
FURANO-BIEI

REPORT

2021





目次

2021年度富良野美瑛広域観光推進協議会 … 2

FURANO BIEI 2021

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 2014-2021 …… 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

富良野美瑛アクティブモビリティ推進事業・
トマム富良野間二次交通実証運行事業…… 22

ナノインフルエンサー招請事業 …………… 24

全国観光圏推進協議会事業 …………… 26

Webプロモーション …………… 27

海外誘客 …………… 28

Contents

Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association 2021 … 2

FURANO BIEI 2021

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 2014-2021 …………… 18

Visitor Satisfaction Level …………… 19

Human Resource Development & Training Course … 20

Documents & Web Campaigns …………… 21

Promotion Media Event

Furano-Biei Active Mobility Promotion Project &
Tomamu-Furano Secondary Transportation
Demonstration Project …………… 22

Nano-Influencer Invitation Project …………… 24

National Tourism Area Promotion Council Project .. 26

Web Promotion …………… 27

Attracting International Visitors …………… 28

2021年度 富良野美瑛広域観光推進協議会

Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association 2021

BIEI



平田 敦史 / Atsushi Hirata
美瑛町商工観光交流課観光振興係係長
Chief, Tourism Promotion Section, Biei Town Commerce, Tourism and Exchange Division



高橋 輝 / Akira Takahashi
美瑛町商工観光交流課観光振興係
Tourism Promotion Section, Biei Town Commerce, Tourism and Exchange Division



成田 博 / Hiroshi Narita
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



藤澤 匠 / Takumi Fujisawa
中富良野町企画課商工観光係
Commerce and Tourism Section, Nakafurano Town Planning Division



対馬 靖士 / Yasushi Tsushima
一般社団法人なかふらの観光協会次長
Assistant General Manager, Nakafurano Tourism Association



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



小野 寿樹 / Hisaki Ono
南富良野町企画課課長補佐
Assistant Director, Minamifurano Town Planning Division



間木野 雅人 / Masato Makino
南富良野町企画課商工観光係主任
Chief, Commerce and Tourism Section, Minamifurano Town Planning Division



磯江 正善 / Masayoshi Isoe
南富良野町企画課商工観光係
Commerce and Tourism Section, Minamifurano Town Planning 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 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



松田 実 / Minoru Matsuda
上富良野町企画商工観光課商工観光班
Commerce and Tourism group, Kamifurano Town Planning, Commerce and Tourism Division



寺田 泰輝 / Hiroki Terada
上富良野町企画商工観光課商工観光班
Commerce and Tourism group, Kamifurano Town Planning, Commerce and Tourism 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課長
Manager, Kamifurano Tokachidake Tourist 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



川上 勝義 / Katsuyoshi Kawakami
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課長
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



倉本 隆司 / Ryuji Kuramoto
富良野市経済部商工観光課観光係
Commerce and Tourism Division, Furano City Economic Affairs Department



及川 亜依 / Ai Oikawa
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

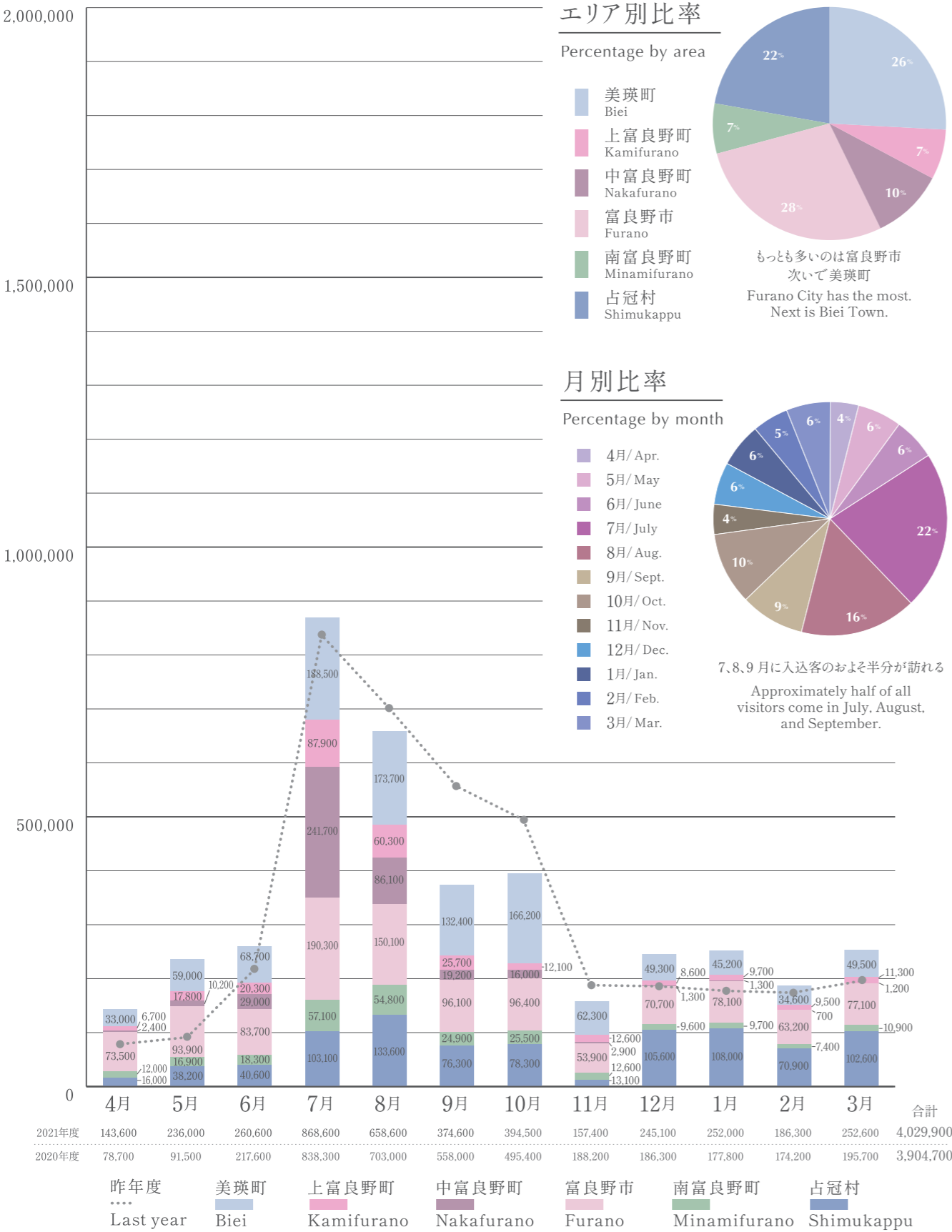
BIEI

2021



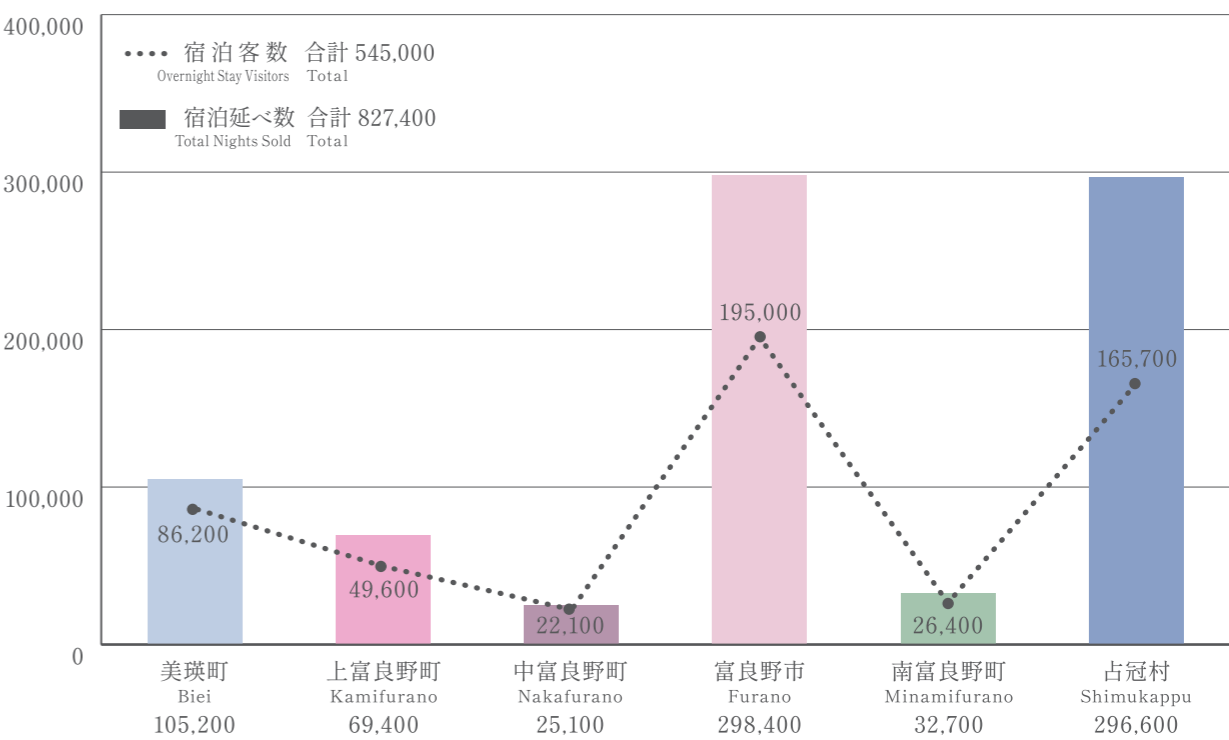
富良野・美瑛 2021年度 広域観光入込客数

Furano-Biei Area Tourist Visitor Total 2021



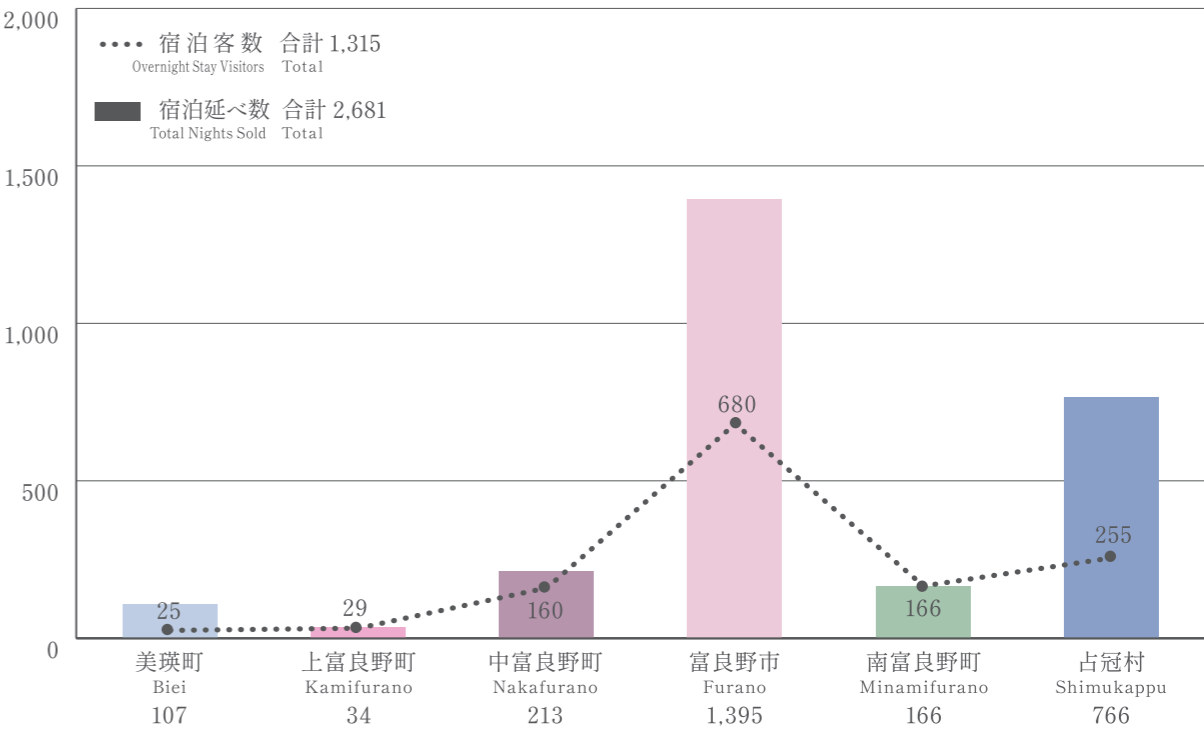
総宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



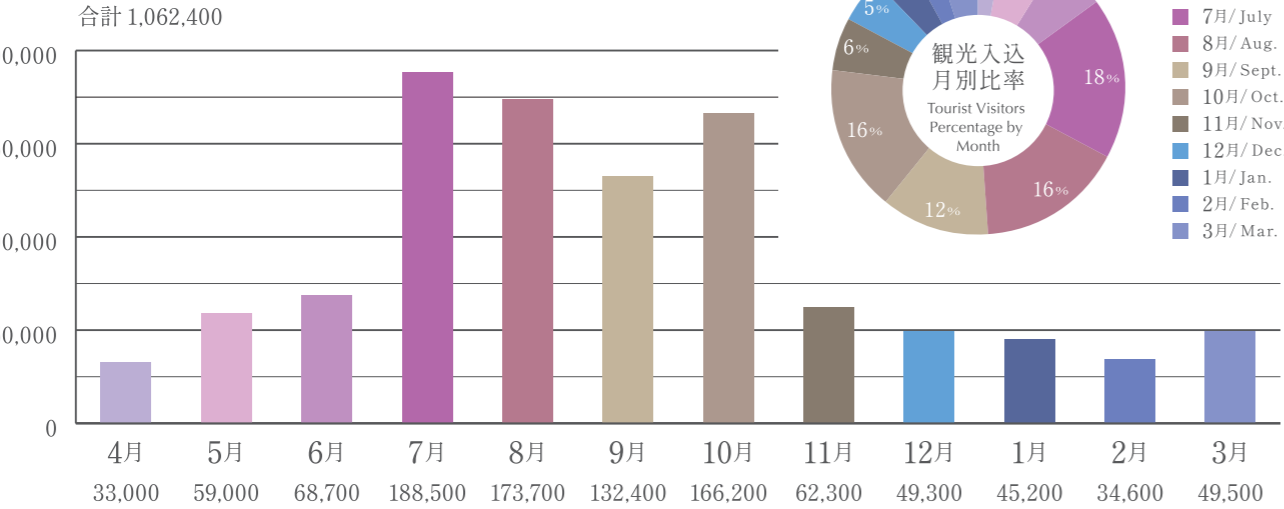
訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



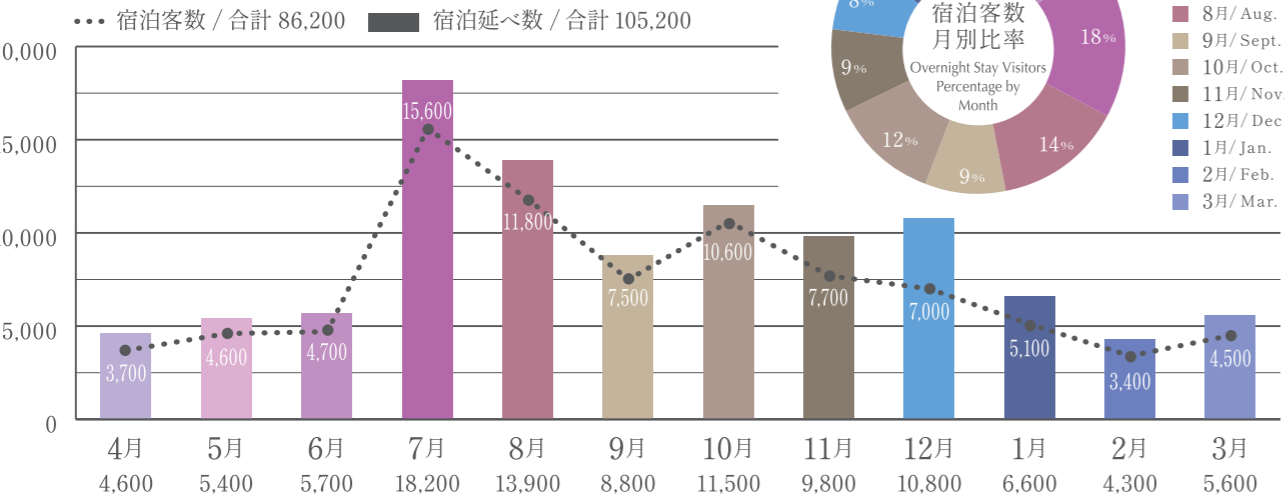
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



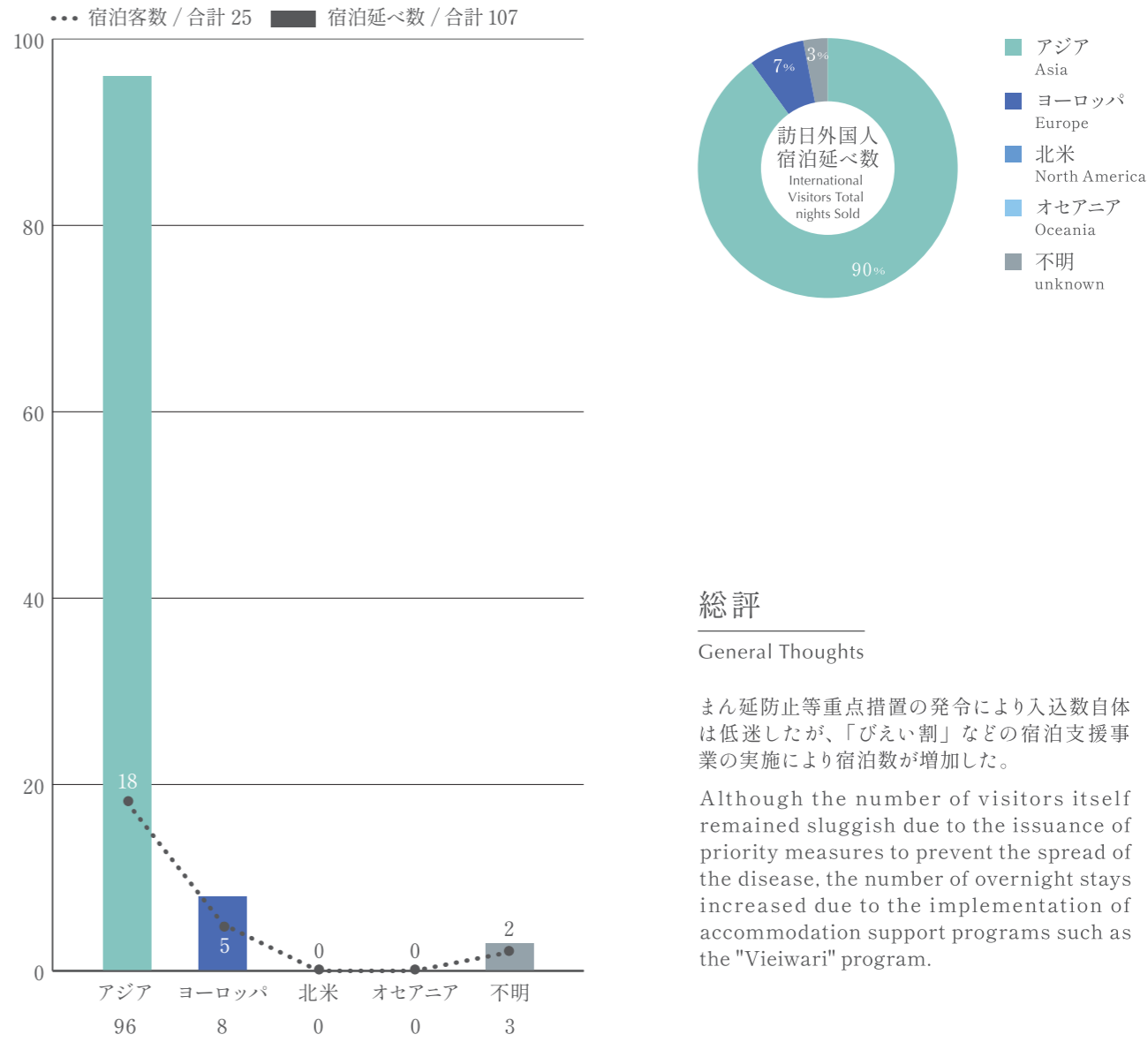
宿泊客数・宿泊延べ数

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



総評

General Thoughts

まん延防止等重点措置の発令により入込数自体は低迷したが、「びえい割」などの宿泊支援事業の実施により宿泊数が増加した。

Although the number of visitors itself remained sluggish due to the issuance of priority measures to prevent the spread of the disease, the number of overnight stays increased due to the implementation of accommodation support programs such as the "Vieiwari" program.

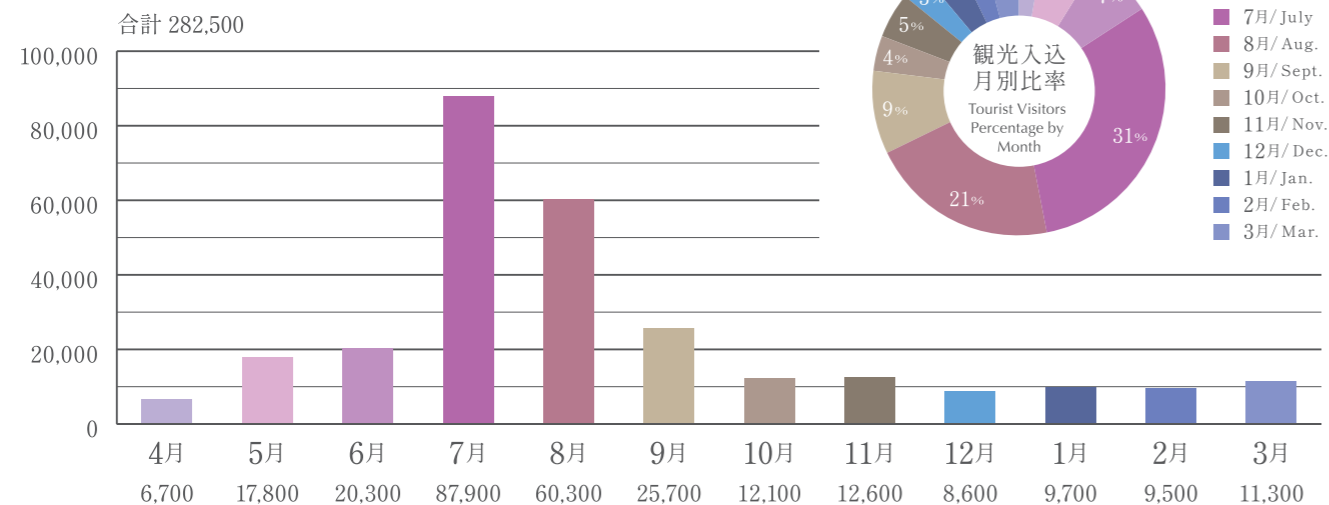
美瑛町

BIEI

KAMIFURANO

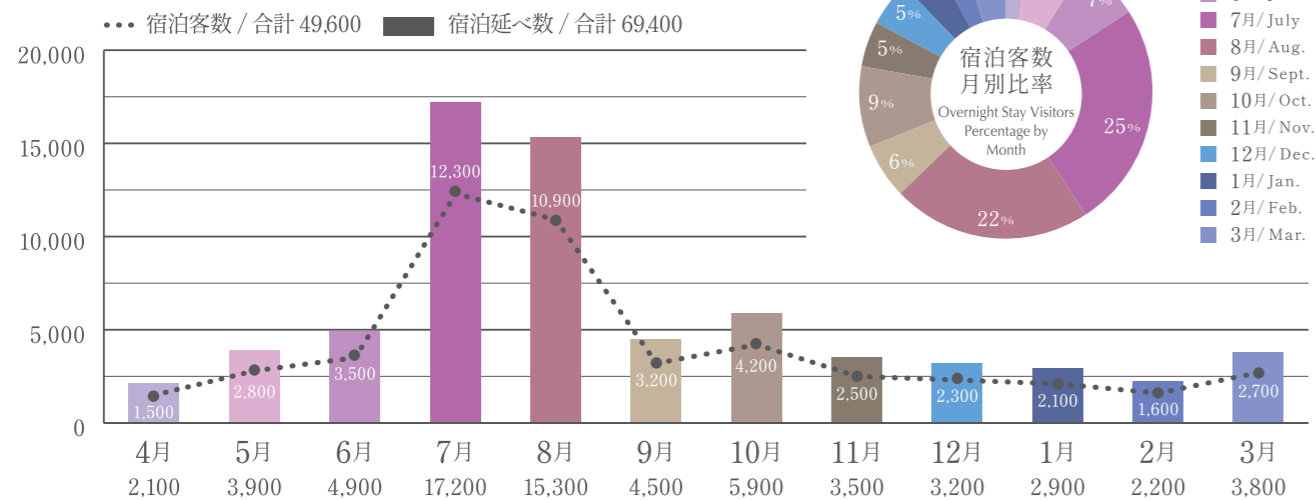
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



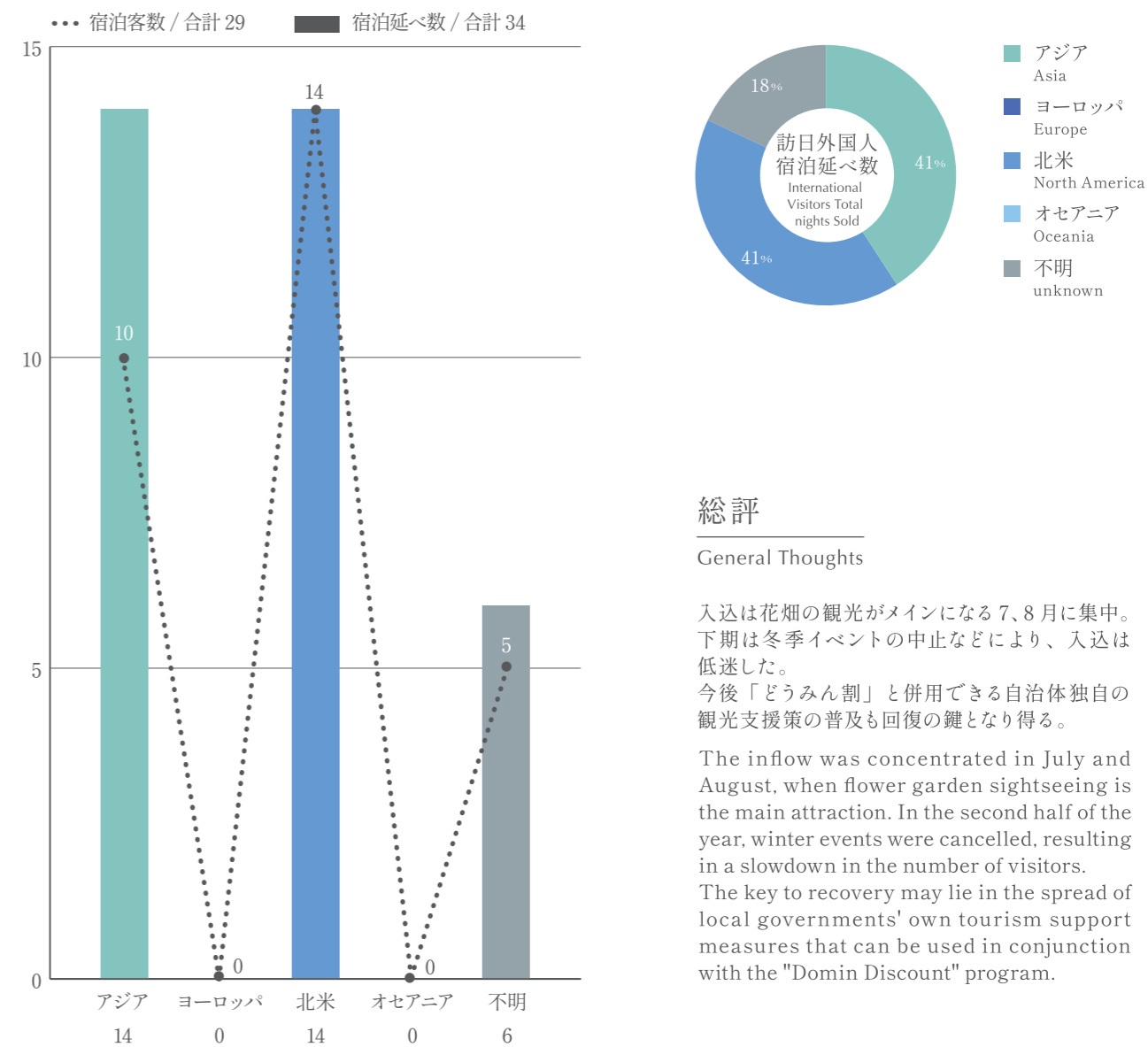
宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



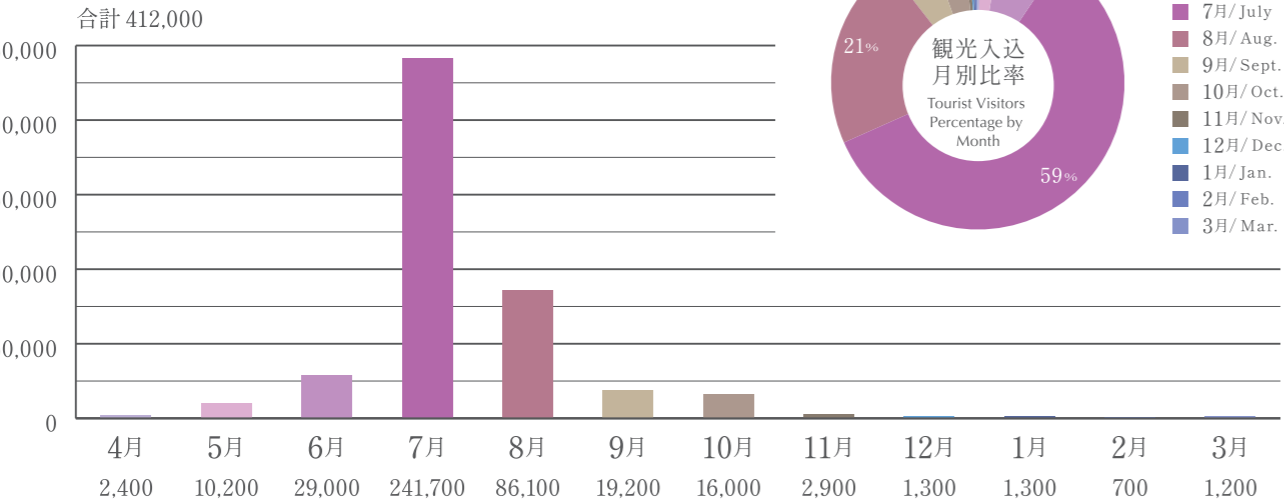
訪日外国人 宿泊客数・宿泊延べ数

International Visitors Overnight Stay Visitors · Total nights Sold



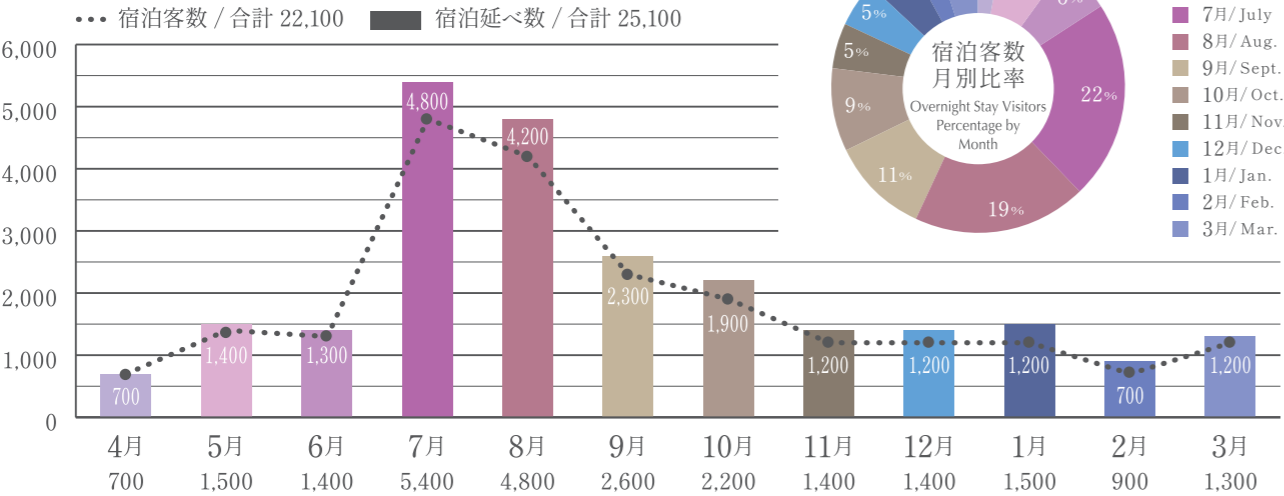
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



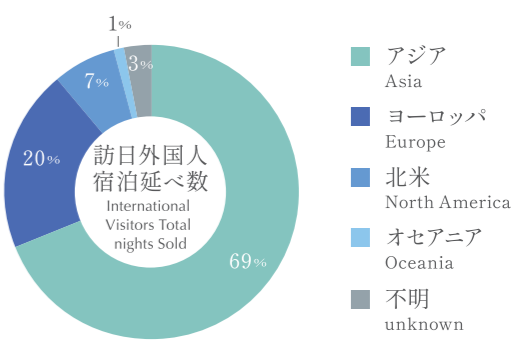
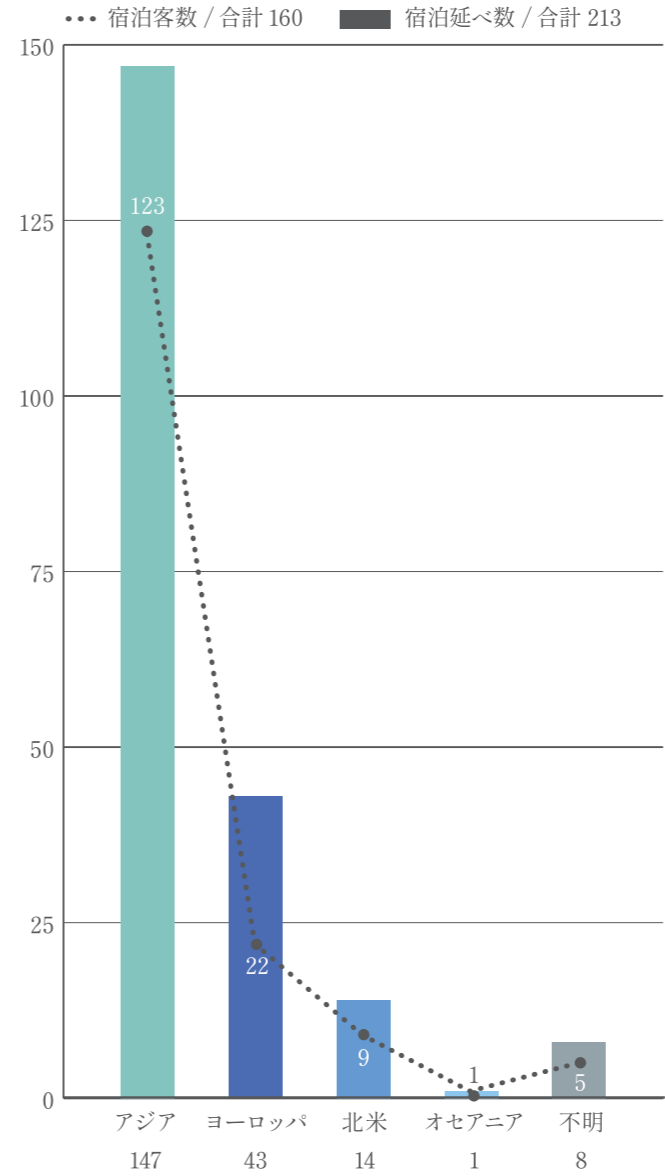
宿泊客数・宿泊延べ数

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



総評

General Thoughts

入込数は 4 月～ 8 月と下期の 1 月～ 3 月に増加したが例年と比較すると 50% 程度にとどまった。なお、宿泊客数については上・下期ともに昨年より増加した。

The number of visitors increased from April to August and from January to March in the second half of the year, but it was only about 50% of the previous year's level.

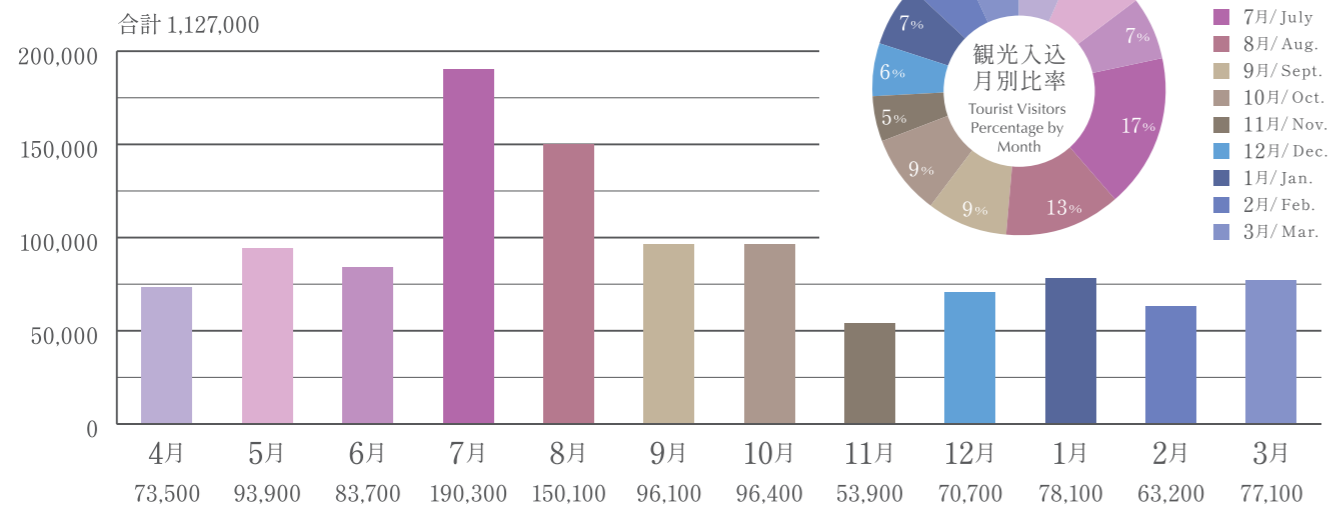
The number of overnight guests increased from last year in both the first and second half of the year.

中富良野町

NAKAFURANO

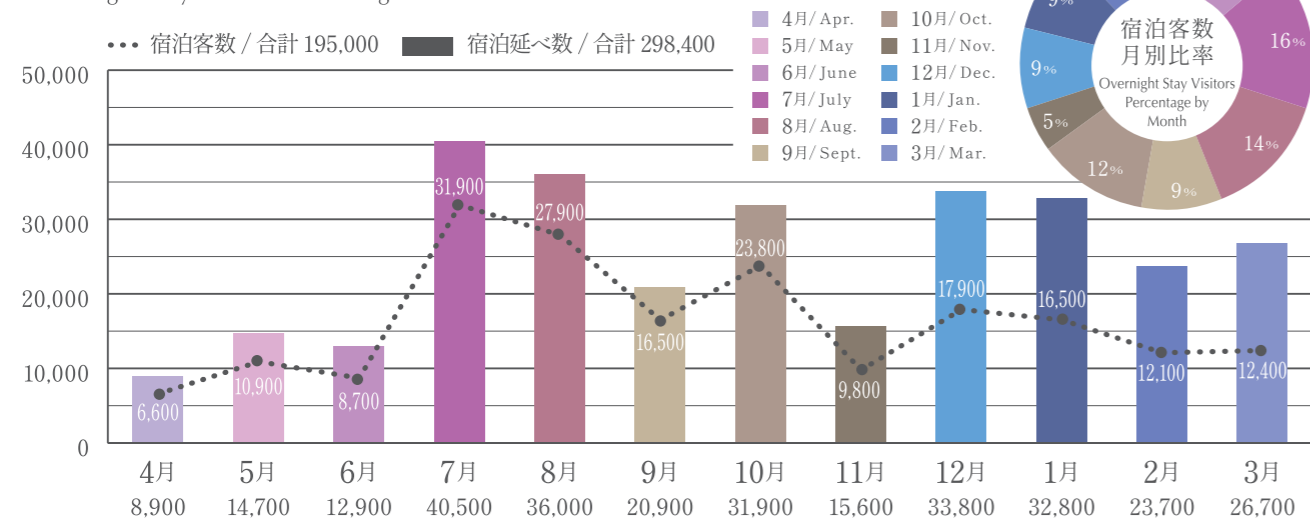
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



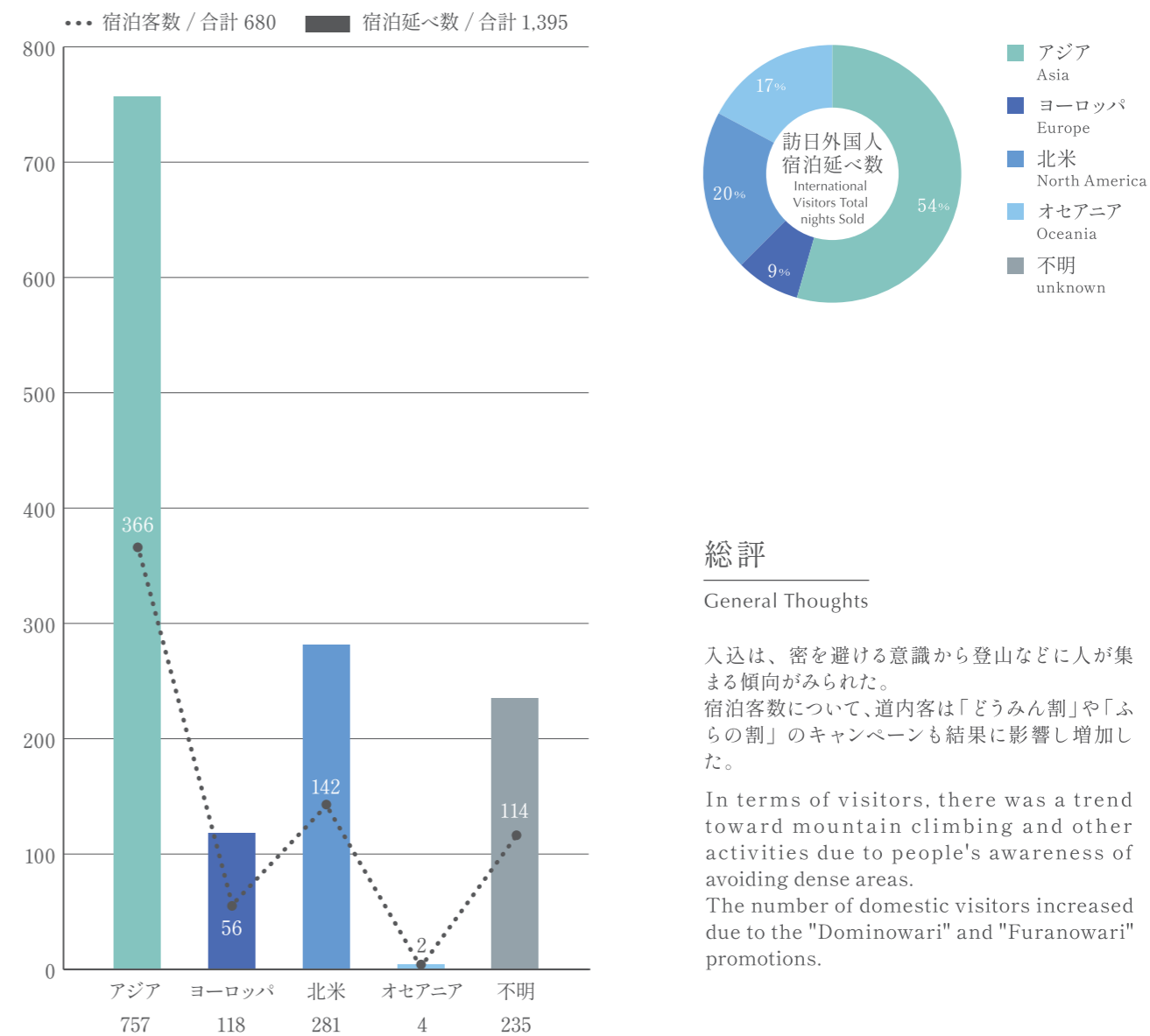
宿泊客数・宿泊延べ数

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



総評

General Thoughts

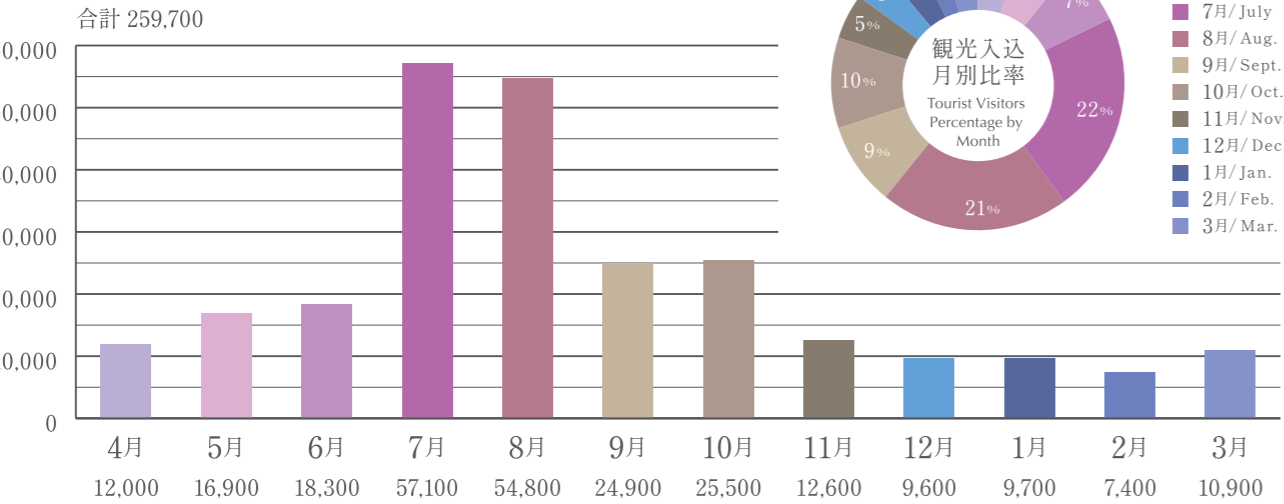
入込は、密を避ける意識から登山などに人が集まる傾向がみられた。宿泊客数について、道内容は「どうみん割」や「ふらの割」のキャンペーンも結果に影響し増加した。

In terms of visitors, there was a trend toward mountain climbing and other activities due to people's awareness of avoiding dense areas.

The number of domestic visitors increased due to the "Dominowari" and "Furanowari" promotions.

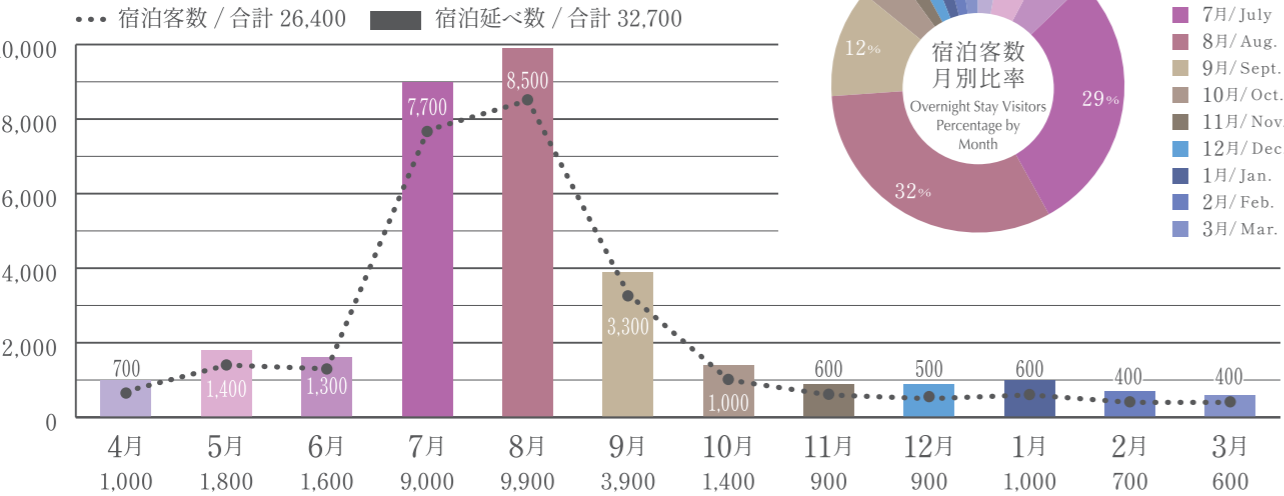
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



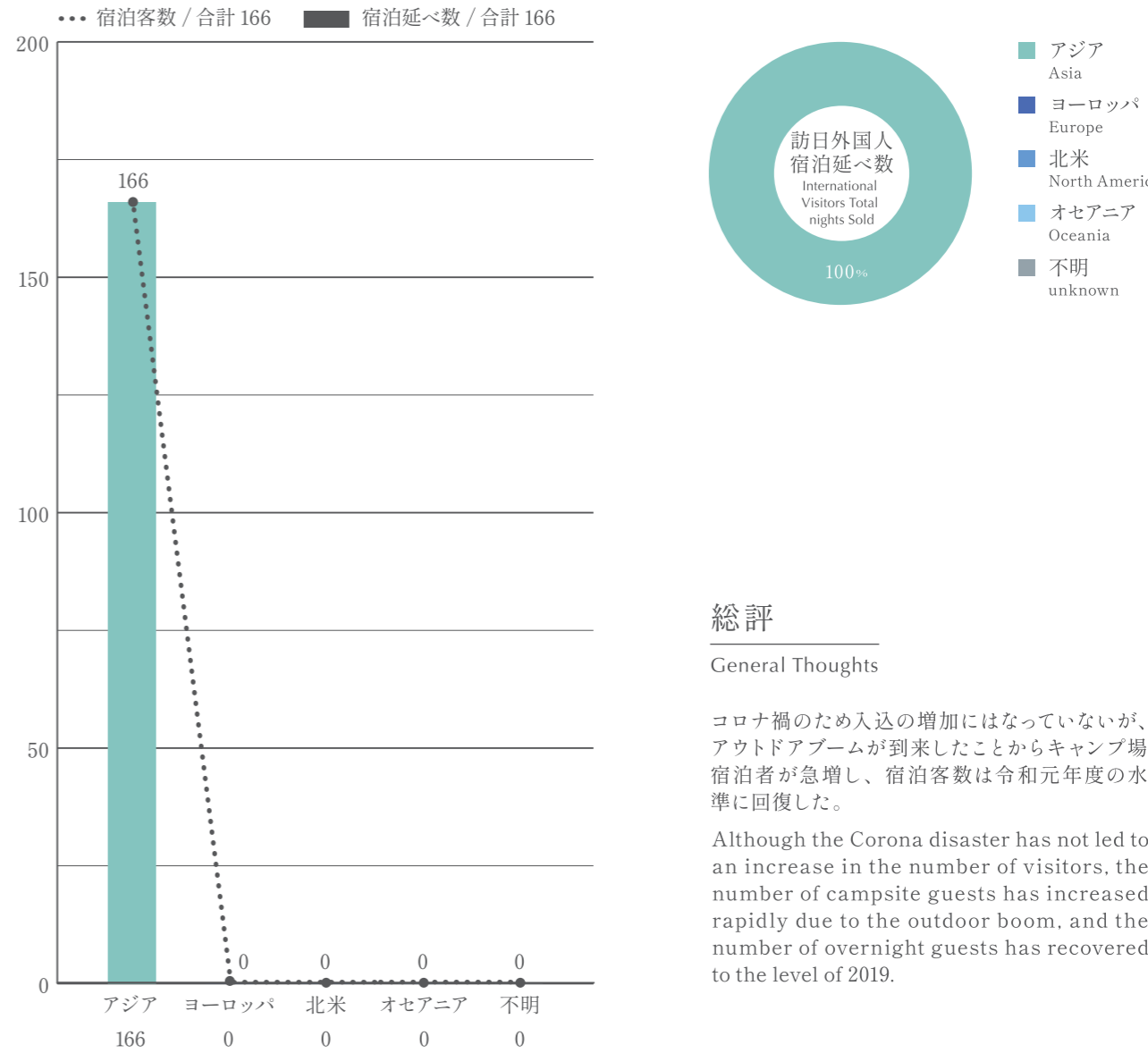
宿泊客数・宿泊延べ数

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



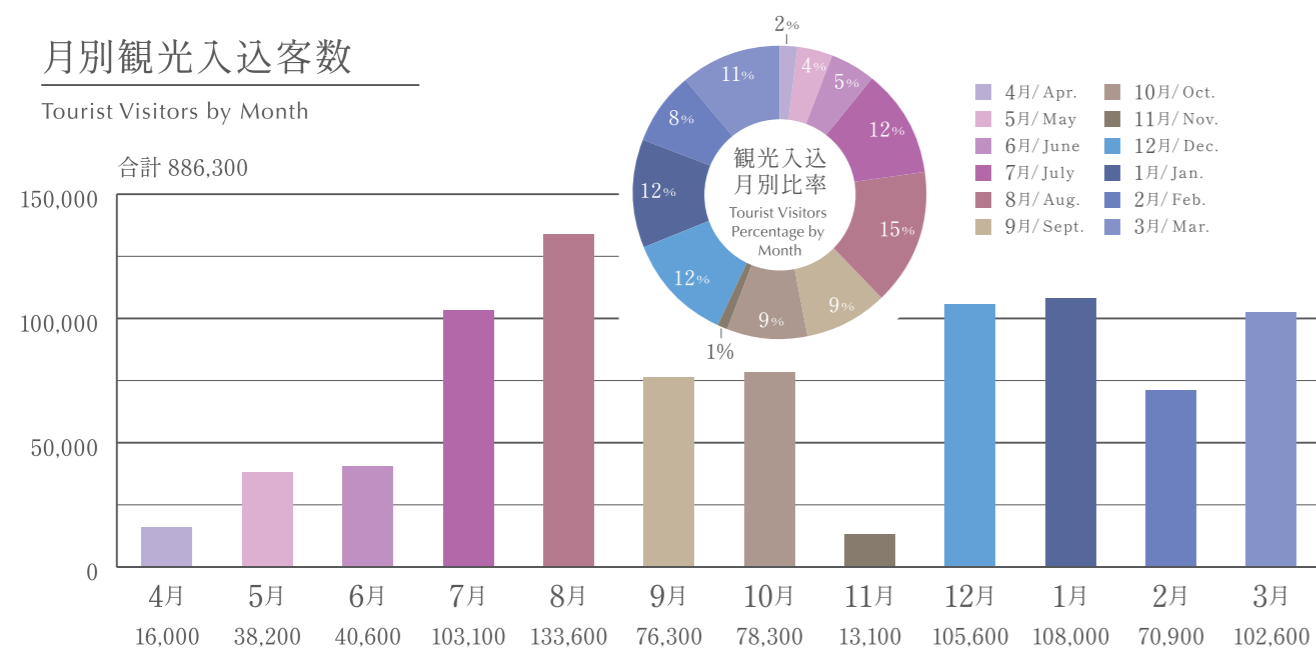
南富良野町

MINAMIFURANO

SHIMUKAPPU

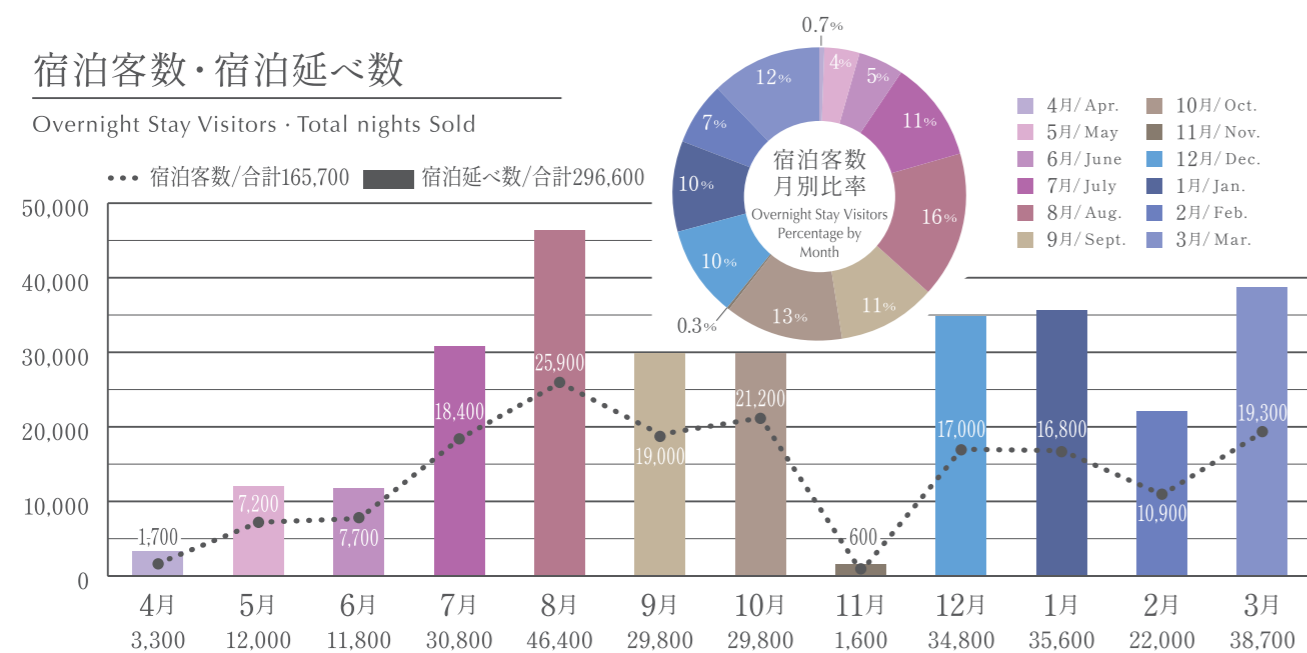
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



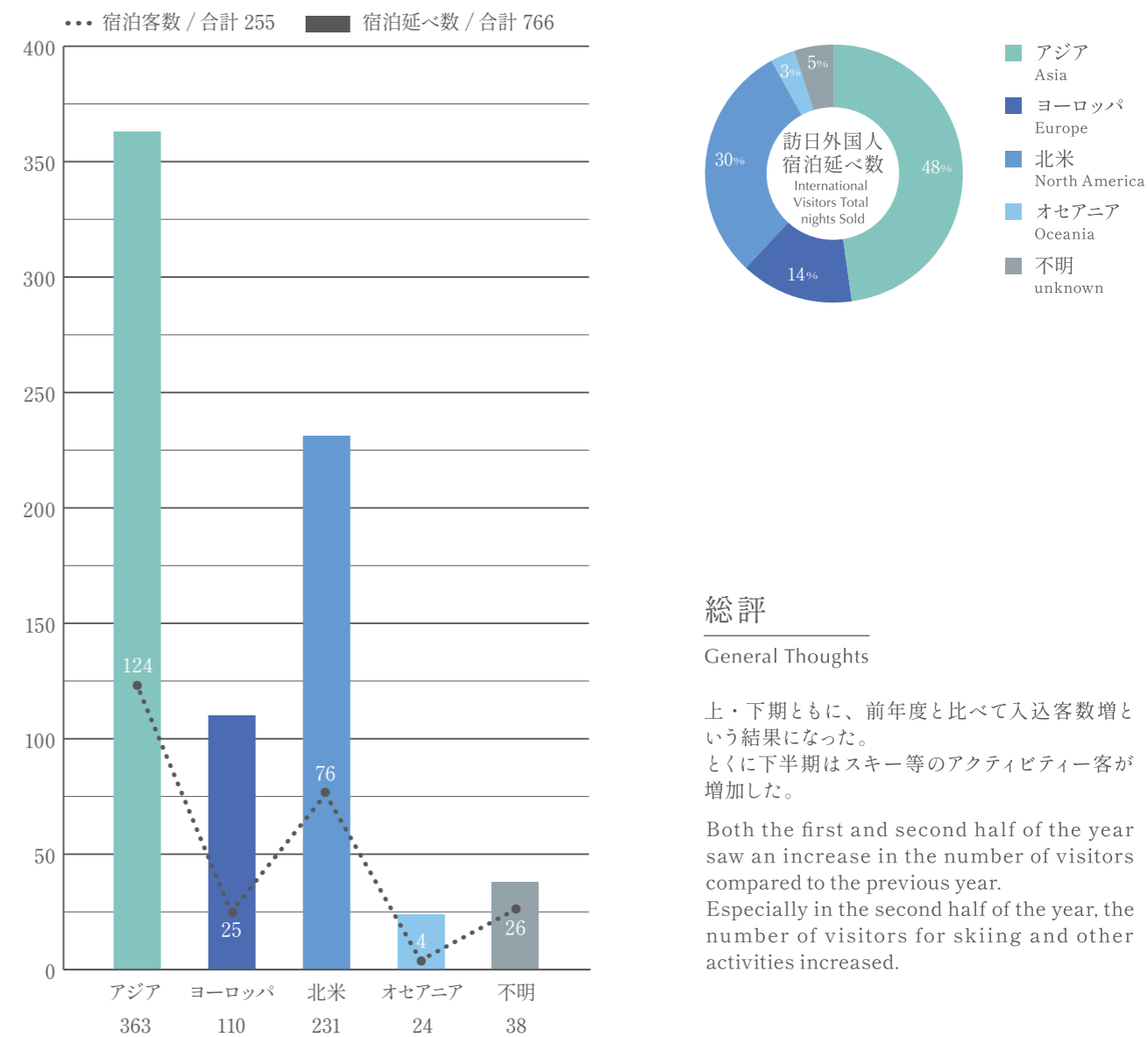
宿泊客数・宿泊延べ数

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



総評

General Thoughts

上・下期ともに、前年度と比べて入込客数増という結果になった。
とくに下半期はスキー等のアクティビティー客が増加した。

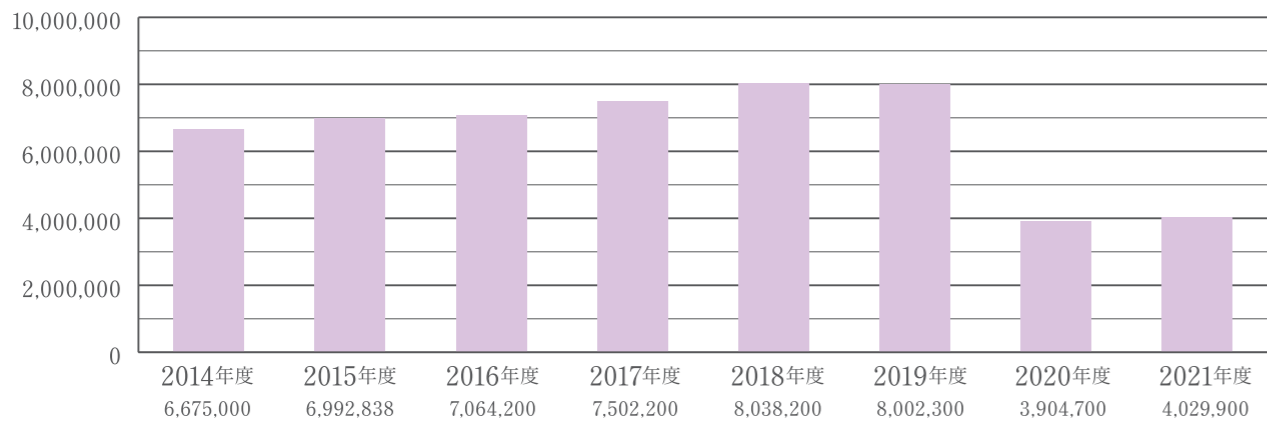
Both the first and second half of the year saw an increase in the number of visitors compared to the previous year.
Especially in the second half of the year, the number of visitors for skiing and other activities increased.

年度別広域観光入込客数

Tourist Visitors By Year

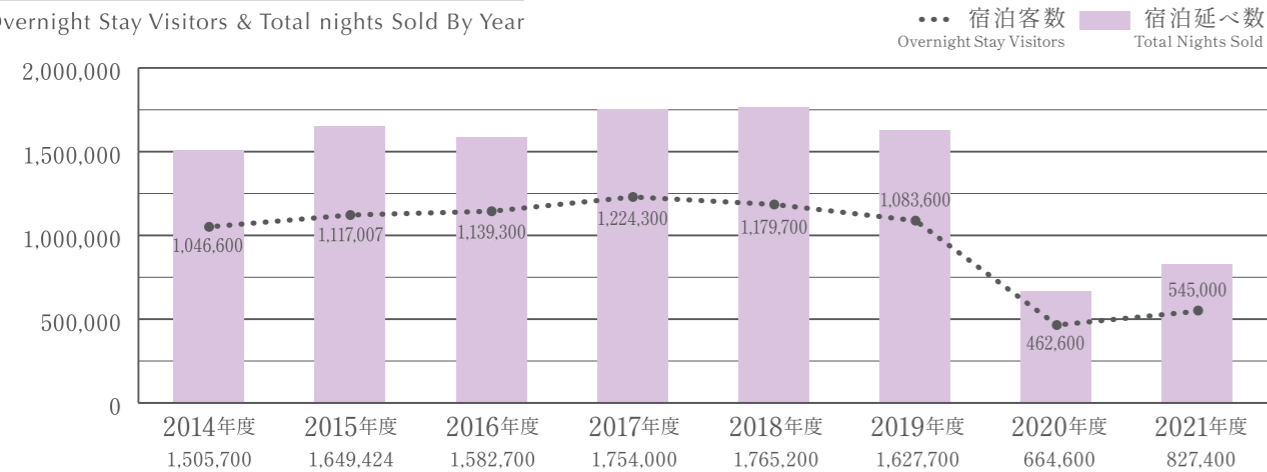
年度別 広域観光入込客数

Tourist Visitors By Year



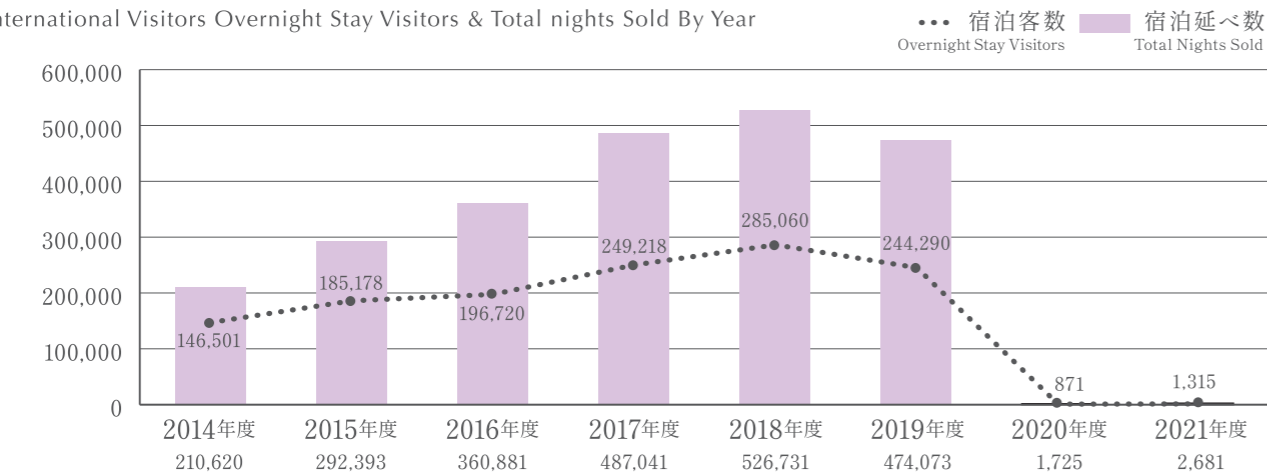
年度別 広域宿泊客数・宿泊延べ数

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

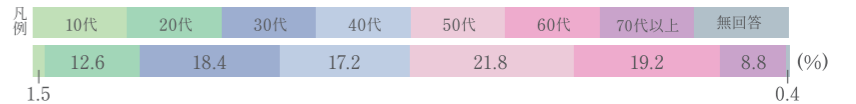
Visitor Satisfaction Level

有効回答数:261件

261 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…96.6	—	不満…1.5	—
大変満足	満足	やや満足	どちらでもない
47.1	41.8	7.7	—
—	—	1.2	—
—	—	0.4	1.9

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…41.0	宿泊…55.9	—
日帰り(半日)	日帰り(1日)	1泊2日
19.5	21.5	32.6
—	—	2泊3日
—	—	16.5
—	—	3泊以上
—	—	6.9
—	—	無回答
—	—	3.1

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
20.7	10.7	16.5	1.9	21.1	0.4	28.0	0.4	0.4

*18歳以上の子ども含む

Q. 本地域へは、今回が何度目のご来訪ですか?

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

—	リピーター…66.7	—
初めて	2回目	3回目
32.2	13.4	9.6
—	—	4回目
—	—	8.4
—	—	5回目
—	—	6.1
—	—	6～9 回目
—	—	10.3
—	—	10回目 以上
—	—	18.8
—	—	無回答
—	—	1.2

Q. 旅行消費額(旅行で使った一人当たりの費用:金額記入者229名平均金額)

Travel Expenses (Per Person. Avg. of 229 respondents)

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
30,029	7,799	16,788	5,057	5,269	2,946	14,005	39,155

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」の場合を含みます。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. 旅行先検討時の「地域におけるコロナ対策レベル」への重視度

Degree of importance placed on "the level of corona protection in the region" when considering travel destinations

重視…70.9	非重視…23.4	—
とても重視した	ある程度重視した	あまり重視しなかった
28.4	42.5	18.4
—	—	5.0
—	—	5.8

Q. 旅行先として本地域を選んだ際の情報源は何ですか?

Q. Where did you obtain information that decided your visit?

以前来訪 した際の 自身の経験	家族や友人 知人の紹介 ・推奨	観光系の サイト・ ブログ	旅行雑誌 ガイド ブック	その他 インター ネット	テレビや映 画での紹介 ロケ地情報	SNS	旅行会社の パンフレット	地元の人や 公共機関の サイト、ブログ	自分の 意志外*	観光系以外 のサイト・ ブログ	特になし	その他	無回答
38.7	16.1	25.3	28.4	10.7	18.8	30.3	13.4	14.9	9.6	6.5	2.7	9.2	0.4

*団体旅行・ビジネス・帰省など

総評

General Thoughts

今年度は50代以上、「夫婦」「カップル」「ひとり」のシェアが増加しているが、リピーターの割合が減少した。総合満足度で高い値となったものの、再来訪意向につながっていないことから、富良野美瑛エリアの強みをさらに活かすためにも「ホスピタリティの向上」「地元の食材を使った料理の提供」により、リピーターの獲得につなげる必要がある。また、この間各地で力を入れてきたSNSによる情報発信の成果として、来訪者の情報源になりえてきているが、10代、20代、30代の年齢層に向けた発信の工夫が求められる。

This year, the share of over 50s, "married couples," "couples," and "alone" increased, but the percentage of repeaters decreased. Although the overall satisfaction score was high, it did not lead to the intention to return. Therefore, in order to further utilize the strengths of the Furano Biei area, it is necessary to attract repeat visitors by "improving hospitality" and "offering dishes using local ingredients". In addition, as a result of the information dissemination through SNS that has been focused on in various areas during this period, it has become a source of information for visitors, but there is a need to devise ways to disseminate information to the age groups of 10s, 20s, and 30s.

2021年度 来訪者満足度調査 富良野・美瑛観光圏 報告書(株式会社ディ・プラス)より

全国観光圏推進協議会事業 人材育成研修

National Tourism Area Promotion Council Project Human Resource Development Training

観光地域づくりマネージャーステップアップ研修

専門家を招いた、観光地域づくりマネージャーのステップアップ研修会へ参加。

〔実施日〕2021年7月12日(56名参加)/9月6日(60名参加)/12月6日(56名参加)

〔講師〕全国観光圏推進協議会アドバイザー：清水 哲夫 氏

〔開催方法〕ZOOM による WEB 会議

〔主な内容〕観光地域づくりマネージャーに課された役割を再認識し、JSTS-D の実施に向けた自地域のあり方、ビッグデータを活用したマネジメント体制について研修

Tourism Community Development Manager Step-up Training

Participated in a step-up training session for tourism community development managers, inviting experts.

[Date] July 12, 2021 (56 participated) / September 6, 2021 (60 participated) / December 6, 2021 (56 participated)

[Lecturer] Mr. Tetsuo Shimizu, Advisor, National Tourism Region Promotion Council

[Method] Web Conference via ZOOM

[Main Contents] Reaffirming the role assigned to tourism regional development managers, training on how their regions should be for the implementation of JSTS-D. and management system utilizing big data.

観光地域づくり人材育成事業

Human Resource Development Project for Tourism Regional Development

富良野美瑛観光アカデミー ～共感力養成所～

6市町村の自治体、観光協会、中小企業に所属する社員を対象に観光地域づくりのための各地域における人材育成を実施。

〔日時〕2021年4月7日(45名参加)

〔主催〕富良野美瑛広域観光推進協議会

〔場所〕富良野文化会館 大会議室

〔講師〕富良野演劇工場工場長：太田 竜介 氏 / 富良野 GROUP 俳優：久保 隆徳 氏

〔目的〕上司や先輩、仕事相手と良好な関係を築くため、「コミュニケーション」はとても重要。働く上で欠かすことのできない「思いを伝える」方法を、観光と演劇のまち富良野を舞台にして学ぶ。

Furano Biei Tourism Academy・Sympathetic Force Development Institute・

Human resource development in each region for tourism region development for employees belonging to local governments, tourism associations, and small and medium-sized enterprises in six municipalities.

[Date] April 7, 2021 (45 participants)

[Sponsor] Furano Biei Wide-area Tourism Promotion Council

[Place] Furano Cultural Hall, Main Conference Room

[Lecturers] Furano Theater Factory Manager: Mr. Ryusuke Ota / Furano GROUP Actor: Mr. Takanori Kubo

[Objective] "Communication" is very important to build good relationships with superiors, seniors, and business partners. This workshop will provide participants with the opportunity to learn how to convey their thoughts and feelings, which is essential in the workplace, using Furano, a city of tourism and theater, as a stage.



制作物

Documents

時刻表

Timetables

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.



夏 / 1 万部
4 月 発刊



冬 / 8 千部
11 月 発刊

るるぶFREE

Rurubu FREE

無料の観光誌「るるぶFREE」に掲載。

Published in the free tourism magazine "Rurubu FREE".



Webキャンペーン

Web Campaign

富良野・美瑛 絶景スタンプラリー

Furano-Biei Stunning Scenic Spots Stamp Rally

特定のテーマ（絶景）に基づいてQRコードを読み込み、スタンプを集める。

期間：7月2日～10月31日

参加者数：498名

応募者数：128名

Visitors collect stamps by reading QR codes based on a specific theme (spectacular scenery).

Period: July 2 - October 31

Number of participants: 498

Number of applicants: 128



ポスター



<https://furanobiei-rally.com>

ハッシュタグキャンペーン

Hashtag Campaign

共通のハッシュタグを用いて風景やグルメを拡散してもらう取り組み。

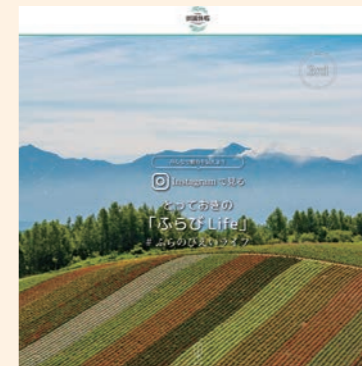
期間：2021年7月2日～2022年2月13日

30投稿以上：51名

An initiative to encourage people to spread the word about scenery and food using a common hashtag.

Period: July 2, 2021 - February 13, 2022

30 posts or more: 51



<http://8jm.info/furabi-insta/>



#ふるのびえいライフ

富良野美瑛アクティブモビリティ推進事業

Furano-Biei Active Mobility Promotion Project

富良野美瑛地域自転車活用推進計画策定

高いサイクリングニーズを背景に、広域周遊観光における健康増進、環境負荷低減、災害対策などに資する自転車を活用した関連施策の一体的な推進にむけ、計画をもとにした市内の観光団体や地域住民への周知拡大、ワークショップ開催等による裾野拡大とサイクリング環境の整備、安全な自転車利用、サイクリングニーズの後押しにつなげる。
〔計画期間〕2022年4月～2027年3月
〔計画区域〕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

Furano Biei Area Bicycle Utilization Promotion Plan formulated
Against a backdrop of high demand for cycling, the city is working toward the integrated promotion of bicycle-related measures that contribute to health improvement, environmental load reduction, disaster countermeasures, and other aspects of wide-area excursion tourism. Promote bicycle use and cycling needs. [Plan period] April 2022 - March 2027 [planning area] Biei Town, Kamifurano Town, Nakafurano Town, Furano City, Minami Furano Town, Shimukappu Village

トマム富良野間二次交通実証運行事業

Tomamu-Furano Secondary Transportation Demonstration Project

〔実施期間〕2021年7月31日～9月20日の土日祝日(18日間)

- 〔目 的〕
1. ワークーションの情報発信
 - ・テレワーク拠点等「WORK」の情報整理
 - ・アウトドア素材を中心とする「VACATION」の情報整理
 - ・上記拠点を結ぶ交通機関の情報整理
 2. ワークーションの利用促進
 - ・トマムと富良野間を結ぶバスの運行による利用促進
 - ・日帰りアウトドア利用等による VACATION の充実化による利用促進
 3. ワークーションの検証
 - ・利用促進に向けた課題整理

[Period] Saturdays, Sundays, and holidays (18 days) from July 31 to September 20, 2021 [Objectives] 1.Work information dissemination・Organize information on "WORK" such as telework bases.・Organize information on "VACATION", which is mainly outdoor activities.・Organize information on transportation connecting the above bases. 2. Promotion of work vacation・Promote use of buses between Tomamu and Furano.・Promote use of vacations by enhancing vacations for day-trip outdoor use, etc. 3. Verification of Workcation・Organize issues to promote use.

アンケート結果 / Questionnaire Results

Q. 性別・年代 / Generation and age

・男女の割合は、「男性」53.9%、「女性」46.1%。・10～50代の利用が90%を占め、特に「40代」が24.5%と1番多く、次いで「50代」21.6%、「20代」19.6%と続く。
The proportion of men and women was 53.9% for men and 46.1% for women. Those in their 10s to 50s accounted for 90% of the respondents, with those in their 40s accounting for the highest percentage at 24.5%, followed by those in their 50s at 21.6%, and those in their 20s at 19.6%.

Q. 職業 / Occupation

・会社員と公務員で61.8%を占め、次に学生が16.7%となっている。
Company employees and civil servants accounted for 61.8% of the total, followed by students at 16.7%.

Q. 乗車地 / Entraining point

・トマム発が66.7%、富良野発が33.3%となり、午後のトマム発の利用が全体の2/3を占めた。
66.7% used the Tomamu departure and 33.3% used the Furano departure, with the afternoon Tomamu departure accounting for 2/3 of the total.

Q. 道の駅南ふらのの満足度 / Satisfaction with Roadside Station Minami Furano

・満足、やや満足で62.1%。普通まで含めると91.4%で、お客様は概ね満足されたと考えられる。
62.1% were satisfied and 62.1% were somewhat satisfied. When normal was included, 91.4% were satisfied, indicating that customers were generally satisfied with the service.

Q. 有償化の妥当額 / Reasonable amount of payoff

・1,000円程度が43.4%と多く、次に1,500円程度の31.3%となる。平均値から道内客の方が安価な旅行代金を望む傾向がある。
The average price of about 1,000 yen was selected by 43.4% of respondents, followed by about 1,500 yen at 31.3%. The average shows that in-district travelers tend to prefer inexpensive travel prices.

Q. 居住地 / Place of residence

・道外から55.9%、中でも関東からが31.4%を占める。
・道内から44.1%、その約半分が上川管内22.5%、札幌市は13.7%。
55.9% were from outside of Hokkaido, with 31.4% from the Kanto region. 44.1% were from within Hokkaido, of which 22.5% were from Kamikawa, and 13.7% were from Sapporo.

Q. 認知方法 / Know-how

・ポスターでの認知が47件と一番多く、次にHPが36件となった。
Posters were the most common method of recognition with 47 respondents, followed by the website with 36 respondents.

Q. バス降車後の行程 / Itinerary after getting off the bus

・トマム駅下車 / 札幌新千歳空港方面2名、帯広釧路方面1名、その他が2名（レンタカー1名 宿泊地へ向かう1名）・富良野駅下車 / ノロッコ号へ乗車43.6%、根室線16.4%、富良野線14.5%でJRの乗車が全体の74.5%を占めた。

Two alighted at Tomamu Station and headed for Sapporo New Chitose Airport, one for Obihiro Kushiro, and two for other destinations (one rented a car, one headed for an accommodation). Of those getting off at Furano Station, 43.6% boarded the Norokko-go train, 16.4% the Nemuro Line, and 14.5% the Furano Line, accounting for 74.5% of all JR train passengers.

Q. モニターバスがなかったら？ / What if there was no monitor bus?

・富良野発 / 「移動しない」50%。「JRで移動」17.6%は全て道外客。「車で移動」23.5%はほぼ道内客。・トマム発 / 「移動しない」約3割。「JRで移動」約4割。総合的にバス運行の効果＝新たな需要の創出と考えられる。

From Furano/50% of respondents "will not travel. All 17.6% of respondents who "travel by JR" are from outside of Hokkaido. The 23.5% who "travel by car" are mostly from within Hokkaido. From Tomamu/30% of the respondents chose "No travel" and 40% chose "Travel by JR. About 40% of the respondents "travel by JR". Overall, the effect of the bus service is thought to be the creation of new demand.

CYCLE MODE RIDE OSAKA2022

自転車メーカーによる最新モデル自転車の試乗やグッズ展示のほか、全国からサイクリングロードのPR出展がある国内最大級のサイクルイベントに参加し、美瑛から占冠までの「富良野・美瑛ルート」のパンフレット・チラシの配布、PR動画の放映により、地域の魅力を発信。
〔日時〕2022年3月5日～3月6日
〔会場〕大阪府吹田市 万博記念公園



北海道バス (1)



北海道バス (2)



会場の様子



試乗 (1)



試乗 (2)

CYCLE MODE RIDE OSAKA2022

In addition to test-riding the latest model bicycles and exhibiting goods by bicycle manufacturers, we will participate in one of the largest cycling events in Japan with PR exhibits of cycling paths from all over Japan, distribute pamphlets and flyers of the "Furano-Biei Route" from Biei to Shimukappu, and broadcast PR videos to promote the charm of the region.
[Date] March 5 - March 6, 2022
[Venue] Expo Park, Suita City, Osaka, Japan

親子ワーケーション実証事業

多くの観光地やリゾート地が業務環境やコンシェルジュ機能といった受け入れ態勢を整備するなか、当エリアでは親子ワーケーションの実証をととして磨き上げを行い、長期滞在の行き先として選択されるよう、ワーケーション誘客につなげる。観光地やリゾート地が受け入れ態勢やコンシェルジュ機能を整備する中、当エリアでは親子ワーケーションの実証をととして観光素材・体験メニュー・二次交通の改善といったモデルコースの磨き上げを行い、ワーケーションの長期滞在先として選択されるよう整備、誘客につなげる。

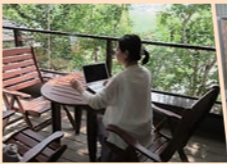
〔実施期間〕2021年8月12日～8月16日の4泊5日

〔招請者〕今村 茜氏（株式会社毎日みらい創造ラボ）

新岡 唯氏（イロドリトイロ株式会社代表取締役社長）を含む2家族8名

〔取材地域〕後藤純男美術館 / ファームズ千代田 / 白金青い池 / どんころ野外学校 / 道の駅南ふらの / ファーム富田 / 麓郷の森 / ふらのチーズ工房 / 富良野自然塾

〔メディア露出〕毎日新聞記事（8月19日、9月23日） / 招請者のnoteページ



後藤純男美術館でテレワーク。終了後美術館見学。



お母さんは、午後は地域の方々と意見交換。子どもとお父さんは観光に。



土曜日はトマム富良野バスに乗りし、南富良野でラフティング。



列車内テレワーク(富良野～札幌)



富良野市内の託児所

総評

General Thoughts

招請者から、「ワーケーションでは、通常の家族旅行のような『めいっぱい楽しむ観光』というより、現地の魅力を30%しか体験できない状況だからこそ再来訪意欲が高まる。また、地域住民が『その土地をどう感じているか』『どう守ろうとしているか』『どう他所の人に伝えていきたいと思っているか』を直接語り合う時間が新たな地域との縁を生み出す手段ともなり魅力のひとつとなった。子どもを連れてワーケーションに取り組む『親子ワーケーション』では『託児所』や『子どもにどんな体験をさせるか』が課題となるが、富良野美瑛エリアはその両方がクリアできる稀有なエリアであり、大きなセールスポイント」と評価され、当エリアのポテンシャルを確認することができ、新たな挑戦への足がかりとなった。

Parent-child workcation demonstration project

While many tourist destinations and resorts are improving their business environments and concierge functions, this area will refine them through a demonstration of parent-child work vacation to attract work vacationers so that they will choose this area as a destination for long-term stays. While tourist attractions and resorts are improving their reception systems and concierge functions, this area will refine its model courses by improving tourism materials, experience menus, and secondary transportation through the demonstration of parent-child workcations, and will develop them so that they will be chosen as a destination for long-term work vacationers, leading to attracting more visitors.

[Period] August 12, 2021 - August 16, 2021 (4 nights and 5 days)

[Invitees] 8 members from 2 families including Akane Imamura (Mainichi Mirai Creation Lab Inc.) and Yui Nioka (President of Irodori Toiro Co., Ltd.)

[Areas covered] Sumio Goto Museum of Art / Farms Chiyoda / Shirogane Blue Pond / Donkoro Outdoor School / Roadside Station Minami Furano / Farms Chiyoda / Shirogane Blue Pond / Roadside Station Minami Furano / Farm Tomita / Furogo Forest / Furano Cheese Factory / Furano Nature School

[Media exposure] Mainichi Newspaper article (August 19, September 23)/invitee's notebook page

親子ワーケーション
招請者のnoteページ

parent-child workcation
inviter's NOTE page



ナノインフルエンサー招請事業

Nano-Influencer Invitation Project

競合となる他の観光地に先駆けたプロモーションに向け、グリーンシーズンに富良野・美瑛の最新観光コンテンツ情報を発信。戦略的に潜在的旅行者層へ訴求することを目的とし、「ゴルフ」「キャンプ・釣り」「グルメ」「ランニング」「フォト撮影」をテーマに趣味・嗜好別の発信に特化しているYouTuberを招請した。ピンポイントに突った発信を行うことで、それぞれのジャンルのファン層へ深く刺さる発信に取り組んだ。これまで漠然と行われていた一般的な世代別、家族層セグメントへの観光イメージ情報発信とは一線を画す一歩進んだ発信となった。

〔実施時期〕2021年6月～8月

テーマごとに5回に分けて招請と情報発信を実施

〔ターゲット〕上記5テーマのファン層

（男女問わず20代以上のアクティブな幅広い層）

The project is designed to promote Furano and Biei ahead of other competing tourist destinations by providing information on the latest tourist content during the green season. YouTubers who specialize in transmitting information on different hobbies and tastes were invited to strategically appeal to potential travelers. By pinpointing and sharply communicating, we worked to create messages that would deeply penetrate the fan base of each genre. This was a step forward from the general information transmission by generation and family segment that had been conducted in a vague manner in the past.

[Implementation period] June-August 2021/Invitation and information dissemination divided into 5 sessions for each theme

[Target] Fans of the above 5 themes (a wide range of active people in their 20s or older, regardless of gender)

グルメ / Gourmet



招請者
ますぶちさちよ
(招請者数：2名)



Instagram
投稿数合計：2回



YouTube
投稿数：2回
公開日：8/12、8/19



食の宝庫である富良野・美瑛エリアで、大食い・フードファイターとして活躍するインフルエンサーに食レポを行ってもらい、食の魅力を発信。

〔期 間〕2021年7月7日～7月9日（2泊3日）

〔内 容〕B級グルメ「富良野オムカレー」の7店舗食べ歩きと上富良野町発祥の「豚サガリ」を使った焼肉の大食いを撮影。

〔取材先〕・美瑛町 / 白金青い池、白髭の滝

・上富良野町 / 焼肉 秀

・中富良野町 / ファーム富田

・富良野市 / ふらわ、パニエ、山香食堂、正直村、てっぱんやきまさ屋、唯我独尊、NATURAL DINING

[Invitation] Sachio Masubuchi (Number of applicants: 2)/ Influencers who are active as gluttonous food fighters and food reporters in the Furano Biei area, which is a treasure trove of food, are invited to report on the appeal of the food. [Period] July 7 - 9, 2021 (2 nights, 3 days) [Content] They filmed a seven-store eating tour of "Furano Omu Curry," a B-class gourmet dish, and a big meal of yakiniku (grilled meat) using "pork sagari," which originated in Kamifurano Town. [place of interview] ・ Biei Town / Shirogane Blue Pond, Shirobeard Falls ・ Kamifurano Town / Yakiniku Hide ・ Nakafurano Town / Farm Tomita ・ Furano City / Furawa, Pannier, Yamaka Shokudo, Honest Village, Teppan-yaki Masaya, Yudokoro, NATURAL DINING

ゴルフ / Golf



招請者
白金台女子
ゴルフ部
(招請者数：4名)



Instagram
投稿数合計：10回



YouTube
投稿数：8回
公開日：7/19、7/28、7/30、
8/3、8/11、8/13、8/18、8/23



若年層・女子ゴルファーの市場拡大を目標とし、2020年度に招請した続編としてゴルフ情報を発信。

〔期 間〕2021年6月10日～6月12日（2泊3日）

〔内 容〕撮影企画である招請者4名による真剣勝負ラウンド撮影をはじめとし、視聴者参加型のコンペを通じたゴルフ情報の発信。観光情報として四季彩の丘アルパカ牧場の情報を発信。

〔取材先〕・美瑛町 / 四季彩の丘

・富良野市 / 富良野ゴルフコース、新富良野プリンスホテル

[Invitation] Four members of Shirokanedai Women's Golf Club (Number of applicants: 4) / Aiming to expand the market for young female golfers, the club will disseminate golf information as a continuation of the invitation in FY2020.

[Period] June 10 - 12, 2021 (2 nights, 3 days)

[Content] Transmission of golf information through viewer-participation competitions, including a serious round of shooting by four invitees, which is a filming project. Disseminating information on the alpaca farm at Shikisai-no-oka as tourism information.

[place of interview] ・ Biei Town / Shikisaino-Oka ・ Furano City / Furano Golf Course, New Furano Prince Hotel

キャンプ・釣り / Camping & Fishing



招請者
沙耶香
(招請者数：3名)



Instagram
投稿数合計：4回



YouTube
投稿数：2回
公開日：7/2、7/9



密とは疎遠のキャンプ市場の拡大とキャンピングカーやソロキャンプが注目を浴びているなかで、キャンプの魅力とあわせて渓流での釣り情報を発信。

〔期 間〕2021年6月24日～6月26日（2泊3日）

〔内 容〕かなやま湖や布礼別川における釣りやキャンプ場で作るキャンプ飯の調理、安政火口までのトレッキングと火山の蒸気で温泉卵作りのシーンを撮影。

〔取材先〕・美瑛町 / 道の駅びえい白金ビルケ

・上富良野町 / 十勝岳安政火口、白銀荘前

・富良野市 / 布礼別川

・南富良野町 / かなやま湖、かなやま湖キャンプ場

[Invitation] Sayaka (Number of applicants: 3) / With the expansion of the camping market, which is estranged from the dense, and with campervans and solo camping attracting more and more attention, information on fishing in mountain streams along with the appeal of camping is being disseminated.

[Period] June 24 - 26, 2021 (2 nights, 3 days)

[Content] They filmed fishing at Lake Kanayama and the Nurebetsu River, cooking camp meals at the campsite, trekking to the Ansei Crater, and making hot spring eggs with steam from the volcano.

[place of interview] ・ Biei Town / Roadside Station Biei Shirogane Birke ・ Kamifurano Town / Mt. Tokachi Ansei Crater, in front of Shiraginsou ・ Furano City / Fureibetsu River ・ Minami Furano Town / Kanayama Lake, Lake Kanayama Campground

ランニング / Running



招請者
佐野千晃
(招請者数：1名)



Instagram
投稿数合計：4回



YouTube
投稿数：3回
公開日：8/3、8/6、8/10



日本のランナー人口は少なく見積もっても370万人いるといわれ、夏でも本州に比較すると冷涼で快適な北海道でのトレーニングは大きな魅力として訴求。

〔期 間〕2021年7月15日～7月17日（2泊3日）

〔内 容〕風光明媚なスポットでランニング風景の撮影とあわせ、空知川ラフティングやゴルフコースの取材を実施。

〔取材先〕・美瑛町 / 十勝岳岳岳台、白樺街道、白金青い池

・上富良野町 / ジェットコースター の路

・中富良野町 / ファーム富田、とみたメロンハウス

・富良野市 / AJITO、清水山ぶどう畑、福寿司、空知川ラベンダーの森ゴルフ場

・南富良野町 / 空知川ラフティング

[Invitation] Chiaki Sano (Number of applicants: 1)/ The population of runners in Japan is estimated to be at least 3.7 million, and training in Hokkaido, which is cooler and more comfortable than Honshu even in summer, appeals to runners as a major attraction. [Period] July 15 - 17, 2021 (2 nights, 3 days)

[Content] In addition to photographing running scenery at scenic spots, the team covered Sorachi River rafting and golf courses.

[place of interview] ・ Biei Town / Tokachidake Bogakudai, Shirakaba Kaido, Shirogane Aoi Ike ・ Kamifurano Town / Roller Coaster Road ・ Nakafurano Town / Farm Tomita, Tomita Melon House ・ Furano City / AJITO, Shimizuyama Vineyard, Fuku Sushi, Sorachigawa Lavender Forest Golf Course ・ Minami Furano Town / Sorachigawa Rafting

フォト撮影 / Photography



招請者
川辺優紀子
(招請者数：2名)



Instagram
投稿数合計：15回



YouTube
投稿数：4回
公開日：9/8、9/14、
10/23、11/6



高品質なデジタルカメラの大衆化やSNSにおける発信機会の増加から、一億総カメラマン時代ともいべき時代になり、映える山岳や丘陵の魅力を発信。

〔期 間〕2021年8月21日～8月23日（2泊3日）

〔内 容〕丘陵が続く美瑛町で撮影スポットめぐりをしながらママさん写真愛好家と交流。南富良野町でレンタルしたロードバイクでのサイクリング撮影や占冠村で渓谷の撮影を実施。

〔取材先〕・美瑛町 / 白金青い池、四季彩の丘、拓真館、クリスマスツリーの木、三愛の丘展望公園

・富良野市 / ふらのワイン工場、富良野チーズ工房

・南富良野町 / 幾寅駅、北落合（サイクリング）

・占冠村 / 赤岩青巖峽

[Invitation] Yukiko Kawabe (Number of applicants: 2)/ With the popularization of high-quality digital cameras and the increase in opportunities to transmit information on social networking services, we are living in an age when all 100 million people are photographers, and the appeal of the mountains and hills is now reflected in the images they produce. [Period] August 21 - 23, 2021 (2 nights, 3 days) [Content] The tour will visit photographic spots in Biei-cho with its continuous hills and interact with mama-san photography enthusiasts, rent a road bike in Minami Furano Town, and take pictures of a ravine in Shimukappu Village. [place of interview] ・ Biei Town / Shirogane Blue Pond, Shikisai-no-oka, Takushinkan, Christmas Tree Tree, San-ai-no-oka Observation Park ・ Furano City / Furano Wine Factory, Furano Cheese Factory ・ Minamifurano Town / Ikitora Station, Kita-Ochiai (Cycling) ・ Shimukappu Village / Chikan Chingan Gorge

全国観光圏推進協議会事業

National Tourism Area Promotion Council Project

全国観光圏推進協議会（会議）

全国13の観光圏全体会議へ参加。全国共通事業の効果的な実施等に向けた協議や、専門家によるアドバイスを受け観光圏全体のブランドを高めるための計画等を行った。今年度は広域周遊モデルコースを造成することも議題にし、事業化を図った。

〔実施日〕2021年5月10日/7月13日/9月7日/12月7日
2022年3月8日

〔開催方法〕ZOOMによるWEB会議

〔主な議題〕全国観光圏共通事業における各事業および全体の計画策定、他

National Tourism Area Promotion Council (Conference)

Participated in a meeting of 13 tourism regions in Japan. Discussions were held on the effective implementation of projects common to the entire country, and plans were made to enhance the brand of the entire tourism area with advice from experts. This year, the creation of a model course for wide-area excursions was also on the agenda for commercialization. [Date] May 10/July 13/ September 7/December 7, 2021 and March 8, 2022 [Method] Web conference via ZOOM [Main Agenda] Planning of each project and the overall plan for the National Tourism Area Common Project Planning of each project and the overall plan for the National Tourism Area Common Project, etc.

周遊滞在モデルルート造成・商談会参加

長期滞在するインバウンドに向け、ゴールデンルート（東名阪）に代わる新たな日本の顔として、地方部への誘客のために広域周遊ルートモデルコース「Undiscovered Japan ～まだ知らない日本～」を造成。そのモデルコースのスライド資料を3月1日～3日にオンライン開催された VJTM 商談会にて活用。また、Undiscovered Japan の Facebook で1年に渡り計画的に情報発信を実施した。富良野・美瑛観光圏のモデルコースは、当エリアが有する精神性・伝統的な生活・歴史や文化・冒険心くすぐる体験などを活用した観光コンテンツをアピールした。

Creation of a model route for a round-trip stay and participation in business meetings
Aiming at inbound visitors who stay in Japan for a long period of time, a wide-area tour route model course "Undiscovered Japan - Japan you don't know yet" was created to attract visitors to regional areas as a new face of Japan to replace the Golden Route (Tokyo, Nagoya, and Osaka). Slide presentations of the model course were used at the VJTM business meeting held online from March 1 to 3. In addition, information was systematically disseminated on Undiscovered Japan's Facebook page over the course of the year. The model course for the Furano-Biei tourism area was designed to promote tourism content utilizing the area's spirituality, traditional lifestyle, history and culture, and adventurous experiences.

観光圏広域周遊モデルコース Model course for wide-area sightseeing tour



観光圏別モデルコース Model courses by tourist area



総評

General Thoughts

本事業では、13観光圏ごとのモデルコースのみならず、複数の観光圏を周遊するコースも設定され、全国観光圏推進協議会でアライアンスを組んでいる利点を活かしながら、数か月滞在することもあるインバウンドに対して観光圏をまたぐ周遊の提案となり、ワンストップ窓口をあなぶきトラベルが担うことを確認でき、今後につながる取り組みとして13観光圏の連携につなげることができた。

In this project, not only model courses for each of the 13 tourism regions, but also courses that tour multiple tourism regions were set up, and while taking advantage of the alliance formed by the National Tourism Region Promotion Council, it was confirmed that Anabuki Travel would be responsible for proposing tours that span tourism regions for inbound tourists who stay for several months, and as a one-stop contact point. It was confirmed that ANABUKI TRAVEL will be responsible for proposing sightseeing tours across tourism areas for inbound travelers who stay for several months, taking advantage of the alliances formed by the National Tourism Area Promotion Council.

Webプロモーション

Web Promotion

「JRで行く富良野・美瑛2021」WEB広告実績

富良野、美瑛への観光誘致を目的として北海道やこのエリアに興味関心を持っているユーザーへJRでの旅をからめ、インターネット広告を配信し、WEBサイトへ誘導、観光需要を喚起する。

〔期間〕北海道外：2021/4/17～7/31
札幌近郊：2021/6/23～8/7

〔媒体〕Google、Yahoo!、Facebook

"Furano / Biei 2021 by JR" WEB advertising results

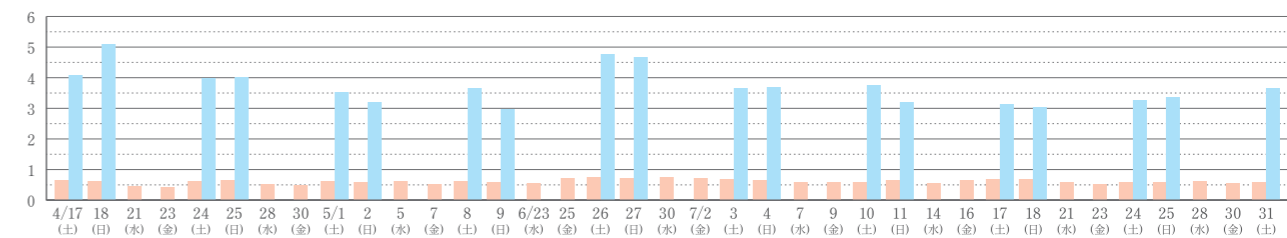
In order to attract tourists to Furano and Biei, Internet advertisements will be distributed to users who are interested in Hokkaido and this area, and will lead them to the website to stimulate tourism demand. [Period] Outside Hokkaido: 4/17/2021 - 7/31/2021 Sapporo suburbs: 6/23/2021 - 8/7/2021 [Media] Google, Yahoo!, Facebook



〔北海道外〕…東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府

4/17 ↓ 5/9 ↓ 6/23 ↓ 7/31	興味関心連動型広告			SNS			合計		
	Yahoo!ディスプレイ広告 (水・金・土・日曜)			Facebook (土・日曜)					
	表示回数	クリック数	クリック率	表示回数	クリック数	クリック率	表示回数	クリック数	クリック率
	2,947,581	17,836	0.61%	366,208	13,288	3.63%	3,313,789	31,124	0.94%

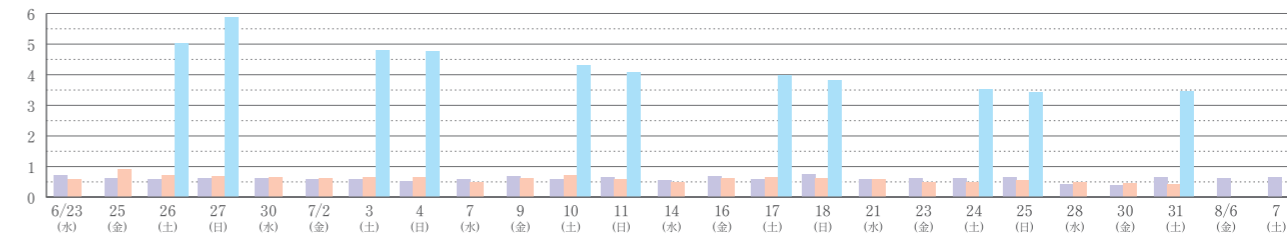
クリック率 / click rate



〔札幌近郊〕…札幌市、小樽市、岩見沢市、江別市、恵庭市、北広島市、千歳市

6/23 ↓ 8/7	興味関心連動型広告						SNS			合計		
	Googleディスプレイ広告 (水・金・土・日曜)			Yahoo!ディスプレイ広告 (水・金・土・日曜)			Facebook (土・日曜)					
	表示回数	クリック数	クリック率	表示回数	クリック数	クリック率	表示回数	クリック数	クリック率	表示回数	クリック数	クリック率
	1,103,817	6,666	0.60%	591,162	3,430	0.58%	52,157	2,211	4.24%	1,747,136	12,307	0.70%

クリック率 / click rate



総評

General Thoughts

すべての媒体で想定を上回るクリック数・クリック率を達成。長期にわたる配信では、曜日を絞った配信で高いクリック率が維持できている。道内では6月～7月中旬くらいまでのクリック率が高い傾向がある。

Clicks and click-through rates exceeded expectations in all media. In terms of long-term distribution, high click-through rates were maintained with distribution focused on specific days of the week. In Hokkaido, click rates tend to be high from June to mid-July.

海外誘客

Attracting International Visitors

Welcome back to Hokkaido

依然として訪日意欲が高く、コロナ禍明けに早期の回復を見込むことができる台湾をターゲットとし、リピーター層に加え北海道に興味を持つ初心者でも楽しめるコースの設定とあわせて、コロナ対策の状況にも触れながら発信することにより当エリアへの来訪意欲の喚起を図った。

〔テーマ〕雄大な自然の中で多彩なアクティビティを楽しむ富良野・美瑛旅

〔ターゲット〕北海道来訪のリピーター層の台湾人

〔期間〕2021年9月29日～10月1日(2泊3日)

〔招待〕日本在住台湾のブロガー2名、台湾の訪日メディア1社3名

〔取材地域〕・美瑛町/十勝岳連岳台、白金青い池、フェルム・ラ・テール

・上富良野町/ノースグランパー富良野、後藤純男美術館

・中富良野町/ファーム富田(香体験)

・富良野市/MPG そらち(パラグライダー体験)、新富良野プリンスホテル、麓郷の森展望台、ふらのジャム園(いちご狩り体験)、ふらのチーズ工房(チーズ作り体験)

・南富良野町/かなやま湖(サンセットカヌー体験)、空知川(ラフティング)

・占冠村/星野リゾート リゾナーレトマム

〔実績〕※()内は成果目標

Welcome back to Hokkaido

Targeting Taiwan, which still has a high level of interest in visiting Japan and is expected to recover quickly after the Corona disaster, we aimed to arouse interest in visiting the area by offering courses that can be enjoyed not only by repeat visitors but also by beginners interested in Hokkaido, while also providing information on the status of the Corona countermeasures.

[Theme] Furano and Biei trip to enjoy a variety of activities in the magnificent nature [Target] Taiwanese who are repeat visitors to Hokkaido

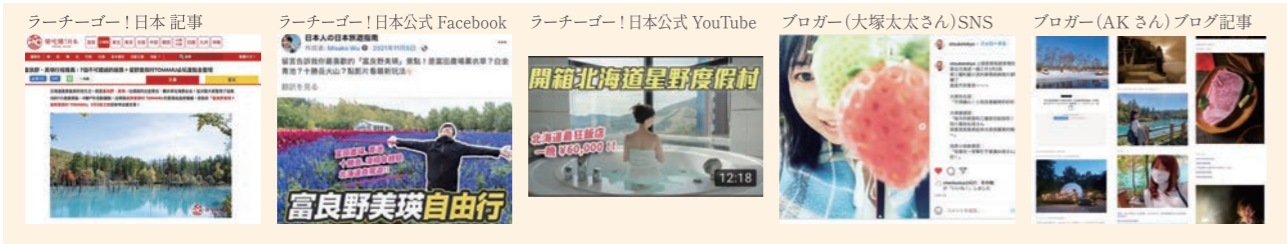
[Period] September 29 - October 1, 2021 (2 nights, 3 days)

[Invitation] 2 Taiwanese bloggers residing in Japan, 3 Taiwanese visiting media from 1 company

[Coverage area]・Biei Town / Tokachidake Bogakudai, Shirogane Aoi Ike, Ferme la Terre・Kamifurano / North Glamper Furano, Sumio Goto Museum of Art・Nakafurano Town/Farm Tomita (aroma experience)・Furano City / MPG Sorachi (paragliding experience), New Furano Prince Hotel, FRokugo Forest Observatory, Furano Jam Garden (strawberry picking experience), Furano Cheese Factory (cheese making experience)・Minami Furano Town / Lake Kanayama (sunset canoeing), Sorachi River (rafting)・Shimukappu Village / Hoshino Resort Resonare Tomamu

〔Actual results〕※Targets in parentheses ()

掲載媒体数 Number of media covered	掲載・放送回数 Number of times published and broadcast	記事掲載ページ数 Number of pages in article	放送時間 Number of pages in article	媒体接触者数 Number of media contacts
9媒体(7媒体) 9 media (7 media)	23回(10回) 23 times (10 times)	4ページ(3ページ) 4 pages (3 pages)	26分(10分) 26 minutes (10 min.)	2,333,354(150,000)



総評

General Thoughts

これまで取り組んできた「見る観光」の発信から一歩進め、台湾では味わうことができない「体験する観光」を発信。今回取材したパラグライダーやグランピング、カヌー、ラフティング体験は、招請したインフルエンサーにもまだ知られていないアクティビティだったこともあり、当エリアの新たなコンテンツをプロモーションすることができた。

Taking a step forward from the "sightseeing" that has been pursued in the past, the project communicated "experience-based tourism" that cannot be experienced in Taiwan. The paragliding, glamping, canoeing, and rafting activities that we covered this time were not yet known to the invited influencers, and we were able to promote new content in the area.

地域の観光資源を活用したプロモーション事業「Welcome back Hokkaido」より

香港ブックフェア 2021 中継配信

JNTO香港が出展する当旅行博で現地とライブで中継し、地方の魅力を満喫したい訪日リピーターに向けて、訪日旅行再開後の訪問先として記憶に残るよう生の情報を届けた。対面による海外プロモーションが直接できない中では、当エリアの印象付けと知名度アップにつながり、オンラインによるライブ中継も効果的なプロモーションだと捉えている。

〔日時〕2021年7月18日18:30～19:00

〔場所〕日の出公園



Hong Kong Book Fair 2021 Live Streaming

The live webcast was broadcast live at the Travel Showcase, where JNTO Hong Kong was exhibiting, to deliver live information to repeat visitors to Japan who want to fully enjoy the attractions of the region and to make it a memorable destination after resuming their trip to Japan. In the absence of direct in-person overseas promotion, the live online broadcast was seen as an effective way to impress visitors and raise awareness of the area.

[Date & Time] July 18, 2021, 18:30-19:00

[Location] Hinode Park

大雪山・十勝岳連峰の魅力向上事業

大雪山・十勝岳連峰地域のアドベンチャーツーリズムを構成する各コンテンツ(アクティビティ、自然、異文化体験)については、外国人専門家招聘により高き評価を得ているが、一方で受け入れ態勢や世界レベルのガイド育成の必要性が指摘されていることから、これらの課題を解決するために、ワークショップの開催及び旅行会社・専門家招請により、ガイドツアー商品造成のためのコンテンツ整備、登山時に必要な情報を効果的に外国人に伝えるための動画制作、アウトドアガイド向け研修を行う。

〔対象地域〕上川中部および富良野・美瑛地域、「表大雪エリア」と「十勝岳連峰エリア」

〔内容〕①コンテンツ造成事業

・ワークショップ開催…モデルルートの設定(5ルート)

(1)大雪山国立公園主峰2座ピークハント

(2)表大雪ワンデイ縦走と高原温泉トレッキング

(3)十勝岳連峰縦走

(4)表大雪主稜線縦走

(5)大雪山・十勝岳連峰大縦走「グラントトラバース」

・専門家招聘…ルートの確認と磨き上げを実施

(1)2021年9月1日～9月7日(参加者4名)

旭岳、トムラウシ山、十勝岳

(2)2021年9月26日～10月2日(参加者5名)

黒岳、姿見の池、安政火口、望岳台

・旅行商品商談…商談先/奥ジャパン株式会社、OXALIS HOLIDAYS LIMITED(ロンドン)

②受入環境整備事業

・動画作成…ガイド無しで登山する外国人客に必要な情報を提供するために、登山の留意事項等を整理した動画を作成し、YouTubeに掲載。また登山口付近等にある関係施設にQRコードを設置する等の視聴環境を整えた。

[公開日]2021年10月29日

[配信拠点]旭岳ビジターセンター、層雲峡ビジターセンター

・アウトドアガイド向け研修(オンラインセミナー開催)

(1)2021年10月7日(参加者数:34名)

テーマ/アウトドアガイド等が、英語により大雪山国立公園の自然と文化・産業との繋がりを話せるようになるためのオンラインセミナー

(2)2021年11月25日(参加者数:33名)

テーマ/“Enjoying the Daisetsuzan in Four Seasons”

～大雪山の四季を楽しむ～

(3)2022年1月25日(参加者数:33名)

テーマ/シンプルなのに失礼なく伝わる、アウトドアガイドのためのセミナー

〔事業成果〕・滞在コンテンツの造成

アウトブット…滞在コース5本作成

アウトカム…招聘旅行会社1社と商談実施、販売確約件数0、商談継続中

・受入環境整備事業

アウトブット…動画制作数1本、情報拠点2カ所

ガイド向け研修開催数:3回(参加者数:平均33人)

アウトカム…視聴回数:232回(2021年10月29日～2022年3月8日)

Project to improve the attractiveness of the Daisetsuzan and Tokachidake mountain ranges

The contents (activities, nature, and cross-cultural experiences) that make up adventure tourism in the Daisetsuzan and Tokachidake mountain ranges have been highly evaluated by invited foreign experts, but there is also a need to develop a system for acceptance and world-class guides. In order to resolve these issues, workshops will be held and travel agencies and experts will be invited to develop contents for guided tour products, produce videos to effectively convey necessary information to foreigners when climbing mountains, and provide training for outdoor guides.

[Target Area]

Central Kamikawa, Furano and Biei areas, "Omote Taisetsu Area" and "Tokachidake Mountain Range Area".

[Contents]

1.Content creation project

・Workshop held...Setting up model routes (5 routes)

(1) Daisetsuzan National Park Main Peaks 2 Peak Hunt (2) Omote-Daisetsu One-Day Traverse and Kogen Onsen Trekking (3) Tokachidake Mountain Range Traverse (4) Omote-Daisetsu Main Ridge Traverse (5) Daisetsuzan and Tokachidake Mountain Range Great Traverse "Grand Traverse".

・Inviting experts...confirming and refining routes

(1) September 1 - September 7, 2021 (4 participants) Asahidake, Mt. Tomuraushi, and Tokachi-dake.

(2) September 26-October 2, 2021 (5 participants) Kurodake, Sugatami Pond, Ansei Crater, and Bogakudai.

・Travel product negotiations...with Oku Japan K.K. and OXALIS HOLIDAYS LIMITED (London)

2.Acceptance Environment Improvement Project

・Creation of videos...In order to provide necessary information to foreign visitors who climb mountains without a guide, a video outlining points to keep in mind when climbing was created and posted on YouTube. In addition, QR codes were placed at related facilities near trailheads, etc. to create a viewing environment.

(Date of release) October 29, 2021 (Distribution centers)

Asahidake Visitor Center, Soukkyo Visitor Center

・Training for outdoor guides (online seminars)

(1) October 7, 2021 (Number of participants: 34) Theme/ Online seminar for outdoor guides to be able to talk about the connection between nature, culture, and industry in Daisetsuzan National Park in English.

(2) November 25, 2021 (Number of participants: 33) Theme/ "Enjoying the Daisetsuzan in Four Seasons"~ Enjoying the Daisetsuzan Four Seasons

(3) January 25, 2022 (Number of participants: 33) Theme/ A seminar for outdoor guides that is simple but conveys the message without rudeness.

[Project Results]

・Creation of stay contents

Output: Creation of 5 stay courses/Outcome: Conducted business negotiations with one invited travel agency; no confirmed sales; ongoing business negotiations

・Improvement of the host environment

Output: 1 video produced, 2 information centers & training sessions for tour guides held 3 times (average 33 participants)/Outcome...Number of views: 232 (from October 29, 2021 to March 8, 2022)



2021 fam-1 記録より(9/1-7) 記録:株式会社ノマド 早坂悟氏



2021 fam-2 記録より(9/26-10/2) 記録:株式会社ノマド 早坂悟氏

