges of local intermodal passenger transport

Day 3 / December 9, 2019, Step-up Training

- ・Reflect on the role of tourism areas
- ・Reflect on the role of tourism community development managers



制作物

Documents

JRで行く富良野・美瑛2019パンフレット Traveling in Furano-Biei with JR 2019 Pamphlet



日本語 7 万部、英語・韓国語・簡体字・繁体字各 2 万 4 千部作成。コンテンツと連動したポスターを首都圏、東北の各駅へ配布。

70,000 copies in Japanese, 24,000 copies in English, Korean, Simplified Characters, Traditional Chinese. Posters with conjunct context distributed in stations of the capital and north-east area of Japan.

時刻表

Timetables

夏 / 1 万部

冬 / 8 千部

それぞれ各観光案内所、主要施設へ配布。

Distributed to respective tourist information centers and major facilities.



モトクラシー（フリーペーパー）

Motocracy (Free magazine)



パンフレット（多言語）

Pamphlets (Multilingual)

韓国語・簡体字・繁体字、5,000 部作成

5000 printed copies in Korean, Simplified Character and Traditional Chinese.



韓国語 / Korean



簡体字 / Simplified characters



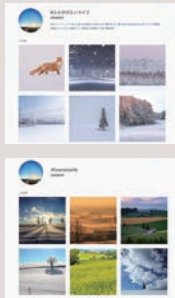
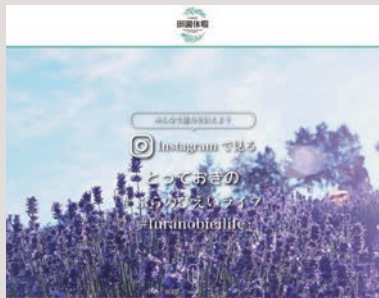
繁体字 / Traditional Chinese

Webキャンペーン

Web Campaign

ハッシュタグキャンペーン

Hashtag Campaign

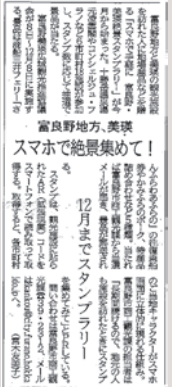


富良野・美瑛 絶景スタンプラリー Furano-Biei Stunning Scenic Spots Stamp Rally

ホームページ / Stamp Rally Homepage



2019 年 7 月 17 日（水）北海道新聞
Hokkaido Newspaper Wed. July 17, 2019



海外誘客

Attracting International Visitors

「欧米豪グリーンシーズン 誘客プロモーション」 オーストラリアメディア招請

“Promotion to attract western
international visitors in the Green Season”
Australia Media Invitation

There is a rise in visitors mostly from Australia in the winter season (for ski). By
introducing summer activities, in addition to being recognized as a snow resort, this shall
connect to inviting visitors in the green season.
[Theme] Enjoy Summer Hokkaido Through Numerous Activities!

冬季の来道者（主にスキー目的）はオーストラリアを中心に増えているが、夏季のアクティビティを紹介することでスノーリゾートとしての認知に加えグリーンシーズンの誘客に繋がれると考えられる。
〔テーマ〕 多彩なアクティビティで夏の北海道を楽しむ！
〔ターゲット〕 スポーツ愛好者層
〔期 間〕 2019年6月16日～21日（4泊5日：前泊を除く）
オーストラリアの総合広告代理店 “GAO Group International” の Lindsay Goding 氏、Antonia Hodgman 氏 2 名を招請し、富良野・美瑛地区の夏のアクティビティのプロモーションを行った。

[Target Market] Sports lovers Group
[Duration] June 16 - 21, 2019 (5 days and 4 nights, excluding nights stayed before the event).
Inviting Linsay Goding and Antonia Hodgman of a full-service advertising agency of Australia,
Gao Group International, summer activities of Furano- Biei area were promoted.

アクティビティ Activities



- ・ 占冠村 / 赤岩青巖峡
- ・ 南富良野町 / サイクリング、ラフティング
- ・ かなやま湖 / カヌー、キャンプ場、ログホテルランチ
- ・ 富良野チーズ工房
- ・ ニジマス釣り /BBQ
- ・ 中富良野町 / 町営ラベンダー園
- ・ 十勝岳 / トレッキング、吹上温泉
- ・ ふらのワイン工場
- ・ フラノマルシェ

- ・ Shimukappu/Akaiwaseigankyo
- ・ Minamifurano/Cycling,Rafting
- ・ Kanayama Lake/canoeing, camping, Log Hotel Larch
- ・ Furano Cheese Factory
- ・ Rainbow Trout fishing/BBQ
- ・ Nakafurano/Flower Park
- ・ Mt.Tokachi/Trekking,Fukiage Onsen
- ・ Furano Winery
- ・ Furano Marche

レストラン・宿泊先 Restaurants and Accommodations



- ・ くまげら（和食・日本酒の取材）〈占冠村〉
- ・ 山香食堂 星野リゾート トマム・ザ・タワー
- ・ Bar & Dinning Ajito 〈富良野市〉
- ・ まるます 新富良野プリンスホテル
- ・ 祐一郎商店 〈旭川市〉
- ・ アートホテル旭川

- ・ Kumagera (Japanese food and sake report)
- ・ Yamaka Shokudo
- ・ Bar & Dining Ajito
- ・ Marumasu
- ・ Yuichiro Shoten
- ・ <Shimukappu> Hoshino Resorts Tomamu
- ・ <Furano> Shin Furano Prince Hotel
- ・ <Asahikawa> Art Hotel Asahikawa

- ☐ 宿泊施設や食事は和、伝統的な施設の方がアピールになる。日本文化的な体験の提供が強みになる。
- ☐ 吹上温泉やトレッキングなどのユニークなアクティビティをアピール、オーストラリアとの違いを出すが良い。
- ☐ 本格的なボルダリングのようなアクティビティはハードルが高い。より、家族向けのコンテンツが良い。

☐ More appealing if accommodation and food are traditionally Japanese. More strength to be attractive if cultural experiences are provided. ☐ Effective to appeal with unique activities such as Fukiage Onsen and trekking to show the difference between Japan and Australia. ☐ Full-fledged activities such as bouldering may be too difficult. It is better to have more family-friendly activities.

地域の観光資源を活かした プロモーション事業

Utilizing Regional Tourist Resources
for Promotion

〔テーマ〕 東南アジア諸国に拡散 ～家族で感じる、春と秋の北海道～
〔ターゲット〕 高所得の 30 ～ 40 代の家族層
〔期 間〕 2019年6月26日～6月30日（4泊5日）/2019年10月4日～10月9日（5泊6日）
〔取材地域〕 札幌市及び周辺地域（石狩・空知・後志地方）、富良野・美瑛 地域

6月 取材先 June Coverage Location



〈上富良野町〉
日の出公園ラベンダー園
〈中富良野町〉
北星山観光リフトとラベンダー
摘み取り体験、ファーム富田
〈富良野市〉
新富良野プリンスホテル / ニ
ングルテラス、ふらの家本町
酒場
〈Kamifurano> Hinode Park Lavender Garden
〈Nakafurano> Hokuseiyama ski lift,
lavender picking and Farm Tomita
〈Furano> Shin Furano Prince Hotel/Ningle
Terrace, Furanoke Motomachi Bar



ファーム富田 / 投稿日 2019年6月30日
At Farm Tomita, posted June 30, 2019

ラベンダー畑などの写真撮影スポットは評価が高く、写真撮影と SNS 投稿を重要視する声も多い。より広く宣伝するべきだという意見もあった。アクティビティや写真撮影のサービスの提案もあったが、一方ツリーアドベンチャーなどのアクティビティは、自国にもあるという意見もあった。

Pictures at scenic spots such as at the lavender field were highly praised. As well there were many opinions to set importance in taking pictures and posting in social media. Some expressed the need for more and broader advertising. There were suggestions for activities and photo-shoot services were present, but others mentioned mentioned that they had such as tree adventure activities in their own countries.

オーストラリア現地 B to C 観光プロモーション及び デジタルマーケティング

Tourism Promotion in Australia B to C and
Digital Marketing

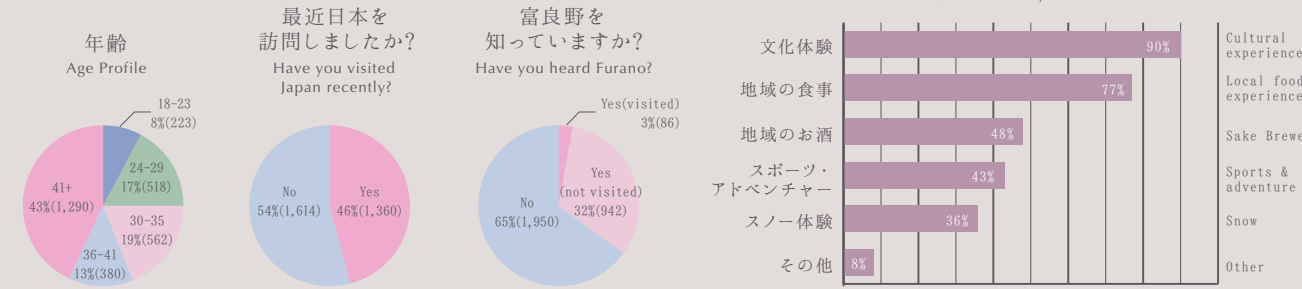


2019年10月18日～10月19日（デジタルキャンペーン期間の
ちょうど中間日）において南半球最大のショッピングモール
“Chadstone shopping center” に特設コーナーを設置し、
来場者に対しタブレット端末で findfurano や furanoindex、
アンケートのページを活用してプロモーションを実施した。

From October 18 to 19 (during the time of the digital campaign period) a special
booth was set up at the largest shopping center of the southern hemisphere,
“Chadstone shopping center.” Here the Biei-Furano area was promoted and using
findfurano and furanoindex surveys were taken through tablets.



流入者へのアンケート結果 Survey Results



アンケート結果より、訪日経験のあるうち 3 割が富良野を認知していた。GAO の Goding 氏と
Hodgman 氏の見解にもあったように、文化体験への関心が高いことが分かった。

In the survey, of the respondents who traveled to Japan before,
30 percent were aware of Furano. As Goding and Hodgman
understood, many had an interest in cultural experiences.

地域の観光資源を活用したプロモーション事業「欧米豪グリーンシーズン誘客プロモーション」(1) オーストラリアメディア招請関連事業報告書より

〔招待〕 6月 / シンガポール、インドネシア、マレーシア、
フィリピンのインフルエンサー各 1 名
10月 / タイ、ベトナム、フィリピンのインフル
エンサー各 2 名

[Theme] To Southeast Asia, Experience Spring and Autumn of Hokkaido
[Target] High-income families ages between 30 to 40 years
[Date] June 26 - 30 (5days, 4 nights), October 4 - 9 (6days, 5 nights)
[Coverage Location] Sapporo and neighboring regions (Ishikari, Sorachi, Shiribeshi), Furano and Biei area.
[Invited Visitors]
In June, one social media influencer from each country of Singapore, Indonesia, Malaysia and the Philippines.
In October, two social media influencers from each country of Thailand, Vietnam and the Philippines.

10月 取材先 October Coverage Location



〈占冠村〉
星野リゾートトマム / 水の教会、
雲海テラス、ビューフェレストラン
hal
〈南富良野町〉
道の駅南ふらの
〈美瑛町〉
青い池、四季彩の丘（カートレンタル）、フェルムラテール美瑛

〈Shimukappu> Hoshino Resort Tomamu / Chapel on
the Water, Unkai Terrace and Buffet Dining hal
〈Minami Furano> Minamifurano Roadside Station
〈Biei> Blue Pond, Shikisai-no-Oka (on a rental
cart), FERME LA TERRE



美瑛町 青い池 / 投稿日 2019年10月6日
Biei Blue Pond, posted October 6, 2019

秋の旅行先として北海道のイメ
ージや旅行情報があまりないことや、
直行便がなく訪れにくい（ベトナム）
といった意見があった。また、
タイは12月と4月、フィリピン
は12月が休暇シーズン。

Some thought there is not much impression and
information of traveling in Hokkaido during
autumn. There was no direct transportation,
which made it difficult to visit (Influencer
from Vietnam). And vacation season in Thailand
is during December and April. December, in the
Philippines.

地域の観光資源を活用したプロモーション事業「東南アジアシーズンナリティプロモーション」(2) メディア招請実施報告書より

Webプロモーション

Web Promotion

〔東京・大阪〕 2019/6/17～2019/7/15

〔札幌近郊〕 2019/7/1～2019/7/21

Yahoo!、Facebook、Instagram に広告を配信

[Tokyo and Osaka] June 17 - July 15

[Suburbs of Sapporo] July 1 - July 21

Ads in Yahoo!, Facebook and Instagram



〔東京・大阪〕

TOKYO・OSAKA

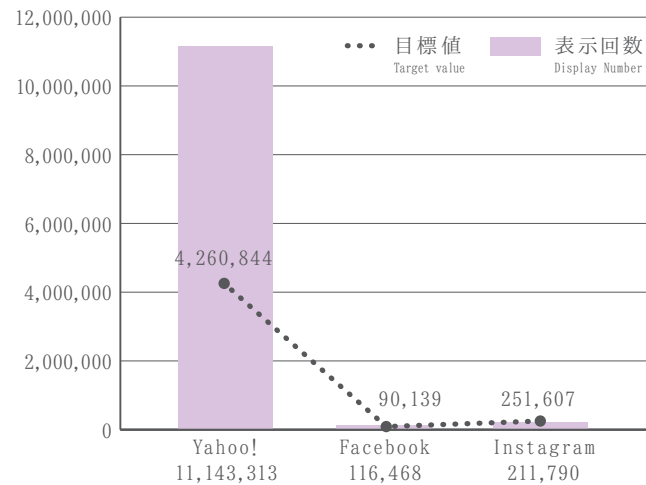
WEBプロモーション配信設定 / Web Promotion Broadcast Settings

媒体名	種別	日程	時間	デバイス	年齢	エリア	言語
Yahoo!	興味関心	2019/6/17 ～2019/7/15	7～24時	PC・SP タブレット	22～69歳	東京・大阪	日本語・関西弁
Facebook	SNS	2019/6/17 ～2019/7/15	7～9時、12～ 14時、17～24時	SP・タブレット	30～64歳	東京・大阪	日本語・関西弁
Instagram	SNS	2019/6/17 ～2019/7/15	7～9時、12～ 14時、17～24時	SP・タブレット	20～39歳	東京・大阪	日本語・関西弁

媒体名	仕様	文字数	広告
Yahoo!	見出し(全角20文字)	17文字	JRで行く 富良野・美瑛 2019
	広告文(全角90文字)	89文字	「JRで行く富良野・美瑛」キャンペーン開催中！花咲く富良野・美瑛エリアまでは札幌から直通2時間で結ぶ「フラノラベンダーエクスプレス」が運行中！JRで富良野・美瑛の旅に出かけよう！
	会社名(全角20文字)	5文字	JR北海道
Facebook	見出し①(全角12文字)	17文字	JRで行く 富良野・美瑛 2019
	見出し②(全角12文字)	14文字	札幌～富良野間を乗り換えなし
	見出し③(全角12文字)	15文字	のんびり広大な自然の景色を満喫
	見出し④(全角12文字)	8文字	美瑛の白金青い池
Instagram	見出し①(全角12文字)	11文字	中富良野のファーム富田
	見出し②(全角12文字)	17文字	札幌～富良野間を乗り換えなしで運行
Instagram	見出し③(全角12文字)	15文字	のんびり広大な自然の景色を満喫
	見出し④(全角12文字)	8文字	美瑛の白金青い池
	見出し⑤(全角12文字)	16文字	特急フラノラベンダーエクスプレス
	見出し(全角12文字)	18文字	色とりどりの風景とのんびり流れる時間
	広告文(全角125文字)	91文字	「JRで行く富良野・美瑛」キャンペーン開催中！花咲く富良野・美瑛エリアまでは札幌から直通2時間で結ぶ「フラノラベンダーエクスプレス」が運行中！JRで富良野・美瑛の旅に出かけよう！

表示回数(広告が表示された回数)

Display Number (# of times ads were displayed)



広告別パフォーマンスデータ / Ad Performance Data

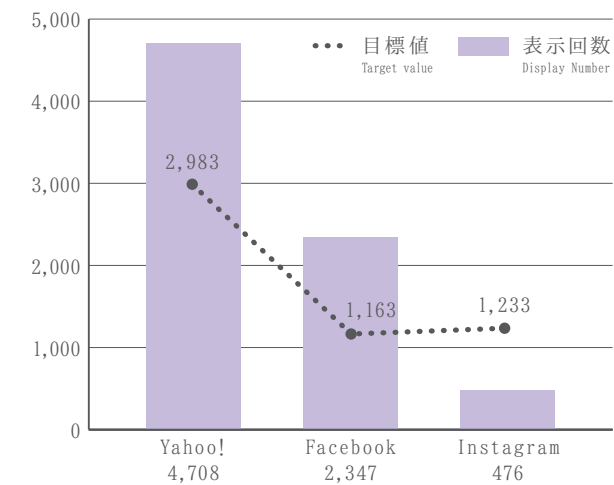
媒体名	画像	表示回数	クリック数 100%再生数	クリック率 100%再生率
Yahoo!	レスポンシブ例	10,606,226	4,262	0.04%
	320×50	337,719	418	0.12%
	300×250	199,368	28	0.01%
Facebook	カルーセル	116,468	2,347	2.02%
Instagram	スライド動画	211,790	476	0.22%
			1,947	0.92%

Instagram 動画指標 / Instagram Video Indicator

	表示回数	100%再生数	100%再生率
Instagram	211,790	1,947	0.92%

クリック数(表示された広告がクリックされた回数)

Click number (# of times ads were clicked)



クリック率(クリック数÷表示回数×100) Yahoo! 0.04% / Facebook 2.02% / Instagram 0.22%

総評

General Thoughts

Yahoo!、Facebook においては目標値を上回る表示回数、クリック数となった。Instagram で推奨されているスライド動画形式は静止画に比べ情報量が多く、クリックされにくい傾向がある。札幌近郊エリアで行った Instagram の繁体字配信は、少ないユーザー数に加え競合他社の広告が多く、目標値に届かなかった。

Yahoo! Facebook surpassed the desired number of display and click number. Instagram's slide style ad has more information than the still image ad, and therefore seems more difficult to click. The Instagram Ads in Traditional Chinese broadcasted in the Sapporo suburb area did not meet the desired number for there was a low number of users and a high number of competing companies.

〔札幌近郊〕

Suburbs of Sapporo

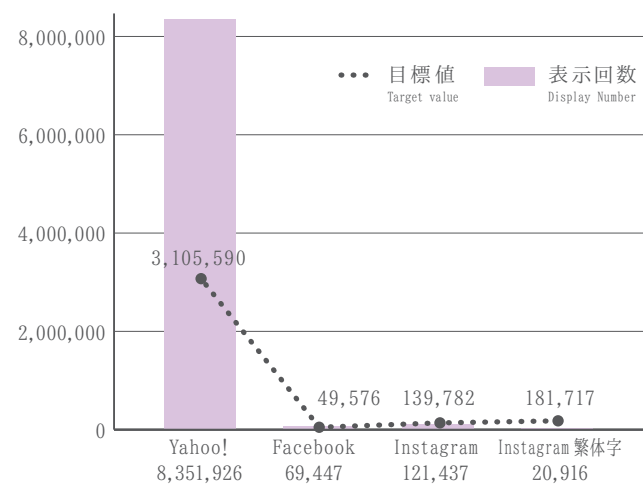
WEBプロモーション配信設定 / Web Promotion Broadcast Settings

媒体名	種別	日程	時間	デバイス	年齢	エリア	言語
Yahoo!	興味関心	2019/7/1 ～2019/7/21	7～24時	PC・SP タブレット	22～69歳	札幌近郊	日本語
Facebook	SNS	2019/7/1 ～2019/7/21	7～9時、12～ 14時、17～24時	SP・タブレット	30～64歳	札幌近郊	日本語
Instagram	SNS	2019/7/1 ～2019/7/21	7～9時、12～ 14時、17～24時	SP・タブレット	20～39歳	札幌近郊	日本語
Instagram	SNS	2019/7/1 ～2019/7/21	7～9時、12～ 14時、17～24時	SP・タブレット	20～39歳	札幌近郊	中国語(繁体字)

媒体名	仕様	文字数	広告
Yahoo!	見出し(全角20文字)	17文字	JRで行く 富良野・美瑛 2019
	広告文(全角90文字)	89文字	「JRで行く富良野・美瑛」キャンペーン開催中！花咲く富良野・美瑛エリアまでは札幌から直通2時間で結ぶ「フラノラベンダーエクスプレス」が運行中！JRで富良野・美瑛の旅に出かけよう！
	会社名(全角20文字)	5文字	JR北海道
Facebook	見出し①(全角12文字)	17文字	JRで行く 富良野・美瑛 2019
	見出し②(全角12文字)	14文字	札幌～富良野間を乗り換えなし
	見出し③(全角12文字)	15文字	のんびり広大な自然の景色を満喫
	見出し④(全角12文字)	8文字	美瑛の白金青い池
Instagram	広告文(全角125文字)	91文字	「JRで行く富良野・美瑛」キャンペーン開催中！花咲く富良野・美瑛エリアまでは札幌から直通2時間で結ぶ「フラノラベンダーエクスプレス」が運行中！JRで富良野・美瑛の旅に出かけよう！
	見出し①(全角12文字)	11文字	中富良野のファーム富田
	見出し②(全角12文字)	17文字	札幌～富良野間を乗り換えなしで運行
	見出し③(全角12文字)	15文字	のんびり広大な自然の景色を満喫
	見出し④(全角12文字)	8文字	美瑛の白金青い池
Instagram 繁体字	見出し⑤(全角12文字)	16文字	特急フラノラベンダーエクスプレス
	見出し(全角12文字)	18文字	色とりどりの風景とのんびり流れる時間
	広告文(全角125文字)	91文字	「JRで行く富良野・美瑛」キャンペーン開催中！花咲く富良野・美瑛エリアまでは札幌から直通2時間で結ぶ「フラノラベンダーエクスプレス」が運行中！JRで富良野・美瑛の旅に出かけよう！
	見出し①(全角12文字)	9文字	中富良野の富田農場
	見出し②(全角12文字)	15文字	直接往返札幌～富良野、無須轉乘
	見出し③(全角12文字)	15文字	悠閑地盡情享受遼闊的大自然景色
	見出し④(全角12文字)	7文字	美瑛の白金青池
	見出し⑤(全角12文字)	8文字	富良野薰衣草特急
Instagram 繁体字	見出し(全角12文字)	15文字	色彩斑斕的风景和悠然流逝的时光
	広告文(全角125文字)	99文字	「搭乘 JR 前往富良野・美瑛」活動舉辦中！「富良野薰衣草特急 (Furano Lavender Express)」運行中、從札幌出發 2 小時內 直達 鮮花盛開的富良野・美瑛地區！搭乘 JR 去富良野・美瑛旅行！

表示回数(広告が表示された回数)

Display Number (# of times ads were displayed)



広告別パフォーマンスデータ / Ad Performance Data

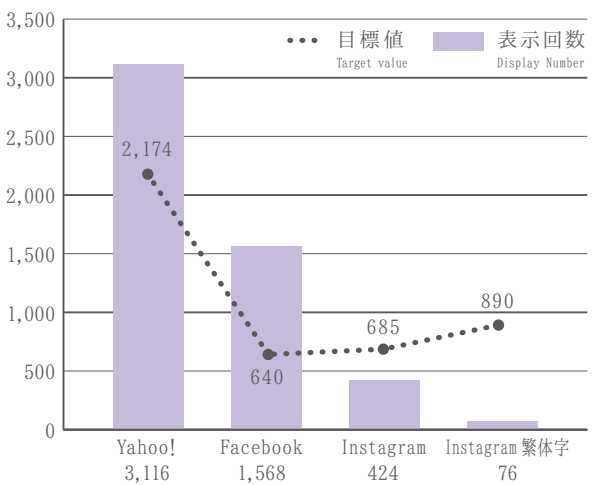
媒体名	画像	表示回数	クリック数 100%再生数	クリック率 100%再生率
Yahoo!	レスポンシブ例	7,935,432	2,404	0.03%
	320×50	328,811	696	0.21%
Facebook	カルーセル	69,447	1,568	2.26%
Instagram	スライド動画	121,437	424	0.35%
			1,817	1.50%
Instagram 繁体字	スライド動画	314,002	76	0.02%
			312	0.10%

Instagram 動画指標 / Instagram Video Indicator

	表示回数	100%再生数	100%再生率
Instagram	121,437	1,817	1.50%
Instagram繁体字	20,916	312	1.49%

クリック数(表示された広告がクリックされた回数)

Click number (# of times ads were clicked)



クリック率(クリック数÷表示回数×100) Yahoo! 0.04% / Facebook 2.26% / Instagram 0.35% / 繁体字 0.36%
富良野 美瑛 2019 WEBプロモーションレポートより

「ツーリズムEXPOジャパン2019」&「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート 2019」

“Tourism Expo Japan 2019” & “Visit Japan Travel and Mice Mart 2019.”

ツーリズム EXPO ジャパン 2019 大阪・関西

〔テーマ〕「私の旅は、次のステージへ。旅が変わる。あなたが変わる。Take your travel up a notch」

〔会期〕2019年10月24日～27日(業界日/24日・25日、一般日/26日・27日)

〔会場〕インテックス大阪

〔主催〕公益社団法人 日本観光振興協会、一般社団法人 日本旅行業協会(JATA)、日本政府観光局(JNTO)

〔特別協賛〕株式会社ジェーシービー

〔共催〕「インバウンド・観光ビジネス総合展」「IRゲーミング EXPO」

〔同時開催〕「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート (VJTM 2019)」<主催：日本政府観光局 JNTO>

〔企画運営〕ツーリズム EXPO ジャパン推進室

Tourism Expo Japan 2019 Osaka Kansai

〔Theme〕“Take your travel up a notch”

〔Date〕October 24 - 27, 2019 (24 & 25 for industry professionals only, 26 & 27 for general public)

〔Location〕INTEX Osaka

〔Organizers〕Japan Travel and Tourism Association, Japan Association of Travel Agents, Japan National Tourism Organization

〔Special sponsor〕Japan Credit Bureau

〔Cosponsors〕Inbound Tourism Business Expo, IR Gaming EXPO

〔Joint Event〕Visit Japan Travel and Mice Mart, sponsored by Japan National Tourism Organization

〔Planning and Administration〕Tourism Expo Japan Promotion Office

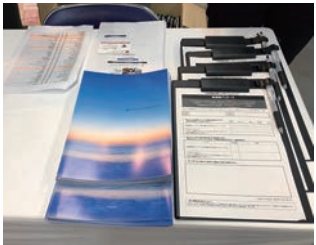


画像：UDJ ツーリズム EXPO2019 報告書(全国観光圏推進協議会)より

国内外に観光立国としての日本をアピールし、観光関係者にとっては情報交換及び大きく商談の機会が得られるイベント、世界最大級の旅の祭典「ツーリズム EXPO ジャパン 2019 大阪・関西」に参加。2019 年は全国 47 都道府県、100 カ国・地域、1475 企業・団体が出展。およそ 151,100 人の来場があり、商談件数は過去最高となった。

富良野美瑛広域観光推進協議会は、合同開催された「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート (VJTM 2019)」にも参加。ここでは国内外の訪日旅行関係団体や企業など約 700 の企業・団体が一堂に会し、13,680 件の商談が行われた。

Attended the “Tourism Expo Japan 2019 Osaka/Kansai” the world’s greatest celebration for travel lovers. As a tourism-oriented country, this is a place to promote Japan both nationally and internationally, a place for exchanging ideas and having business meetings. In 2019, there were participants from all 47 prefectures, 100 countries and regions. A total of 1475 businesses and organizations attended. There was a total of 151,100 visitors, and recorded the greatest number of business meetings. Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association also attended the “Visit Japan Travel and Mice Mart 2019.” Here, approximately 700 national and international tourism businesses and organizations gathered to have a total of 13,680 meetings.



業界日に開催された

全国観光圏シンポジウム 2019 プログラムのパネルディスカッション『世界水準の DMO を目指す全国 13 観光圏による地方へのインバウンド誘致への挑戦! 高単価インバウンド誘致を目指す地方の魅力発信する「UNDISCOVERED Japan ～まだ知らない日本へ～」の取り組み』に参加。

“アジアからの転換を図る富良野・美瑛の取組”というテーマで登壇。

In the dates for industry professional of the National Tourism Areas Symposium 2019, attended a panel discussion titled, “The challenge to attract inbound tourism by 13 national tourism areas to attain the world level of DMO. Undiscovered Japan’s effort to display tourism areas’ attractions to aim for high priced inbound tourism.” Here the group presented in the theme, “Furano-Biei effort to accommodate in response to the change of Asia.”

このシンポジウムでは参加者が予定数を大きく上回り、アンケートの回収率も 8 割に迫る結果を得られた。

<アンケート結果の一部>

- ・富良野になぜ花畑があるのか、というストーリーには大変インパクトを感じた。これが英語で発信されていれば、花のない丘にそのストーリーを見ることもあるのではと思った。私共のツアーでは取り入れたいと思う。
- ・プロモーションだけに注力するのではなく、地域のコンテンツの磨き上げや受け入れ環境の整備をしっかりと行ってから宣伝をおこなっていくことが必要と認識した。
- ・大手旅行会社のツアーもよいが、少人数の一つのテーマに特化した旅行もよいと思った。
- ・取組に対する経済効果はどれほどのものか。地域の魅力、コンセプトを選定するにあたりどのように分析しているのかについて説明があるとよりよいと思った。

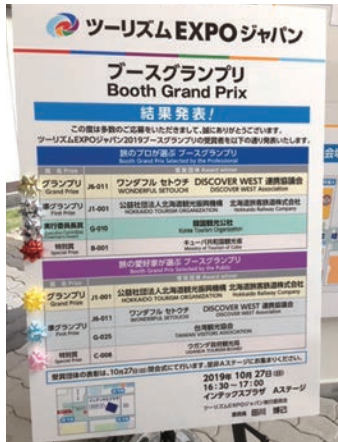
商談会では、アポイント企業やメディア(全 10 カ国より)の他、自由商談の企業も加わり、およそ 20 企業と商談。会場ではエリアの紹介映像を流しプレゼン資料でエリアの詳細を説明。より印象に



一般日(後半の二日間)には、一般の入場者にも北海道ブースで富良野・美瑛観光圏を紹介。
General Public Day (Latter 2 days) introduced Furano-Biei tourism area at the Hokkaido booth.



パンフレットにオイルを噴霧し富良野エリアのPR。
Promoting Furano lavender oil sprayed pamphlets.



北海道ブースは旅のプロが選ぶ部門 2 位、
旅の愛好家が選ぶ部門 1 位。
2nd place in Travel Professionals' Choice category.
1st place in the Travel Lovers' Choice category.

総評

General Thoughts

海外でも富良野・美瑛エリアの認知度は非常に高く、来訪したことが無くとも魅力的な観光地と認識されている。また、来訪経験者には、美味しい食材がある地域としての印象が強い。しかし観光地においては、青い池やファーム富田以外は認知度が低く、アウトドアアクティビティや数多ある観光スポットを紹介すると反応が良かった。特に、欧米圏からの来訪者にとっては個人旅行としての関心度が高く、サイクリング、トレッキング、スキーなどのアクティビティに、より関心があることがわかった。マイナス要因としては、新千歳空港からの距離、国内主要都市部観光地(東京・大阪・京都)からのアクセスの悪さが強いと感じた。ブース展開では北海道ブースとして「旅の愛好家が選ぶ部門 1 位」、「旅のプロが選ぶ部門 2 位」を獲得。富良野・美瑛観光圏でワインやチーズの試飲・試食、また、ラベンダーを噴霧したパンフレットを配布するなど視覚、味覚、嗅覚でアピールできたことも好評に繋がった要因のひとつと思われる。今後、企業や個人旅行者にとっても期待値、注目度の高いエリアとして、マイナス要因を払拭できるほどの需要に応じた企画・戦略が必要であると考えます。

「UNDISCOVERED JAPAN UDJ ブース / 全国観光圏シンポジウム 2019 実施報告書(全国観光圏推進協議会)」より

残る工夫として、紹介ビデオや 6 市町村の詳細観光情報を記録した USB も配布。

<配布物一覧>

- ・紹介ビデオや観光情報を記録した USB
- ・ふらびパンフレット
- ・上富良野町エリアマップ英語版
- ・ポストカード

The symposium drew more than projected participants, and 80 percent of them completed the surveys.

<Portions of the Survey Results> “I was impressed by the story that explained why there are flower farms in Furano. If this was more in display in English, I would think we would hear of this story even in hills that do not have flowers. I would like to utilize the same engagement on my tours.” “I was able to recognize that it’s essential to refine its area contents and accommodation before concentration on promotion.” “Tours by major tourism company is wonderful but I also thought it was great to have specialized travel run by a small number of people.” “I would like more explanation of how much the engagements affect the economy. And explanations of how the selections of regional attractions and concepts are analyzed.”

Approximately 20 meetings that included businesses with and without appointments, media groups were exercised (from 10 countries). At the venue, an introductory video was shown, and Furano-Biei area was explained through the presentation materials. And USBs with the introductory video and tourism info of the 6 municipalities were distributed as method give a lasting impact.

<Items that were distributed> USBs mention above, Furano-Biei Pamphlets, English Kamifurano Area Maps and postcards.

The Furano and Biei area is highly recognized internationally and renowned as an attractive tourist area even for those who never visited. Those who visited have a strong impression that its an area that has delicious food. However, many were unaware of tourist spots other than Tomita Farm and the Blue Pond. We received positive remarks after introducing other spots and sports activities. Especially for visitors from the western countries, we found that they were interested in independent tours such as cycling, trekking and skiing. The negative we gathered was the long distance from New Chitose Airport, and the difficult transit from major tourism areas (Tokyo, Osaka, Kyoto). As a the Hokkaido booth, we attained awards; first place in the Travel Lovers’ Choice category and Second in the Travel Professionals’ Choice category. We had Furano-Biei wine and cheese tasting, and distribution of pamphlets sprayed with lavender oil. Appealing through senses of sight, scent and taste may be one reason for the positive reviews.

As a highly regarded and popular area for businesses and individual travelers, plannings and strategies are necessary to remove negative aspects to answer to the demand.

FURANO-BIEI REPORT 2019

発 行 者 富良野美瑛広域観光推進協議会

連 絡 先 0167-39-2312

ホームページ <http://furanobiei.hokkaido.jp/index.html>

制 作 会 社 フラノデザイン 株式会社

<http://furano-design.com>
