
FURANO-BIEI

REPORT

2023





目次

2023年度富良野美瑛広域観光推進協議会	2
FURANO BIEI 2023	
広域観光入込客数	4
総宿泊客数・延べ数/訪日宿泊客数・延べ数	5
外国人宿泊客数・延べ泊数(月別/エリア別)	6
美瑛町	8
上富良野町	9
中富良野町	10
富良野市	11
南富良野町	12
占冠村	13
年度別広域観光入込客数 2014-2023	14
来訪者満足度	15
富良野・美瑛アクティブモビリティ推進事業	16
制作物	17
全国観光圏推進協議会事業	18
観光地域づくり人材育成事業	19
Webキャンペーン	20
情報発信事業 Dcard	21
JR連携事業	22
ツーリズムEXPOジャパン 2023	24
VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2023	25
上川みなみ地域アドベンチャートラベル商品造成事業	26
アドベンチャートラベルワールドサミット	27
若年層向け雑誌「たびいじょ」掲載事業	28

Contents

Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association 2023	2
FURANO BIEI 2023	
Furano-Biei Area Tourist Visitor Total	4
Overnight Stay Visitors / International Overnight Visitors	5
International Overnight Stay Visitors Total Night Sold (by month/area)	6
Biei	8
Kamifurano	9
Nakafurano	10
Furano	11
Minamifurano	12
Shimukappu	13
Furano-Biei Total of Visitors 2014-2023	14
Visitor Satisfaction Level	15
Furano-Biei Active Mobility Promotion Projects	16
Documents	17
National Tourism Area Promotion Council Projects	18
Human Resource Development Project for Tourism Regional Development	19
Web Campaigns	20
Information dissemination project Dcard	21
JR Cooperation Projects	22
Tourism Expo Japan 2023	24
VISIT JAPAN Travel & MICE Mart 2023	25
Kamikawa Minami Region Adventure Travel Product Development Project	26
Adventure Travel World Summit	27
Publication project in "Tabijo", a magazine for young people	28

2023年度 富良野美瑛広域観光推進協議会

Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association 2023

BIEI



成瀬 弘記 / Hiroki Naruse
美瑛町商工観光交流課課長補佐兼観光振興係係長
Assistant manager and Chief of Tourism Promotion Section,
Biei Town Commerce, Tourism and Exchange Division



只野 晴巳 / Harumi Tadano
美瑛町商工観光交流課
Biei Town Commerce, Industry, Tourism and Exchange
Division



山中 潤一 / Junichi Yamanaka
一般社団法人美瑛町観光協会
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



対馬 靖士 / Yasushi Tsushima
中富良野町企画課主幹兼商工観光係係長
Senior Manager, Nakafurano Town Planning Division and
Chief of Commerce and Tourism Section



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
NPO法人南富良野まちづくり観光協会事務局長
Secretary General, Minamifurano Machizukuri Tourism
Association



中村 龍馬 / Ryuma Nakamura
南富良野町企画課商工観光係
Commerce and Tourism Section, Minamifurano Town
Planning Division



千葉 晃成 / Akinari Chiba
NPO法人南富良野まちづくり観光協会
Minamifurano Machizukuri 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 Murazukuri Tourism Association

KAMIFURANO



森 英誠 / Hidetomo Mori
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



笹田 武志 / Takeshi Sasada
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

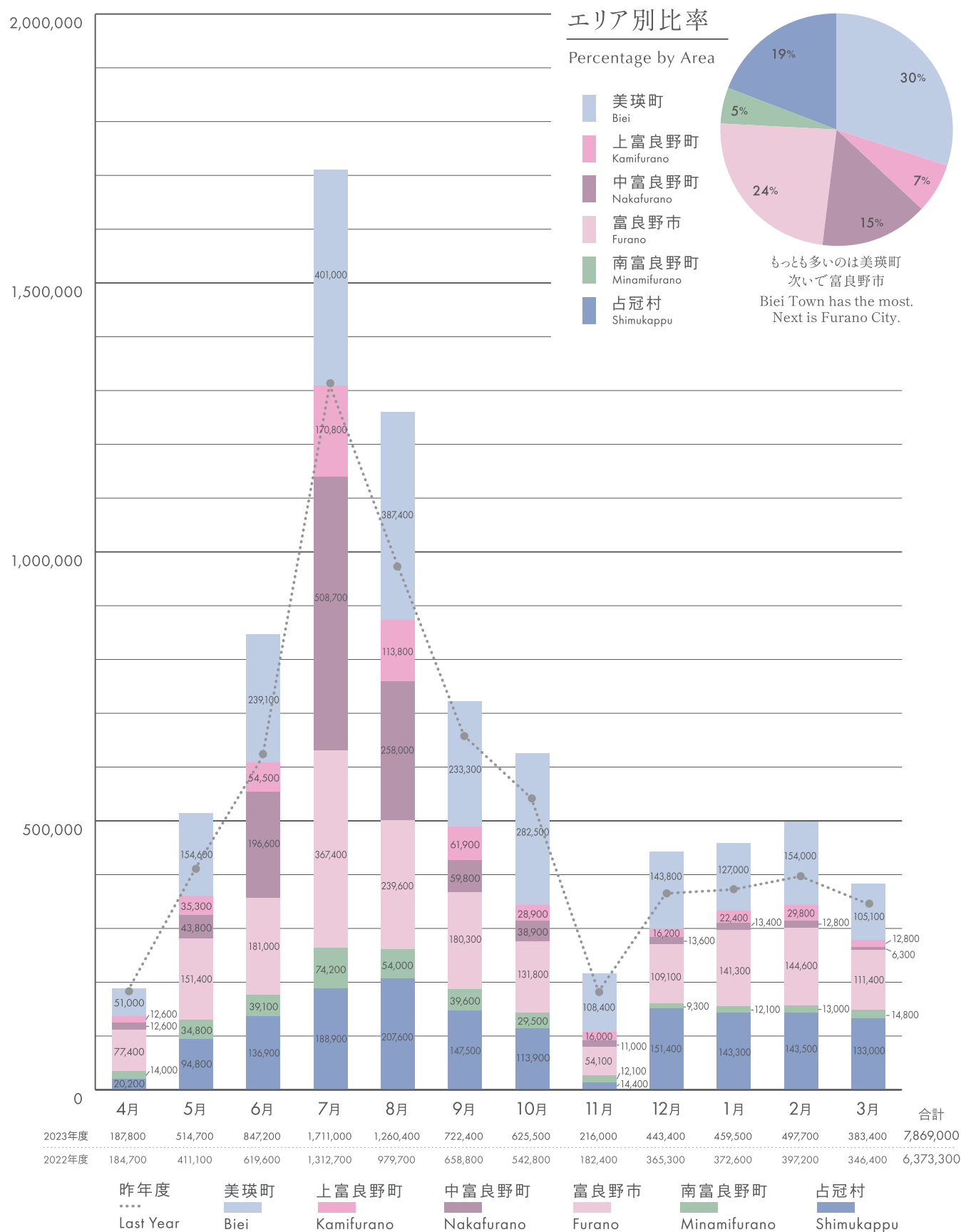
BIEI

2023



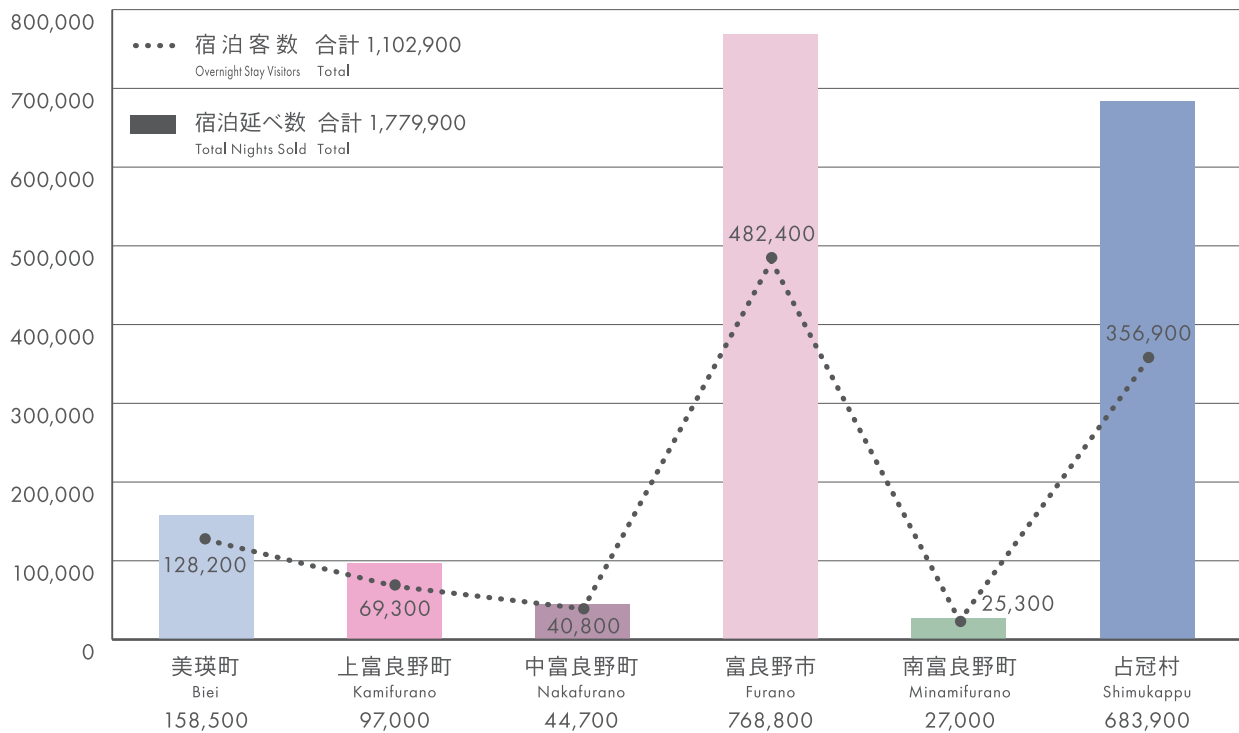
富良野・美瑛 2023年度 広域観光入込客数

Furano-Biei Area Tourist Visitor Total 2023



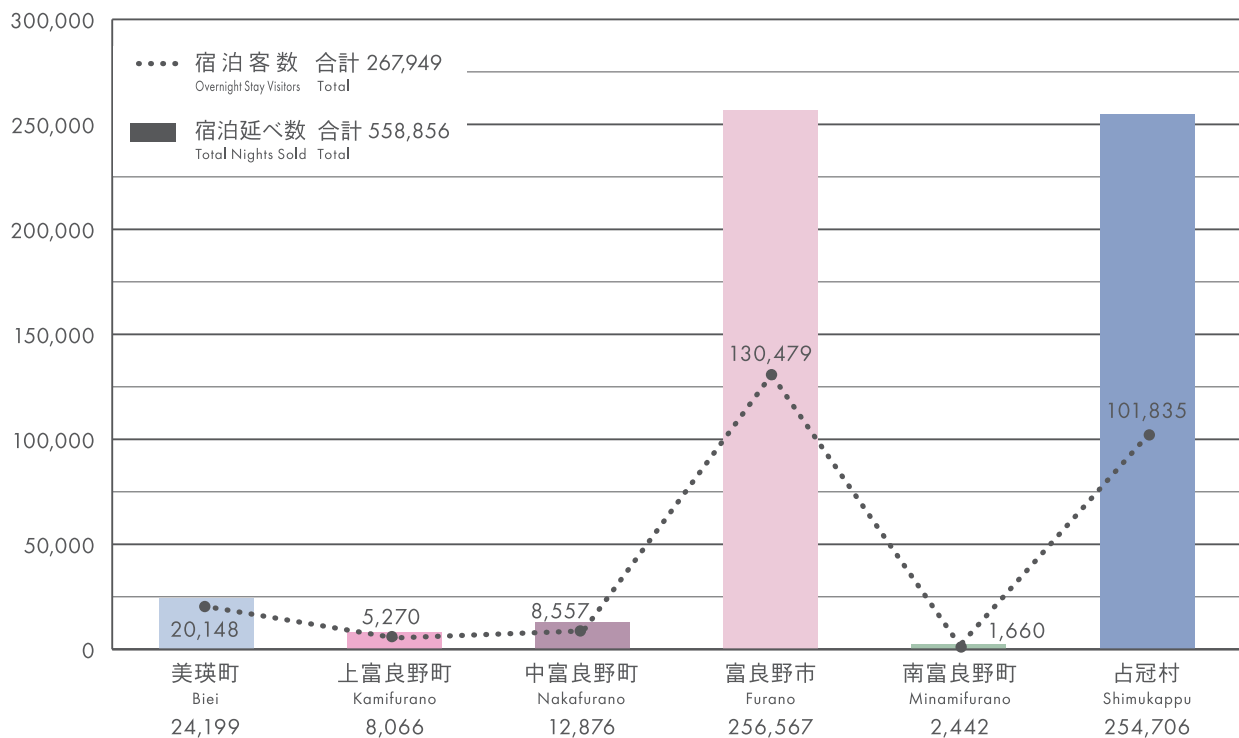
総宿泊客数・宿泊延べ数

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



外国人宿泊客数・延べ泊数2023

International Overnight Stay Visitors Total Night Sold 2023

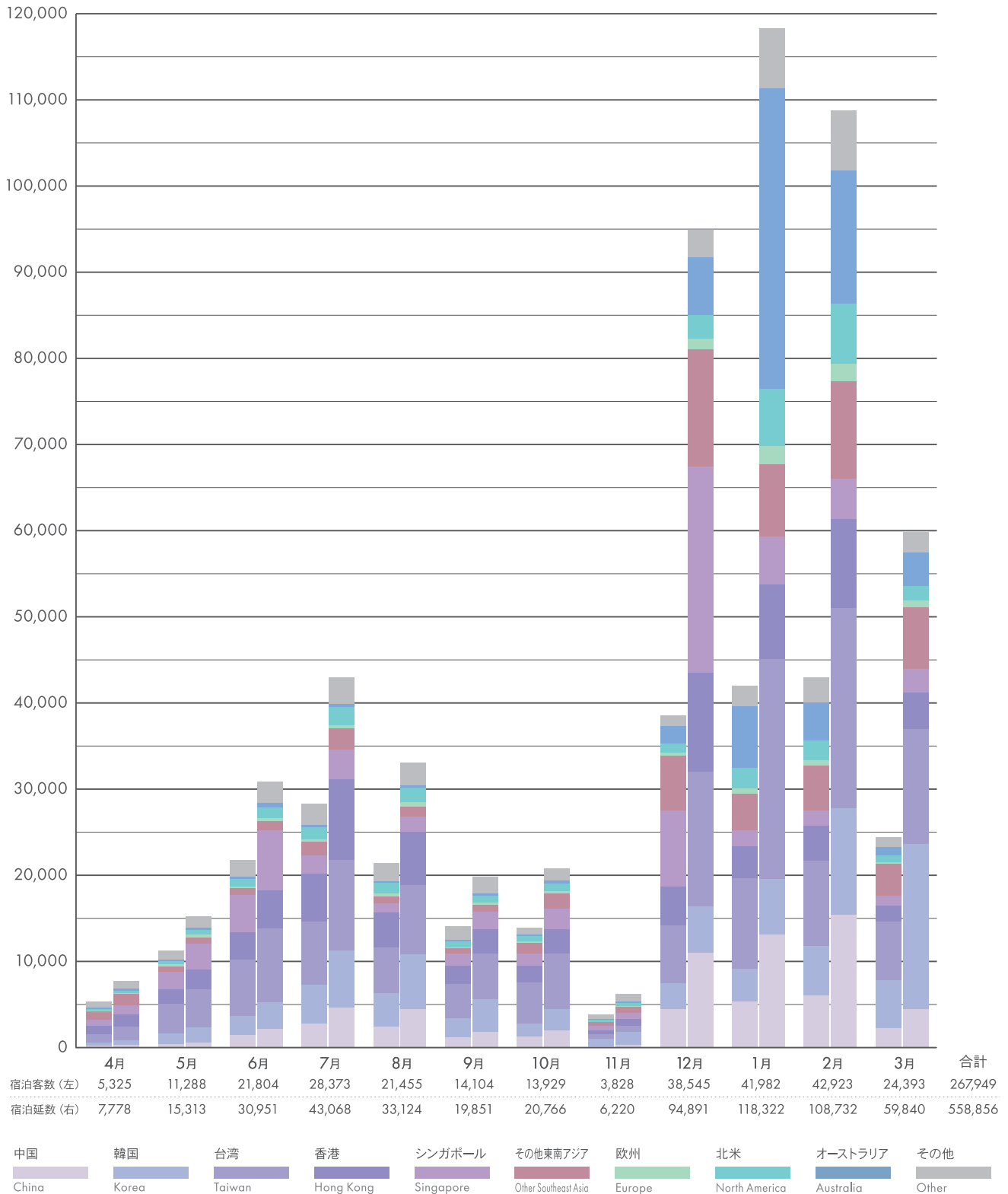
月別・国別

By Month and Country

〔その他東南アジア〕 マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム

〔欧州〕 ロシア、イギリス、フランス、ドイツ

〔北米〕 アメリカ、カナダ



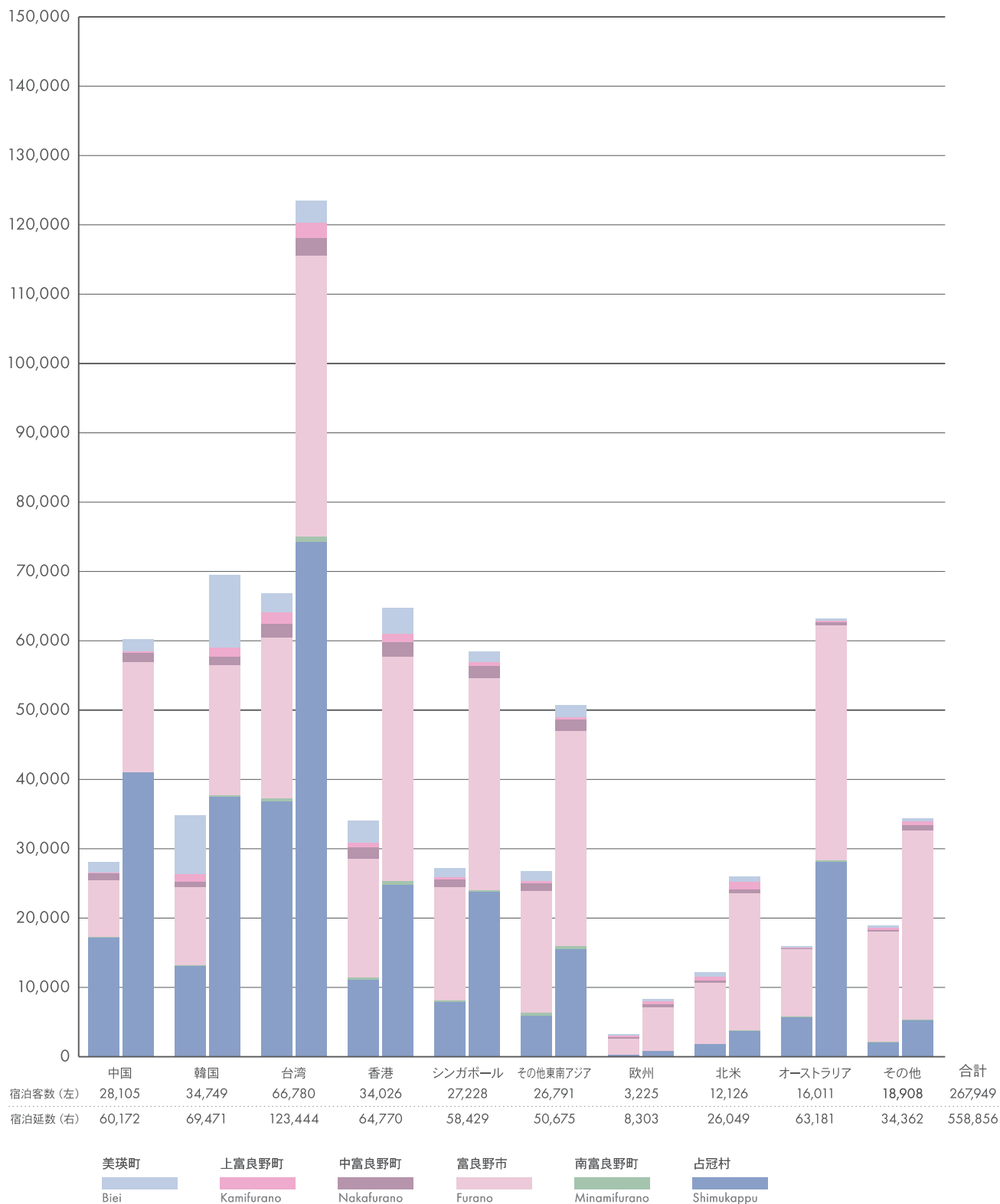
エリア別・国別

By Area and Country

〔その他東南アジア〕 マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム

〔欧州〕 ロシア、イギリス、フランス、ドイツ

〔北米〕 アメリカ、カナダ



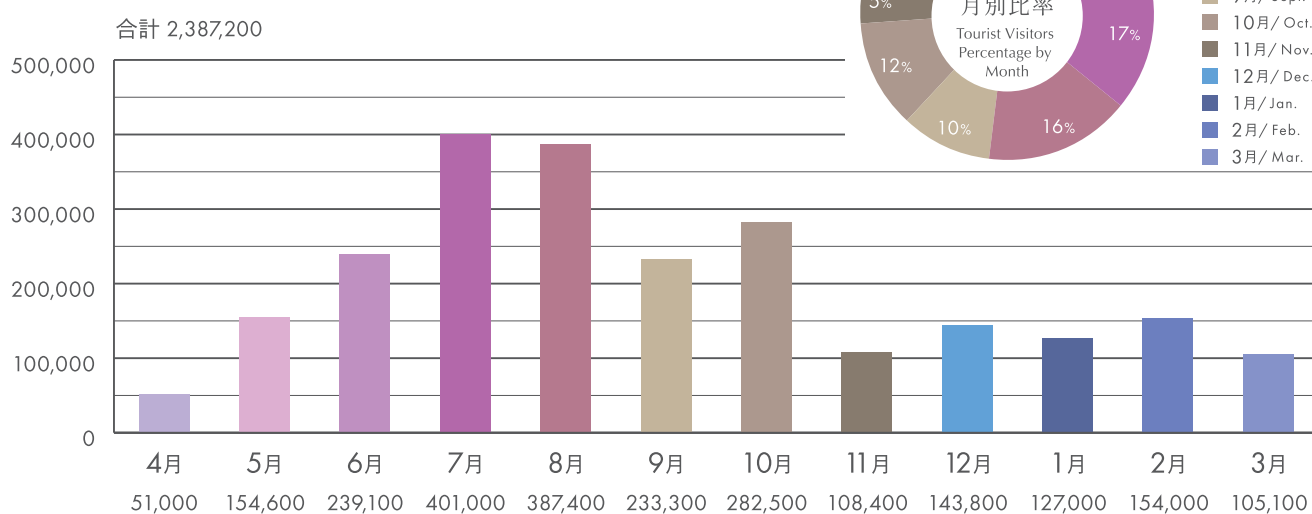
美瑛町

BIEI



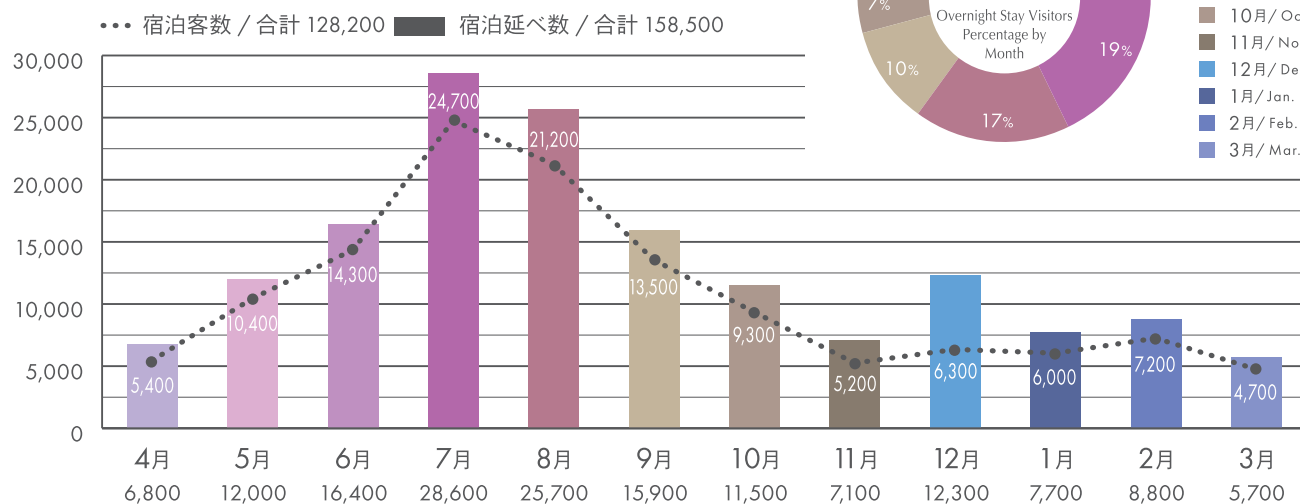
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



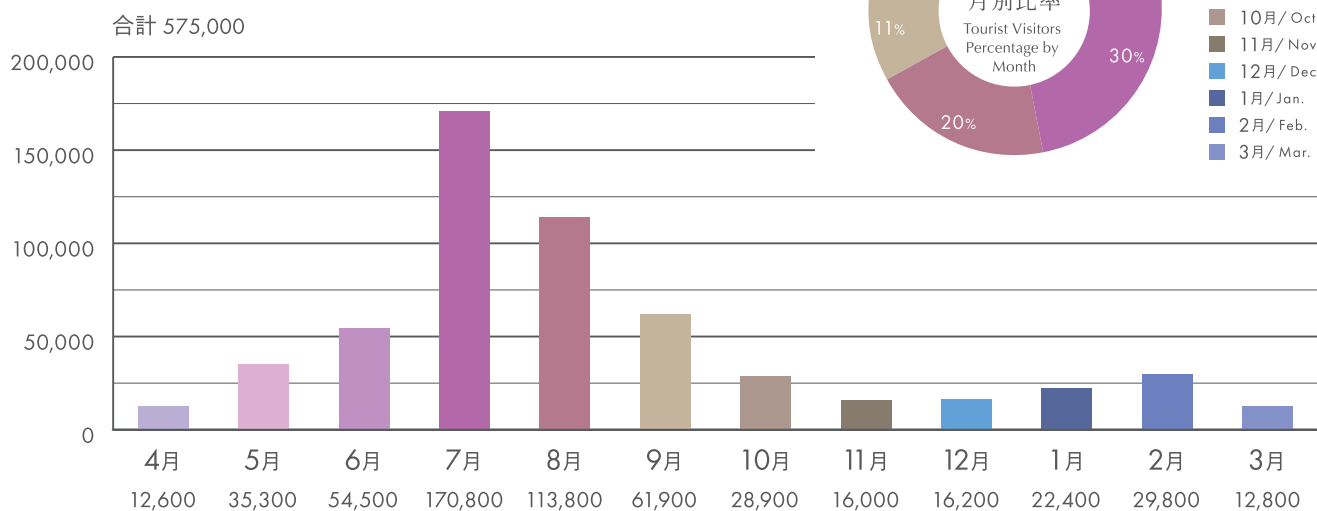
上富良野町

KAMIFURANO



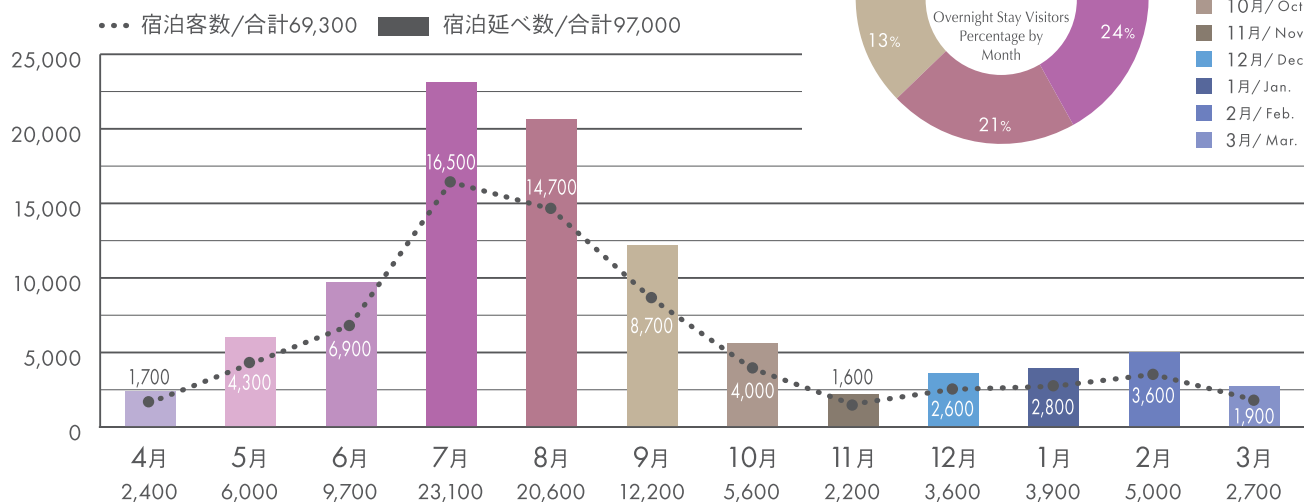
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



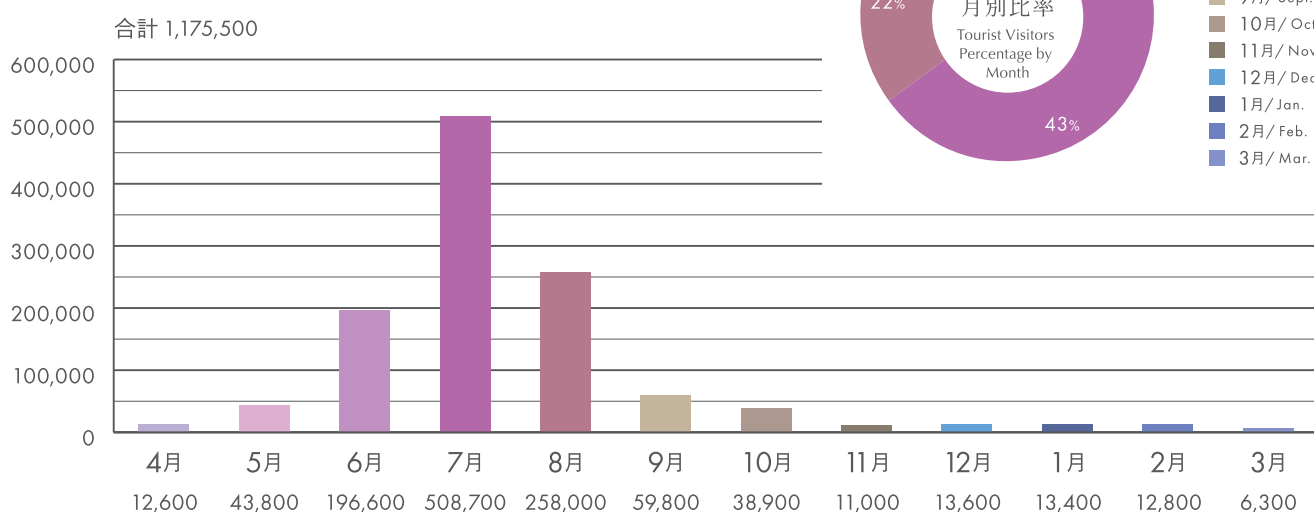
中富良野町

NAKAFURANO



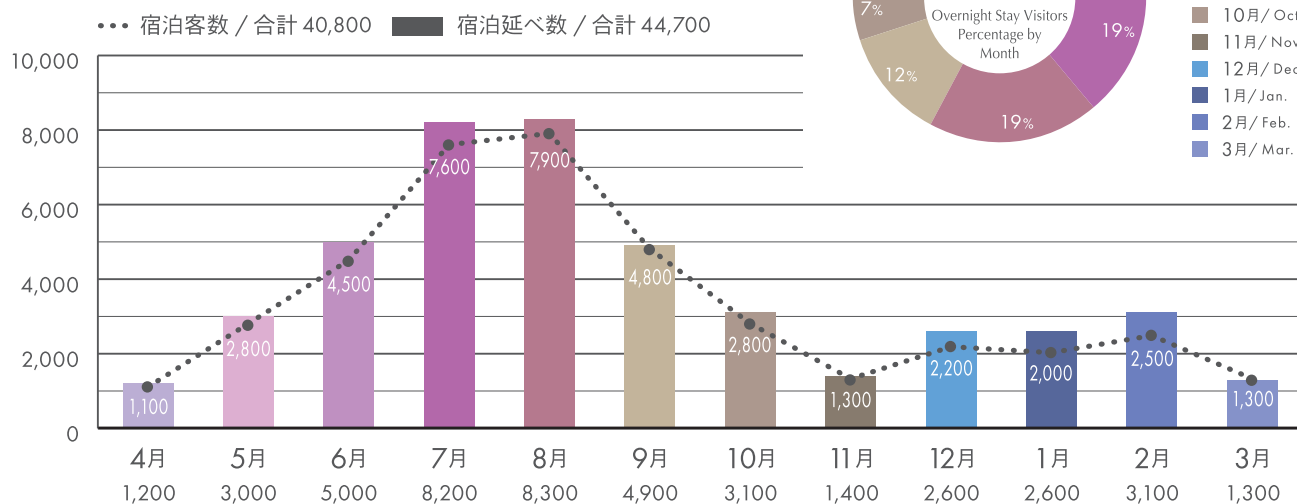
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



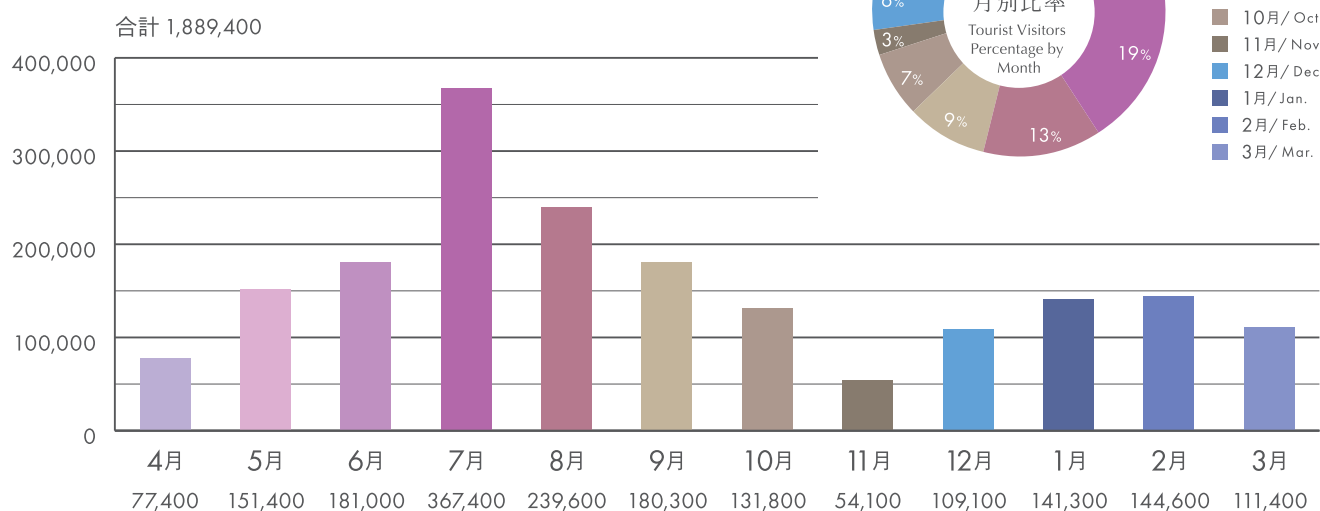
富良野市

FURANO



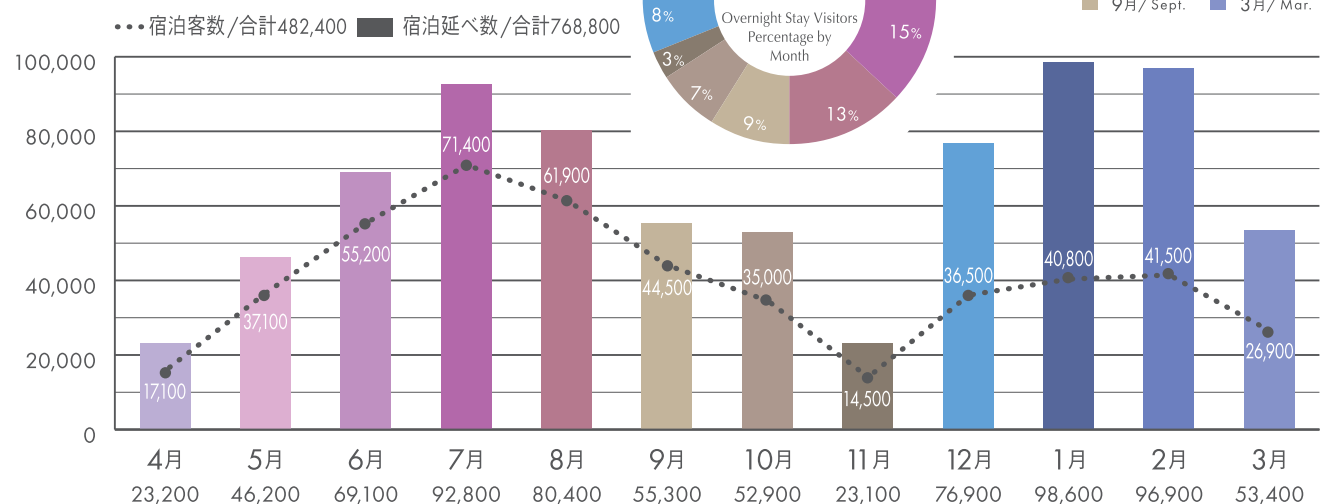
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



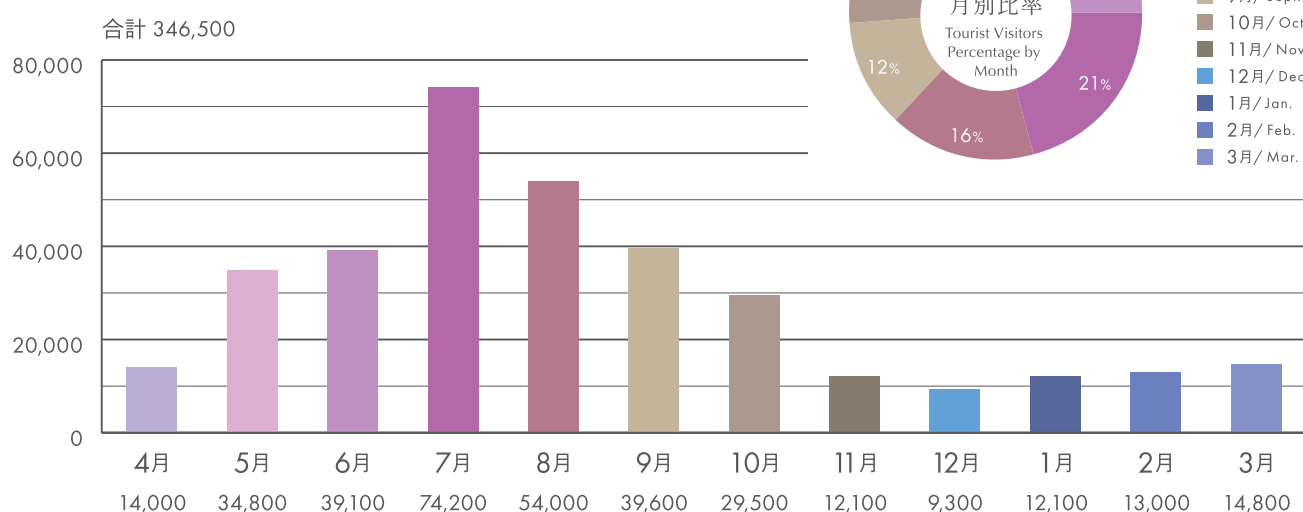
南富良野町

MINAMIFURANO



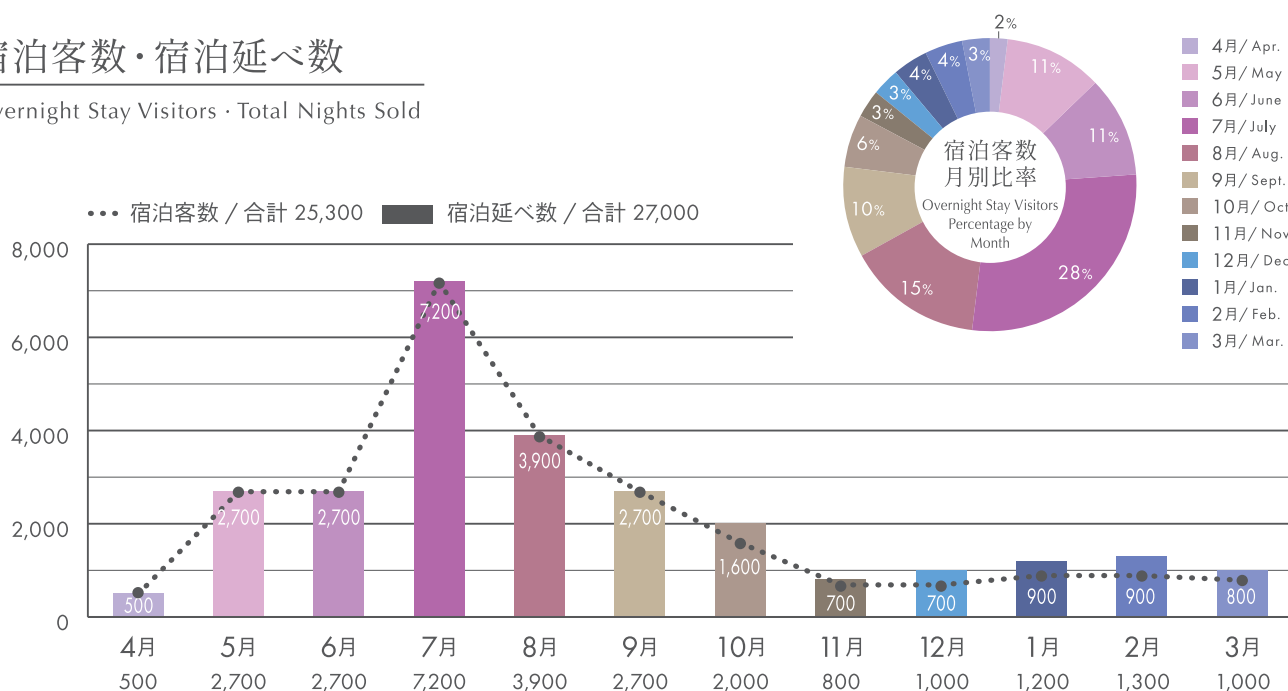
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold



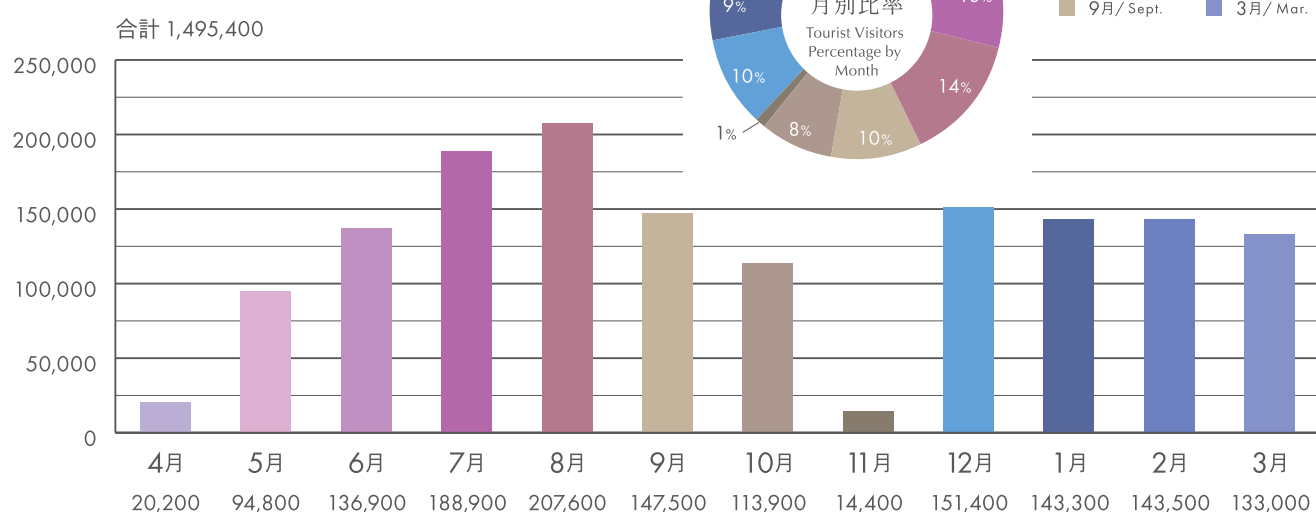
占冠村

SHIMUKAPPU



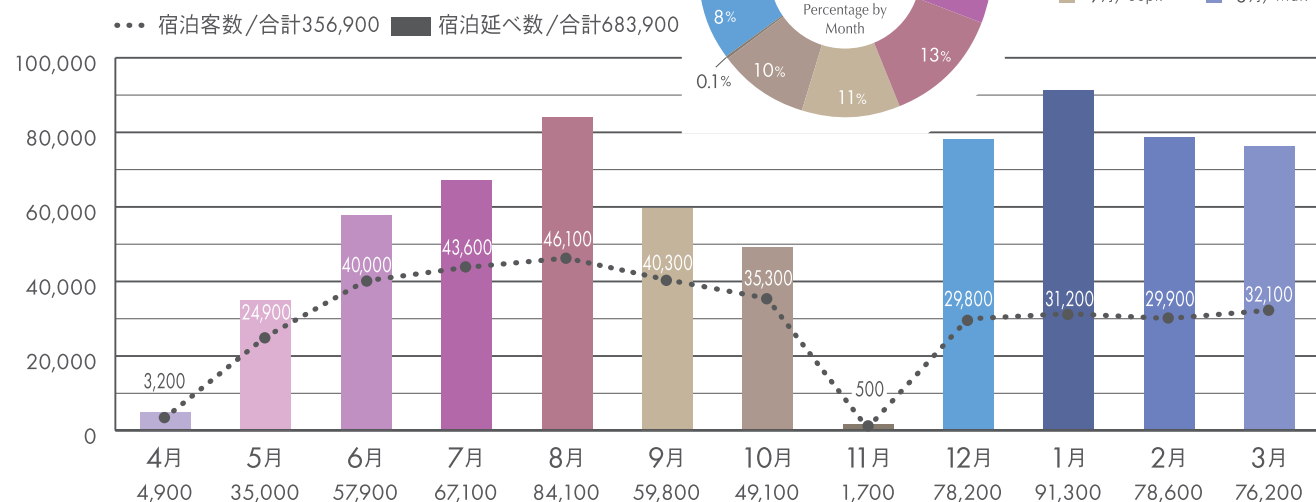
月別観光入込客数

Tourist Visitors by Month



宿泊客数・宿泊延べ数

Overnight Stay Visitors · Total Nights Sold

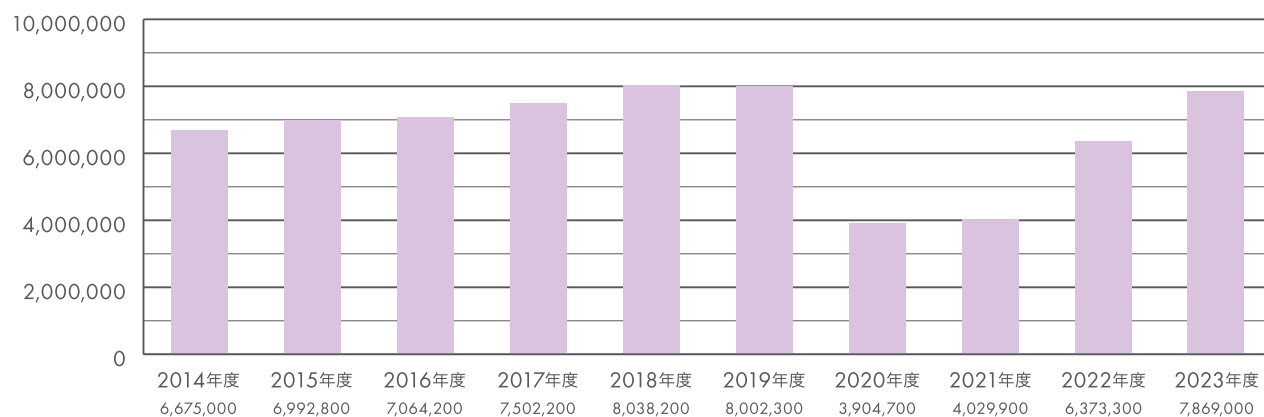


年度別広域観光入込客数

Tourist Visitors By Year

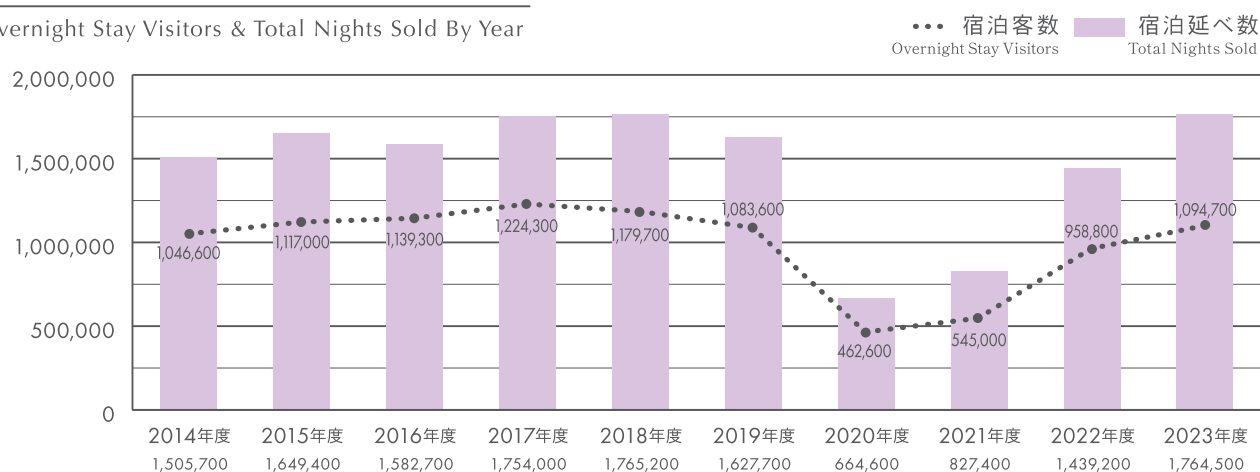
年度別 広域観光入込客数

Tourist Visitors By Year



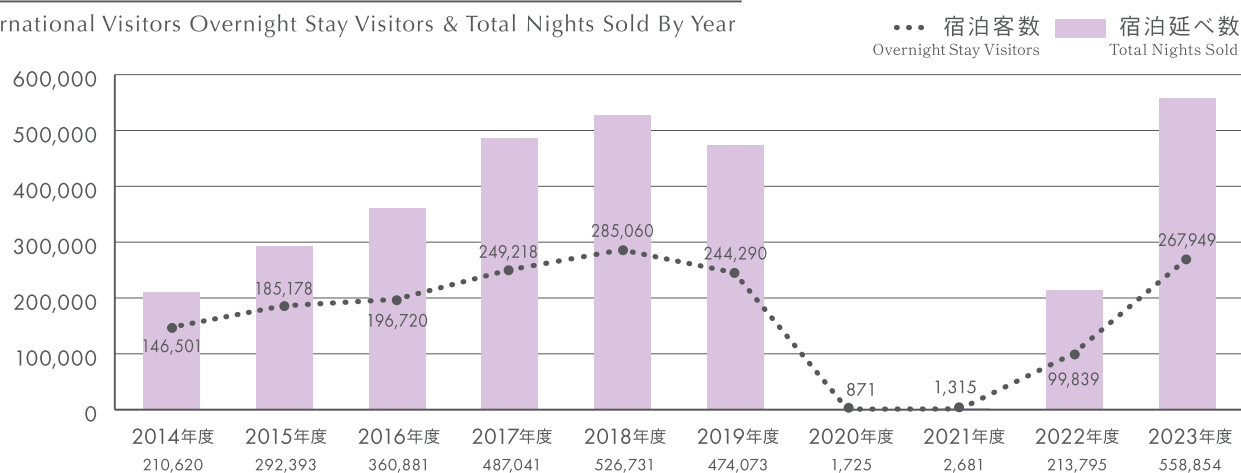
年度別 広域宿泊客数・宿泊延べ数

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

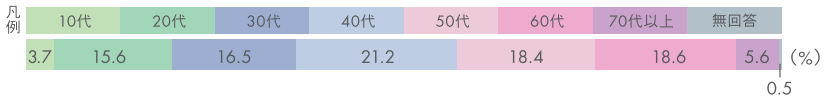
Visitor Satisfaction Level

有効回答数合計：743件（日本語票571件・外国語票172件）

Total number of valid responses: 743 (571 Japanese-language and 172 foreign-language votes)

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...94.1		-		不満...0.9		-	
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
29.3	49.9	14.9	1.8	0.9	-	-	3.3

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...23.5		宿泊...72.2			-	
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	
7.2	16.3	33.8	22.6	15.8	4.4	

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
15.2	11.9	24.7	4.4	23.3	1.2	18.4	0.9	-

*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...66.9						-
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
29.1	14.7	11.9	7.7	6.8	7.9	17.9	4.0

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461名平均金額)

Travel Expenses (Per Person, Avg. of 461 respondents)

総額		前年比+9,241円						
調査 地点別	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
全て	56,555	13,655	34,756	9,106	7,643	6,061	12,679	71,665
美瑛	38,778	12,809	24,884	8,181	7,556	2,419	8,110	57,158
上富良野	91,000	7,500	28,750	4,250	3,750	1,500	0	91,000
中富良野	52,110	12,342	26,465	6,775	6,469	3,161	11,833	48,021
富良野	66,861	15,792	52,858	11,768	8,940	9,300	15,265	91,649
南富良野	25,269	3,175	15,757	3,257	2,667	0	0	25,269
占冠	45,750	20,000	50,000	8,000	2,750	0	1,500	90,000

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. 一年以内に本地域への来訪を検討しますか？

Q. Are you planning to return to visit within a year?

そう思う...68.9		-		そう思わない...10.9		-	
大変 そう思う	そう思う	やや思う	どちらでも ない	あまり 思わない	思わない	全く 思わない	無回答
26.1	28.6	14.2	16.8	5.1	4.4	1.4	3.5

Q. 親しい友人に本地域を紹介したいですか？

Q. Would you recommend here to good friends?

そう思う...93.9		-		そう思わない...0.6		-	
大変 そう思う	そう思う	やや思う	どちらでも ない	あまり 思わない	思わない	全く 思わない	無回答
39.4	44.5	10.0	2.3	0.2	0.4	-	3.3

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
57.6	22.2	16.6	21.5	15.2	10.9	20.3	10.5	8.8	3.9	2.3	3.0	6.3	0.7

*団体旅行・ビジネス・帰省など

総評

General Thoughts

来訪者の年代は20～30代のシェアが伸び、旅行の同行者の1位、2位は今年度も「夫婦」「友人」が占めたが、割合は減少し、「一人」が増加した。総合満足度、紹介意向は依然高水準、平均消費額は2年連続で増加し、56,555円となった。来訪者の情報源はインターネットによるところが大きな割合を占めていることから、SNS等で新しい情報発信をして新規来訪者とリピーターの獲得につなげたい。

今年度は前回以上のノベルティやWEB回答の告知準備など回収増に向け努めた結果、昨年の倍程度の回答を得ることができ、より実態が把握できるようになった。しかし、エリアごとの回収数に大きな偏りがあるため、バランスよく回答を集められるよう、引き続き取り組みを進めていく。

The share of visitors in their 20s and 30s increased in terms of visitor age, while the first and second most popular travel companions this year were still couples and friends, but the proportion decreased and the number of visitors travelling alone increased. Overall satisfaction and referral intentions remained high, while the average spend increased for the second year in a row to 56,555 yen. A large proportion of visitors' information source is the internet, so new information should be disseminated via SNS, etc. to attract new visitors and repeat visitors. As a result of our efforts to increase the number of responses this year, including the preparation of novelties and web-based response announcements, we were able to obtain twice as many responses as last year, which enabled us to get a better grasp of the actual situation. However, as the number of responses received in each area is highly uneven, we will continue our efforts to collect responses in a well-balanced manner.

富良野・美瑛アクティブモビリティ推進事業

Furano-Biei Active Mobility Promotion Projects

CYCLE MODE TOKYO 2024

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の展示・販売、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。今年度は旭川空港から直行便があり、北海道とフェリー航路がある関東ということで東京会場に出展し、楽しめる景観や自転車持参で移動ができる利便性をPRした。

〔日時〕2024年4月6日～7日

〔会場〕東京都江東区 東京ビッグサイト



CYCLE MODE TOKYO 2024

Participation in one of the largest cycle events in Japan, where bicycle manufacturers offer test rides of the latest model bicycles, display and sell goods, and promote cycling paths from all over the country. This year's event was held in Tokyo, as the Kanto region has direct flights to Asahikawa Airport and ferry routes to Hokkaido, and the event promoted the enjoyable scenery and the convenience of bringing your own bicycle.

〔Date〕April 6 - 7, 2024

〔Venue〕Tokyo Big Sight, Koto-ku, Tokyo

総評

General Thoughts

会場でアンケート調査(420件)を行った結果、当エリアに来たことがある方が半数近くおり、地域のグルメや景勝地を巡ってみたいという意見も多く、旅行時に参考としている媒体がSNSやインターネットを使う割合が多かったことから、今後もSNSを通じた情報発信をしていくことが重要となる。なお、サイクルモードについては、出展者の変化や開催日数の短縮など、開催規模や仕様が変化している状況が感じられたことから、サイクルモードへの出展にこだわらない別イベントへの出展・PRも視野に入れて検討していく必要がある。

The results of a questionnaire survey (420 responses) conducted at the venue showed that nearly half of the respondents had visited the area before, and many of them said they would like to visit the area's gourmet foods and scenic spots. Therefore, it will be important to disseminate information through SNS in the future. As for Cycle Mode, we sensed that the scale and specifications of the event are changing, with changes in exhibitors and the shortening of the event days, etc. Therefore, it is necessary to consider exhibiting and promoting the event at other events that are not limited to Cycle Mode.

富良野・美瑛ルート協議会 サイクリング試走会

サイクルツーリズムの機運を高めるために、官民の連携を強化し、ルートへの検証・サイクリスト立ち寄り場所などの新規開拓・ルート写真撮影を行った。

〔日時〕2023年4月21日/富良野・美瑛サイクリングルート(北ルート)88km

2023年5月31日/かなやま湖畔コース(南ルート)56.5km

Furano - Biei Route Council Cycling Trial Ride

In order to increase the momentum for cycle tourism, public-private partnerships were strengthened to verify routes, develop new stopping places for cyclists, etc., and photograph routes.

〔Date〕April 21, 2023 / Furano - Biei Cycling Route (northern route) 88km

May 31, 2023 / Kanayama lakeside course (southern route) 56.5 km



総評

General Thoughts

試走会を行ったことにより、自分たちが設定したルートの改善点などを改めて確認することができ、課題になっているサイクリングコースの見直しにつなげることができた。サイクリングの推進に際して、舗装やサイクルペイントなどの走行環境の維持や管理、休憩施設やトイレなどのスポットに関する情報発信など、受入環境整備に向けた課題も多く見つかった。

The trial runs enabled the participants to reconfirm areas for improvement in the routes they had set out, and to review the cycling routes that had become an issue. In promoting cycling, a number of issues were identified for improving the reception environment, such as maintaining and managing the riding environment, including pavements and cycle paints, and disseminating information on rest facilities, toilets and other spots.

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 / 4,000 部
6月発行



冬 / 2,000 部
12月発行

デジタルイラストマップ

Digital illustration Map

富良野美瑛広域観光推進協議会 HP【田園休暇】時刻表ページ…時刻表と連動させたデジタルイラストマップ新設

Furano Biei Wide-area Tourism Promotion Council HP [DEN-EN KYUKA] Timetable page...New digital illustration map linked to the timetable



オリジナルTシャツ

Original T-shirts

ATWS 出展に向けて製作。今後のAT商品造成事業でも使用。

Produced for ATWS exhibition. Also used in future AT product creation projects.



オリジナルトートバッグ

Original tote bag

ツーリズム EXPO のノベルティ。

Novelties for Tourism EXPO



全国観光圏推進協議会事業

National Tourism Area Promotion Council Projects

全国観光圏推進協議会（会議）

全国観光圏推進協議会全体会議へ参加。全国13観光圏共通事業の効果的な実施等に向けた協議、観光庁から旅客動向や新観光立国推進基本計画の情報共有、専門家によるアドバイスをを受け観光圏全体のブランドを高めるための情報共有・検討を行った。

〔実施日〕2023年5月16日/9月26日/11月28日/12月11日

2024年1月15日/3月11日

〔開催方法〕現地開催2回、オンライン開催4回

〔主な議題〕各地の補助金活用状況やコロナ禍が明けてからの入込の共有、満足度調査の新しい項目の設定について、他



National Tourism Area Promotion Council (Conference)

Participated in the plenary meeting of the National Tourism Region Promotion Council. Discussions were held on effective implementation of projects common to all 13 tourism blocs nationwide, information sharing on passenger trends and the new Basic Plan for the Promotion of Tourism Nation from the Japan Tourism Agency, and expert advice on how to enhance the overall brand of tourism blocs.

[Date] May 16/September 26/ November 28/December 11, 2023 and January 15/March 11, 2024

[Method] 2 onsite and 4 online events [Main Agenda] Sharing the status of grant utilization in each region and the influx of people since the dawn of the Corona disaster, setting up new items for the satisfaction survey, etc.

観光地域づくりマネージャーステップアップ研修

専門家を招いて実施する、観光地域づくりマネージャーステップアップ研修会へ参加。

〔実施日〕2023年9月25日オンライン(53名参加)/11月21日オンライン(50名参加)

2024年1月12日オンライン(54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

〔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 conducted by inviting experts.

[Date] September 25, 2023 online (53 participants) / November 21, 2023 online (50 participants) / January 12, 2024 online (54 participants)

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

[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.

観光地域づくりマネージャー育成短期集中セミナー

既存観光圏地域の観光地域づくりマネージャーステップアップ研修会を目的とした研修制度。

〔実施日〕2024年1月29日～30日、2月13日～14日(12名参加)

〔主な議題〕・観光圏と観光地域づくり

- ・自観光圏目的達成にあたっての課題
- ・自観光圏のブランド戦略の課題
- ・観光圏の観光地域づくりプラットフォーム、観光地域づくりマネージャーの役割

Short-term intensive seminar for developing managers of tourism community development

This training program is designed to develop managers for regional tourism development in existing tourism regions.

[Date] January 29-30, 2024 and February 13-14, 2024 (12 participants)

[Main Agenda] ・ Tourism Regions and Regional Development ・ Challenges in achieving the objectives of your tourism region ・ Branding strategy of the tourism region ・ Roles of tourism region development platform and tourism region development manager

UDJ 情報発信

Facebookによるブランディングプロモーションの実施

UDJ Information Transmission

Implementation of branding promotions via Facebook

タイトル	Fields of Lavender	Untouched Hokkaido- Furano and Biei: A Land of Flower and Farms	The Local Wineries of Furano and Biei	The Blessings of the North (周遊モデルコース)
公開日	2023.6.21	2023.11.22	2024.2.21	2023.8.9
リーチ数	826	484	313	762
リアクション	43	20	11	23

3月10日現在

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「失敗を素直で感じの良い失敗にする事を学ぶ」

〔日時〕 2023 年 4 月 6 日 (38 名参加)

〔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

〔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 "Learning to make mistakes into honest, feel-good mistakes."

〔Date〕 April 6, 2023 (38 participants)

〔Sponsored by〕 Greater Furano-Biei Tourism Promotion Association

〔Location〕 Furano Theater Factory

〔Objective〕 Communication is very important to build good relationships with superiors, seniors, and business partners. This program will teach you how to "convey your thoughts", an essential part of the working process, using Furano, a city of sightseeing and theater, as a stage.

事務担当者研修

コロナ禍により、圏域内では外資の進出、宿泊施設や観光名所の受け入れ体制、体験コンテンツなどさまざまな変化がみられる。また、人事異動により各自治体の担当者も大きく変わったことで担当者間の関係性も希薄となってしまった。そこで、圏域の観光コンテンツの再認識と事務担当者間の連携強化に向けて事務担当者研修を開催した。

〔日 時〕 2024 年 1 月 26 日

〔参加者〕 富良野美瑛広域観光推進協議会 事務担当者ほか所属職員 (20 名)

〔開催地〕 中富良野町〜キャンプ&パン工房 癒々 / 合同会社 NAKAFURANO BREWERY / まちなかオフィス / ふらのラテール



Administrative staff training
Due to the COVID-19 pandemic, various changes have been observed in the region, including the entry of foreign capital, the reception systems of accommodation facilities and tourist attractions, and experience content. Additionally, personnel changes in each municipality have significantly altered the officials in charge, leading to weakened relationships among them. Therefore, a training session for administrative officials was held to reacquire them with the region's tourism content and strengthen coordination among them.

〔Date〕 January 26, 2024

〔Participant〕 Furano Biei Wide-area Tourism Promotion Council Administrative staff and other affiliated staff (20 persons)

〔Venue〕 Nakafurano Town - Camping & Bakery Yuyu / NAKAFURANO BREWERY / Machinaka Office / Furano Laterale

総評

General Thoughts

過去に富良野美瑛広域観光協会連絡会議の事業で開催した研修が本研修のベースとなっており、当初の目的である「地域資源の紹介」や「担当者間の親睦」については達成することができた。今後は研修の協力事業者からも、新しい観光地域づくりマネージャー候補を発掘できると、さらに本研修の意義が出るのではないかと考えている。

This training is based on a training course held in the past as part of the Furano Biei Wide-area Tourism Association Liaison Conference project, and has achieved its initial objectives of 'introducing local resources' and 'friendship between the people in charge'. In the future, we believe that this training course will be even more meaningful if we can find new potential managers for the development of the tourism region from amongst the cooperating businesses in the training course.

Webキャンペーン

Web Campaigns

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〕2023 年 7 月 1 日～10 月 31 日

〔参加者数〕596 名

〔延べ取得数〕1,859 件

〔応募者数〕156 名

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

〔Period〕July 1 - October 31, 2023

〔Number of participants〕596

〔Total number of acquisitions〕18,591

〔Number of applicants〕156

フライヤー



<https://furanobieie-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。量から質を求めて、今年度からエントリー方法と選定方法を変更。

当協議会 Instagram アカウントをフォローの上タグ付け・どちらかひとつハッシュタグを付けて投稿→当協議会で厳正なる審査のうえ写真を選定し、賞品プレゼント

〔期間〕2023 年 7 月 1 日～2024 年 2 月 12 日

#ふらのびえいライフ 3,651 件

#furanobieilife 1,314 件

An initiative to spread the word about scenery and gourmet food using a common hashtag. The entry and selection methods have been changed this year in pursuit of quality instead of quantity.

Follow our council's Instagram account, tag us, and post with at least one of the designated hashtags→After a rigorous review by our council, selected photos will be awarded prizes.

〔Period〕July 1, 2023 - February 12, 2024

#ふらのびえいライフ 3,651cases #furanobieilife 1,314cases

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



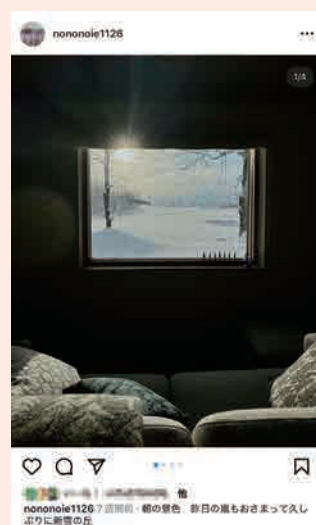
#ふらのびえいライフ



グランプリ



準グランプリ



特別賞



情報発信事業 Dcard (Dtto)

Information dissemination project Dcard (Dtto)

これまで当協議会では年齢層や属性が異なる利用者に向けてSNSをととして情報発信を進めているが、利用者への一方通行な情報発信に留まっていること、10代20代前半のZ世代が多く使用するプラットフォームを活用した発信は未着手の状態であることの2点が大きな課題となっている。

そこで台湾・香港で多くのZ世代ユーザーを抱え、情報収集ツールとして使用されているDcard (Dtto) を活用して、情報発信とウェブ広告による興味喚起を促し、持続可能な観光地づくりに寄与することを目的とする。

- ・新規フォロワー数 / 153人 (2024年4月現在)
- ・新規投稿数 / 139件 (2023年4月～2024年3月)
- ・いいね / 取得数 / 10,761件
- ・コメント件数 / 70件
- ・保存件数 / 266件
- ・広告 / 全15回
- ・Dcard協賛広告 / 全4回

広告成果 (日本旅行掲示板) / Advertising Results (Japan Travel Board)

期間 Period	PV (閲覧数) PV (number of views)	コメント Comment	いいね Likes
9/8～9/15	17,002	6,346	189
10/24～10/31	16,526	9,680	144
12/1～12/8	16,608	11,594	138
1/15～1/22	15,626	12,246	118

全15回広告 結果集計 / All 15 adverts Results total

地域 Area	広告タイトル Advertisement Title	表示回数 Number of times shown	クリック率 Click rate
富良野	北海へそ祭り	436,675	0.43%
上富良野	日本で一番早い紅葉スポット	551,108	1.09%
美瑛	青い池イルミネーション	441,356	0.51%
富良野	冬のアクティビティ	437,089	0.36%
占冠	冬のお祭り	437,083	0.45%
上富良野	年末年始のイベント	437,528	0.34%
南富良野	アイスキャンドルナイト	435,326	0.32%
美瑛	スノーシューで歩く丘陵地	437,400	0.22%
占冠	夏のお祭り	436,779	0.29%
南富良野	かなやま湖のアイスアクティビティ	435,461	0.33%
6地域	北海道民の春の楽しみ	436,455	0.31%
中富良野	中富良野町の楽しみ方	437,760	0.42%
6地域	鉄道で巡る富良野・美瑛	436,412	0.41%
中富良野	ラベンダーのまち中富良野	438,390	0.34%
6地域	観光バスで巡る富良野・美瑛	435,924	0.51%

総評

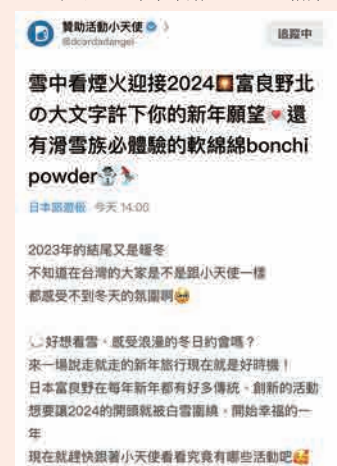
General Thoughts

広告全体の成果として、インプレッション達成率・クリック達成率ともに予想を上回る結果となり、多くのコメントやシェアを引き出すこともでき、当エリアのブランド認知を高めることができた。また、記事に対するコメントに対してダイレクトで返信し、潜在的な来訪予定者への情報提供を実施、ファンの獲得につなげることもできた。広告はもちろん、日々の投稿についても引き続き継続して実施していくことで、当エリアが今後の旅行先に選ばれるようプロモーションを行っていく。

The council has been disseminating information via SNS to users of different age groups and attributes, but two major issues are that it is only a one-way transmission of information to users and that it has not yet started transmitting information using platforms used by many Generation Z users in their teens and early twenties. Therefore, the objective of this project is to use Dcard (Dtto), which has many Generation Z users in Taiwan and Hong Kong and is used as an information collection tool, to promote information dissemination and stimulate interest through web advertising, and to contribute to the creation of sustainable tourist destinations.

- ・ New followers / 153 (as of April 2024)
- ・ New posts / 139 (Apr 2023 - Mar 2024)
- ・ Likes! Number of acquisitions / 10,761
- ・ Number of comments / 70
- ・ Number of items saved / 266
- ・ Advertisements / 15 in total
- ・ Dcard sponsored ads / 4 articles in total

第4回協賛広告：新年と雪シーズンをテーマに当エリアの年末年始のイベント紹介



第5回広告：占冠



第10回広告：南富良野



The overall results of the ads exceeded expectations in terms of both impressions and clicks achieved, and also elicited a large number of comments and shares, thereby increasing brand awareness of the area. In addition, we were able to respond directly to comments on articles and provide information to potential visitors, leading to the acquisition of fans. We will continue to promote the area as a future destination of choice by continuing to post daily articles as well as advertisements.

JR連携事業

JR Cooperation Projects

「JRで行く富良野・美瑛 2023」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：2023/5/27～8/31

札幌近郊：2023/5/27～8/31

〔媒体〕Yahoo!、Facebook、Instagram



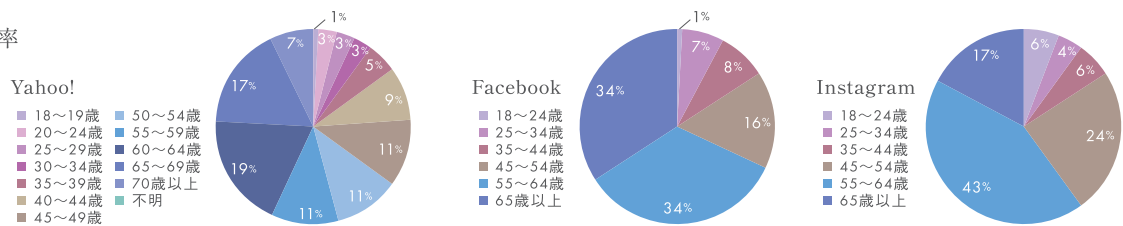
"Furano / Biei 2023 by JR" WEB advertising results

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: 5/27/2023 - 8/31/2023 Sapporo suburbs: 5/27/2023 - 8/31/2023 [Media] Yahoo!, Facebook, Instagram

〔北海道外〕…東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府

連動型 興味関心 広告	合計			5/27～8/31								
				Yahoo! (火・木・土・日曜・祝日)			Facebook (土・日曜・祝日)			Instagram (土・日曜・祝日)		
	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
	3,345,881	29,806	0.89%	2,730,045	18,300	0.67%	362,872	4,885	1.35%	252,964	6,621	2.62%

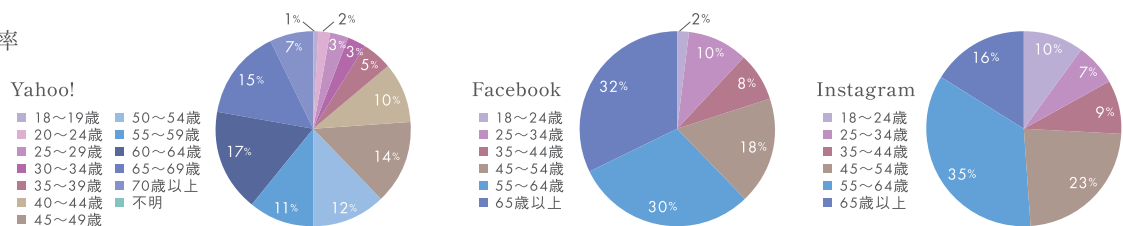
年齢別クリック率



〔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

連動型 興味関心 広告	合計			5/27～8/31								
				Yahoo! (火・木・土・日曜・祝日)			Facebook (土・日曜・祝日)			Instagram (土・日曜・祝日)		
	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
	2,083,955	15,669	0.75%	1,751,456	10,991	0.63%	163,209	1,908	1.17%	169,290	2,770	1.64%

年齢別クリック率



総評

General Thoughts

Yahoo!広告ではクリック単価を20円以下に抑えて配信でき、目標値より多く広告を表示、認知拡大にも貢献できた。男性への配信量が多いが女性のクリック率が高く、40～50代の年齢層に多く広告が表示されている。Facebook広告ではクリック率は1%を超えており、安価なクリック単価で多くのクリック数を獲得できた。55～64歳の年齢層の女性への配信量が多く、年齢層が高くなるにつれてクリック率も向上している。Instagram広告では、設定した興味関心ターゲットよりも広い範囲のユーザーにリーチする配信設定を行い、クリック単価も非常に安価に抑えられ、多くのユーザーをWEBサイトへ誘導できた。女性への配信量が多く、特に55～64歳の年齢層のクリック占有率が多くみられた。

In Yahoo! Ads, we were able to deliver ads with a cost-per-click of under 20 yen, exceeding our target value and contributing to increased brand awareness. While men had a higher volume of ad impressions, women had a higher click-through rate, especially in the 40-50 age group. In Facebook Ads, the click-through rate exceeded 1%, and we were able to gain a significant number of clicks at a low cost per click. The delivery volume was higher for women, particularly in the 55-64 age group, and the click-through rate improved as the age range increased. In Instagram Ads, we set up our delivery to reach a broader range of users than the interest targets we had set, and we were able to keep the cost per click very low, successfully driving many users to the website. The volume of ads delivered to women was high, especially the click share in the 55-64 age group.

フラノラベンダーエクスプレス トレインマルシェ 運行イベント

特急フラノラベンダーエクスプレス（札幌⇄富良野）の運行日は6月10日・11日、6月17日～8月13日の毎日、8月19日～9月24日の土日祝。

フラノトレインマルシェと題して、7月2日・3日に1号車ラベンダーラウンジにて、オリジナル赤／白ワインのティスティング（上り）、ラベンダー5種の香り体験（下り）を実施。8月27日（上り）には、ラベンダーバスソルト作り体験とクラフトビールの試飲、特産品やカタログギフトの販売も実施した。

〔実施日〕2023年7月2日～3日、8月27日

〔場所〕札幌～滝川～富良野

フラノラベンダーエクスプレス車内

Frano Lavender Express Train Marche Operation Event

The Furano Lavender Express Limited Express (Sapporo ⇄ Furano) operates on June 10th and 11th, daily from June 17th to August 13th, and on Saturdays, Sundays, and holidays from August 19th to September 24th. Under the title of "Furano Train Marché," on July 2nd and 3rd, in the Lavender Lounge of Car 1, a tasting of original red/white wine (on the up trip) and a scent experience of five types of lavender (on the down trip) were held. On August 27th (on the up trip), a lavender bath salt making experience and craft beer tasting were conducted, along with the sale of specialty products and catalog gifts.

[Implementation Date] July 2-3 and August 27, 2023

[Place] Sapporo ~ Takikawa ~ Furano

Inside the Furano Lavender Express

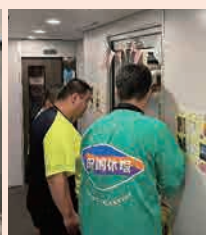
ラベンダーバスソルト作成体験
Lavender Bath Salt Making Experience



クラフトビール試飲体験
Craft Beer Tasting Experience



特産品販売
Sales of specialties



総評

General Thoughts

それぞれの体験が、これから富良野への旅に向けて心に描くイメージを豊かにする機会となり、満足いただける内容になったと考察している。

We believe that each experience provided an opportunity to enrich the images in their minds for their upcoming trip to Furano, and that the content was satisfactory.

HOKKAIDO LOVE! ひとめぐり号 観光 PR

「HOKKAIDO LOVE! ひとめぐり」号、3日目の最終区間（旭川～富良野）で、管内の特産品の車内販売と観光パンフレットの配付により、当エリアの観光 PR を実施。

〔実施日〕2023年10月8日

〔場所〕旭川～美瑛～上富良野～中富良野～富良野

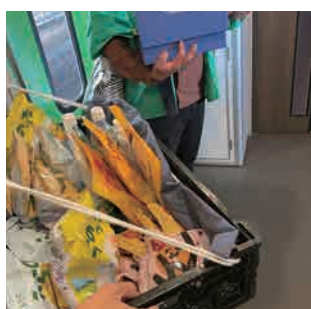
HOKKAIDO LOVE! ひとめぐり号車内

"HOKKAIDO LOVE! HITOMEGURI-go" in-train sightseeing PR

On the third day of the "HOKKAIDO LOVE! Hitomeguri" train service, the final segment (Asahikawa-Furano), local specialty products were sold on board and sightseeing pamphlets were distributed to promote tourism in the area.

[Implementation Date] October 8, 2023 [Place]

Asahikawa ~ Biei ~ Kamifurano ~ Nakafurano ~ Furano HOKKAIDO LOVE! HITOMEGURI-go train



総評

General Thoughts

事前情報で関西のお客さまが乗車していることを把握していたため、昨年の販売実績より当初の想定から1.5倍～2倍のストックをもって臨んだ。しかしツアー内で配布した菓子類と販売品目が重複したため、地産地消の商品を取りそろえたが、全体的に販売が伸び悩んだ。車内販売の取り組みは今年で3年目を迎え、売れ残った場合返品のできないものも多く、販売品目を限定せざるを得ないことから、ひとめぐり号に乗ったからこそ味わうことができる特別感の醸成が難しかった。実施事業の優先順位やお客さまの反応を鑑み、ラベンダーEXPの対応も含め、次年度は各駅での対応が望ましいと判断している。

Since we knew from advance information that passengers from the Kansai region were riding the bus, we went into the tour with 1.5 to 2 times more stock than we had initially expected, based on last year's sales results. However, since the sales items overlapped with the confectionery distributed on the tour, sales were sluggish overall, despite the selection of locally produced and locally consumed products. This was the third year for the in-train sales initiative, and since many items could not be returned if unsold and the items sold had to be limited, it was difficult to create a special feeling that could only be experienced by riding the Hitomeguri-go. In light of the priorities of the projects implemented and the response of customers, we have decided that it would be desirable for each station to handle the Lavender EXP in the next fiscal year, including its response to the Lavender EXP.

ツーリズムEXPOジャパン 2023

Tourism Expo Japan 2023

国内・海外の観光需要喚起と海外からの訪日旅行の誘致に向け、事業者との商談会や名刺交換を実施し、B to B・B to Cに向けたPRを行った。当協議会では単独でブースを出展し、ラベンダーの香り体験やワインの試飲を実施。また富良野市公式LINEを登録した方にラベンダーのポプリを進呈した。

〔テーマ〕未来に出会える旅の祭典

〔日時〕2023年10月26日～29日（業界日/26日・27日、一般日/28日・29日）

〔会場〕大阪市住之江区 インテックス大阪

〔主催〕（公社）日本観光振興協会、（一社）日本旅行業協会、日本政府観光局（JNTO）

4日間合計148,062人の来場者数（26日23,071人、27日26,089人、28日48,305人、29日50,597人）、
世界70ヵ国・地域、1,275企業・団体の出展

〔実績〕当協議会の取り組み / ブース来場者1,420人、ワイン試飲数671人、LINE登録者数1,090人、商談件数31件、
名刺交換者数132人

With the aim of stimulating domestic and overseas tourism demand and attracting overseas visitors to Japan, PR was conducted for B to B and B to C through business meetings and exchange of business cards with business operators. The council exhibited at its own booth, offering lavender fragrance experiences and wine tasting. Lavender potpourri was also given to those who registered on the Furano City official line.

[Theme] A festival of travel where you can meet the future

[Date] 26 - 29 October 2023 (industry days/ 26 and 27 October, public days/ 28 and 29 October)

[Venue] Suminoe-ku, Osaka, Japan INTEX Osaka

[Organizers] Japan Tourism Association, Japan Association of Travel Agents, Japan National Tourism Organization (JNTO)

Total of 148,062 visitors for 4 days (23,071 on 26th, 26,089 on 27th, 48,305 on 28th, 50,597 on 29th), 1,090 companies and organizations from 70 countries and regions exhibited.

[Results] Efforts by the Council/1,420 booth visitors, 671 wine tasters, 1,090 LINE registrants, 31 business meetings, 132 business card exchanges



総評

General Thoughts

富良野・美瑛というネームバリューにより、お客様側から興味を持っていただくことができた。また多くの方はファーム富田を訪問したことがあるという体験から、ラベンダーへの興味も大きい。一方で、関西方面から旭川空港への就航便がないこともあり、富良野という地名自体を知らない方もまだまだおり、更なる知名度向上の必要性も感じられた。

今回の5種のラベンダー香り体験のような、まだまだ浸透のない興味を引くコンテンツを用意し、再来訪を検討していただけるようなPR方法を継続できるといい。

引き続き持続可能な観光を目指すと同時に、ごみの排出を最小限にしたブース設備やPR物品の作成を心掛ける必要がある。

The name value of Furano Biei has generated interest from customers. Many have also had the experience of having visited Farm Tomita, and there is great interest in lavender.

On the other hand, there are still some people who do not know the name of Furano itself due to the lack of flights from the Kansai region to Asahikawa Airport, and we felt the need to further improve the name recognition of the area.

It would be good to continue with PR methods such as the five different lavender scents experience, which is still not widely known, to attract visitors and encourage them to consider a return visit.

In order to continue to promote sustainable tourism, it is necessary to minimize waste generation by creating booth facilities and PR items.

VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2023

VISIT JAPAN Travel & MICE Mart 2023

〔日時〕 2023 年 10 月 26 日～ 28 日
〔会場〕 大阪市住之江区 インテックス大阪
〔主催〕 日本政府観光局 (JNTO)
〔実績〕 商談件数 24 件

[Date] 26 - 28 October 2023
[Venue] Suminoe-ku, Osaka, Japan INTEX Osaka
[Organizers] Japan National Tourism Organization (JNTO)
[Results] Number of business meeting: 24

【10 月 26 日】

- 1、Tours of the World (スウェーデン)
- 2、河南中州国際旅行社 (中国河南省)
- 3、JNTO ベトナムオフィス
- 4、Rahah Travel Corporation (フィリピン)
- 5、SAIGON TOURIST (ベトナム)
- 6、JNTO シンガポールオフィス
- 7、WTS Travel (シンガポール)
- 8、(株) MEC (韓国)
- 9、Xpert Holidays (香港)

【10 月 27 日】

- 1、JAPAN VIEW CO., LTD. (タイ)
- 2、JNTO 香港オフィス
- 3、Global Link International Holiday Co., Ltd. (タイ)
- 4、Travelite Indonesia (インドネシア)
- 5、GLZ International Travel Service Ltd. (中国広州)
- 6、GOLDEN TOURWORLD Travel (マレーシア)
- 7、ASA HOLIDAYS Travel PTE. LTD. (シンガポール)
- 8、QUALITY EXPRESS CO., LTD. (タイ)
- 9、Ntabi (韓国)
- 10、IACE TRAVEL (アメリカ)

【10 月 28 日】

- 1、Shenzhen Dida Travel Technology Co., Ltd. (中国深圳)
- 2、Hi JAPAN (韓国)
- 3、GREAT UNION CONTINENTAL TRAVEL AGENCY (インドネシア)
- 4、ICE HOLIDAYS (マレーシア)
- 5、VIETNAM-JAPAN SERVICE AND COMMERCE CO., LTD. (ベトナム)

【October 26th】

1. Tours of the World (Sweden)
2. Henan Zhongzhou International Travel Agency (Henan, China)
3. JNTO Vietnam Office
4. Rahah Travel Corporation (Philippines)
5. SAIGON TOURIST (Vietnam)
6. JNTO Singapore Office
7. WTS Travel (Singapore)
8. MEC Corporation (Korea)
9. Xpert Holidays (Hong Kong)

【October 27th】

1. JAPAN VIEW CO., LTD. (Thailand)
2. JNTO Hong Kong Office
3. Global Link International Holiday Co.
4. Travelite Indonesia (Indonesia)
5. GLZ International Travel Service Ltd.
6. GOLDEN TOURWORLD Travel (Malaysia)
7. ASA HOLIDAYS Travel PTE. LTD. (Singapore)
8. QUALITY EXPRESS CO., LTD. (Thailand)
9. Ntabi (Korea)
10. IACE TRAVEL (U.S.A.)

【October 28th】

1. Shenzhen Dida Travel Technology Co.
2. Hi JAPAN (Korea)
3. GREAT UNION CONTINENTAL TRAVEL AGENCY (Indonesia)
4. ICE HOLIDAYS (Malaysia)
5. VIETNAM-JAPAN SERVICE AND COMMERCE CO.

During the business meeting, there were comments such as "Furano Biei is attractive throughout the year," "I am interested in the convenience of Asahikawa Airport," and "I am interested in winter experiences and cultural experiences," while there were also comments such as "I do not know Furano Biei," and "I want to move from sightseeing only to cultural and nature experiences," which made us realize the importance of providing information in the future.

商談の中では、「富良野・美瑛は一年を通して魅力がある」「旭川空港の利便性について関心がある」「冬の体験や文化体験に興味がある」といった意見がある一方で、「富良野・美瑛を知らない」「見るだけの観光から、文化的で自然を感じる体験をしたい」という意見もあり、今後の情報提供の重要さも感じた。

総評

General Thoughts

スキー顧客市場として欧米豪が主なターゲットになると考えていたが、スキーをした事がない東南アジア各国の冬のライユーザーを抱えているバイヤーとのマッチングが多かった。ATWSで活用した資料や、冬のスキー観光・宿泊施設・観光拠点情報の提供を行い、富良野の良質な雪をブランド化する富良野市の取り組み「Furano bonchi powder」をバイヤーに紹介し、リアクションを得ることもできた。今後は商談会の成果をなるべく多く民間(各地域の事業者)へ落とし込み、富良野・美瑛観光圏へのさらなる誘客につなげ、各地域の観光地域づくりマネージャーとの連携強化を意識して、観光地域づくりを進めていく。

We thought that the main target market for ski customers would be Europe, the U.S., and Australia, but we were often matched with buyers who had light winter users from Southeast Asian countries who had never skied before. We provided materials utilized at ATWS and information on winter ski tourism, accommodations, and tourist bases, and we also introduced Furano City's initiative to brand Furano's high-quality snow, "Furano bonchi powder," to buyers, and were able to get reactions. In the future, we will incorporate the results of the business meetings into the private sector (businesses in each region) as much as possible to attract as many visitors as possible to the Furano Biei tourism area, and promote the development of tourism regions with an awareness of strengthening cooperation with the tourism region development managers in each region.

上川みなみ地域 アドベンチャートラベル商品造成事業

Kamikawa Minami Region Adventure Travel Product Development Project

富良野・美瑛地域においては、夏の田園景観と冬の良質な雪を求めて来訪が増える傾向にあり、生活習慣・文化・交通ルールの違いから、住民生活への悪影響も出始めている。このことから、観光客のマナー違反を解消させるための啓発とともに、地域の生業を知ってもらうコンテンツの造成、これまでとは違った客層の誘客、地域住民が大切にしている文化への理解につなげ、観光事業者と観光客のみならず、地域住民、環境も含めた「四方よしの観光」の実現に向けて、「アドベンチャートラベル」の市場に訴求できるコンテンツを造成する必要がある。富良野・美瑛エリアが国立公園や道立自然公園に指定された山岳地帯であるにもかかわらず、難易度の低いアドベンチャーエリアとして認識されているため、身体的な活動の難易度が低くてもニーズに応えられるコンテンツの磨き上げと新規コンテンツの造成を目的とする。

〔実施期間〕 2023年5月20日～10月31日

〔テーマ〕 火山がはぐくんだ地形と地域産業をめぐるサイクリング

〔ターゲット〕 欧米豪の「精神的満足を求める地域探検家」

〔招 請〕 招請期間：2023年6月26日～27日（1泊2日）

招請人数：合計18名→内招請者4名

〔ワークショップ〕 実 施 日：6月27日

商品造成：(1) 富良野 DOA 日帰りコース

(2) 富良野 DOA 拡張版 A コース

(3) 富良野 DOA 拡張版 B コース

(4) 富良野極寒体験ツアー

〔行 程〕 札幌駅 → サイクリング体験（中富良野公営駐車場～パノラマロード江花～日の出公園）→ 昼食（ノースグランパー富良野）→ ハイキング体験（十勝岳凌雲閣）→ 後藤純男美術館 → 新富良野プリンスホテル

〔アウトカム〕 造成コンテンツ利用者 目標 10 人 / 実績 0 人

コンテンツの売上金額 目標 100,000 円 / 実績 0 円

In the Furano Biei area, the number of visitors tends to increase in search of the countryside scenery in summer and high-quality snow in winter, and the differences in lifestyle, culture, and traffic rules are beginning to have a negative impact on the lives of local residents. In light of this, we are working on the "Adventure Travel" market to realize "four-way tourism" that includes not only tourism businesses and tourists, but also local residents and the environment, by raising awareness to eliminate violations of tourist etiquette, creating contents to let people know about local businesses, attracting a different type of visitor, and helping local residents understand the culture they cherish. It is necessary to create content that appeals to the "adventure travel" market, not only for tourism businesses and tourists, but also for local residents and the environment. Since the Furano Biei area is recognized as an adventure area with a low level of difficulty despite the fact that it is a mountainous area designated as a national park and a provincial natural park, the objective is to refine and create new contents that can meet the needs even with a low level of difficulty of physical activities.

[Implementation period] 20 May - 31 October 2023

[Theme] Cycling around volcanic landscapes and local industries

[Targets] European, U.S., and Australian "regional explorers seeking spiritual satisfaction"

[Invitation] Recruitment period : June 26~27, 2023 (1 berth and 2 days)

Number of applicants: 18 in total → 4 internal applicants

[Workshop] Implementation date: June 27

Product creation: (1) Furano DOA Day Trip Course, (2) Furano DOA Extended Version A Course, (3) Furano DOA Extended Version B Course, (4) Furano Extreme Cold Experience Tour

[Path] Sapporo Station → Cycling Experience (Nakafurano Public Parking Lot - Panorama Road Ebana - Hinode Park) → Lunch (North Grumper Furano) → Hiking Experience (Tokachidake Ryouunkaku) → Sumio Goto Art Museum → New Furano Prince Hotel

[Outcomes] Number of users of created contents Target: 10 / Actual: 0

Sales amount of contents: Target 100,000 yen / Actual 0



総評

General Thoughts

ATWS2023 北海道での商談を見据え、Day of Adventure (DOA) の磨き上げと商品造成に向けたワークショップを実施した。北海道は自然の壮大さやスケールに関しては世界と比べるとどうしても敵わない部分があるが、そこを埋めるのがアドベンチャートラベルの「ストーリー」である。ワークショップでは、その土地ならではのユニークな体験がツアー造成に繋がると考え、サイクリングに適した特性や雪による恩恵を感じられる地域の特性を盛り込むよう努めた。地域の文化に触れ、アクティビティの背景を「旅のストーリー」として旅行者に体験してもらう商品造成を行い、アドベンチャートラベルの市場に売り出す旅行商品を、富良野・美瑛エリアとして取り揃える必要がある。

In anticipation of the ATWS2023 Hokkaido business meeting, a workshop was held to refine the Day of Adventure (DOA) and create a product. Hokkaido's natural grandeur and scale are not as good as other parts of the world, but the adventure travel 'story' fills this gap. In the workshops, we tried to include local characteristics that are suitable for cycling and the benefits of snow, as we believe that unique local experiences are the key to tour development.

It is necessary to create products that allow travellers to experience the local culture and the background of the activities as a 'travel story', and to have a range of travel products for the Furano Biei area to sell to the adventure travel market.

アドベンチャートラベルワールドサミット

Adventure Travel World Summit

アジアで初開催となった「ATWS2023」は、ATの市場にかかわる旅行会社やガイド、メディアなどが一堂に会するネットワーキングの場として、約60カ国から750人の関係者が集まり、4日間にわたって北海道札幌市にて開催された。

〔テーマ〕 調和 - Harmony

〔日 時〕 2023年9月11日～14日

〔会 場〕 札幌コンベンションセンター（メイン会場）他

〔主 催〕 Adventure Travel Trade Association (ATTA)

【事前ネットワークミーティング】

北海道運輸局職員、ATTAのスタッフを中心に、官公庁、道内の観光連盟、DMO、自治体の関係者が約80名参加し、交流も含め参加者同士の名刺交換も活発に行われ、イベントに向けた士気を上げる活力に満ちた有意義な場となった。

【Day of Adventure (9月11日) 行程/参加者15名】

着	発	場所
—	06:45	札幌テレビ塔
08:57	09:35	中富良野町営駐車場～江花パノラマロード / サイクリング→形成された火砕流台地を体感
10:45	11:05	日の出公園展望台
11:20	12:30	North Glamper / 地産地消 BBQ→野菜ソムリエ提供の食材を使った食事
12:55	15:35	凌雲閣 / トレッキング→十勝岳の概要→凌雲閣、安政火口、エゾナキウサギの話
15:57	16:22	後藤純男美術館 / 日本画鑑賞→十勝岳連峰の鑑賞

このDOAもネットワーキングや商談の機会を得るきっかけとなることから、出席者の4人に加えて富良野・美瑛エリアから対応者を4人派遣し、出席者4人の活動をサポートした。

【商談会・ミーティング】

富良野・美瑛エリアでは、各日1時間30分の商談時間が北海道ラウンジで設けられ、「サイクリング」や「トレッキング」の商材を取り扱っているバイヤーと商談を行った。

商談以外の時間は、基調講演会、メディアコネクションが行われた他、ネットワーキングの時間には参加者が自由に会場を移動し、商談だけではなく環境問題に対する意見交換などの話し合いがなされた。また、会場内では書道や茶道、着物の試着などの文化体験の時間も設けられており、日本文化に親しむ催し物がなされた。

〔事業成果〕アウトプット：ATWS における商談…目標10件/実績18件



総評

General Thoughts

アジア初のリアル開催となったATWSでは、交流や名刺交換の場として用意された事前のネットワークミーティングや、実際にツアーを体験する「Day of Adventure」など、商談の機会を得る有意義な場となった。

実際の商談会では、サイクリングやトレッキングの商材を扱っているバイヤーと商談を行ったが、経費を見込んだ素材卸価格が一部未設定であり、ツアー商品の価格を決めきれなかったことから目標を達成することはできなかった。実施期間を超過しているものの、引き続き海外のエージェントへの売り込みを続け目標を達成していきたい。

The first ATWS2023 in Asia, ATWS2023 was held in Sapporo, Hokkaido, Japan, for four days, bringing together 750 participants from about 60 countries for a networking event that brought together travel agencies, guides, and media involved in the AT market.

[Theme] Harmony

[Date] 11 - 14 September 2023

[Venue] Sapporo Convention Center (main venue), etc.

[Organizers] Adventure Travel Trade Association (ATTA)

【Pre-networking meeting】 Approximately 80 people from the Hokkaido Transport Bureau, ATTA staff, government and municipal offices, tourism federations in Hokkaido, DMOs, and local governments participated in the meeting. The participants actively exchanged business cards with each other, including socializing, and it was a meaningful opportunity filled with energy and vitality to boost morale for the event.

【Day of Adventure (September 11) Itinerary/15 participants】 Sapporo TV Tower" 6:45→8:57 "Nakafurano Town Parking Lot" 9:35→Cycling on "Ehara Panorama Road" (experience the pyroclastic flow area formed) 10:45 "Hinode Park Observation Deck" 11:05→11:20 "North Glamper" BBQ for local production for local consumption (meal with ingredients provided by vegetable sommelier) 12:30 departure→12:55 arrival "Ryounkaku" trekking (overview of Mt. Tokachi→Ryounkaku, Ansei Crater, story of the Ezo-naki-Ugagi) 15:35 departure→15:57 arrival "Sumio Goto Art Museum" Japanese painting viewing (viewing of the Tokachi Mountain Range) 16:22 departure

Since this DOA is also an opportunity for networking and business meetings, we sent four correspondents from the Furano and Biei area to support the activities of the four attendees in addition to the four attendees.

【Business Meetings and Conferences】 In the Furano and Biei area, one and a half hour business meeting time was set aside each day at the Hokkaido Lounge for business meetings with buyers dealing with "cycling" and "trekking" products. During the networking time, participants moved freely from one venue to another, exchanging opinions on environmental issues as well as business talks. In addition, there was time for cultural experiences such as calligraphy, tea ceremony, and trying on kimonos to familiarize participants with Japanese culture.

【Project Outcome】Output: Number of business negotiations at ATWS: Target 10 / Actual 18

The ATWS, the first real event of its kind in Asia, provided a meaningful opportunity for business negotiations, including a preliminary networking meeting prepared for exchanges and business cards, and a "Day of Adventure" to actually experience the tours.

At the actual business meeting, we held negotiations with buyers who deal in cycling and trekking merchandise, but were unable to achieve the target because some wholesale prices of materials that anticipated expenses had not yet been set, and we were unable to fully determine the price of tour products. Although the implementation period has been exceeded, we would like to continue our sales promotion to overseas agents to achieve the target.

若年層向け雑誌「たびいじょ」掲載事業

Publication project in "Tabijo," a magazine for young people

SNSを中心として6エリアが一丸となって情報発信に取り組んでいる中、ターゲットを若年層、特に運転免許を持たない女子大学生に絞り誌面へ掲載することで、潜在的な旅行者層にリーチし、来訪意欲を喚起することを目的とする。また、富良野・美瑛地域における公共交通機関を使用したモデルコースを発信することで、持続可能な観光の提案も兼ねる。

〔招請日時〕2023年9月22日～24日(2泊3日)

〔取材先〕美瑛町 / びえいのガイド、フェルム ラ・テール美瑛、美遊バス

上富良野町 / まるます、日の出公園ラベンダー園

富良野市 / 風のガーデン、富良野ナチュラクスホテル

占冠村 / グランピングトマム、星野リゾート トマム

〔配布場所〕全国のカフェ・書籍店・ゲストハウス・旅行博や新入生歓迎会での配布、富良野・美瑛地域の各観光協会

While the six areas are working together to disseminate information mainly through SNS, the magazine will target young people, especially female university students without a driver's license, in order to reach potential tourists and arouse their desire to visit the area. The magazine will also propose sustainable tourism by presenting a model course using public transportation in the Furano and Biei areas.

[Invitation Date] 22 - 24 September 2023 (3 days and 2 nights)

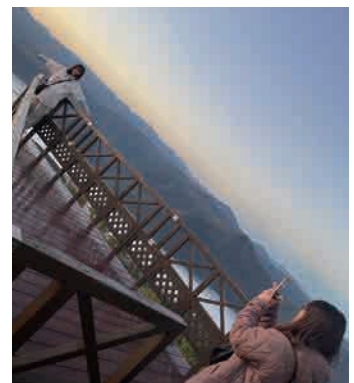
[Location] Biei Town / Biei Guide, Ferme La Terre Biei, Biyu Bus

Kamifurano Town / Marumasu, Hinode Park Lavender Garden

Furano City / Kaze no Garden, Furano Naturax Hotel

Shimukappu Village / Glamping Tomamu, Hoshino Resort Tomamu

[Distribution Locations] Distribution at cafes, bookstores, guesthouses, travel expos, and welcome parties for new students nationwide, and at various tourism associations in the Furano Biei area



総評

General Thoughts

このエリアのハイシーズンはすでにオーバーツーリズムとなっており、宣伝の必要はないと考え、大学生の夏休み期間と繁忙期終盤の秋に招請をした。ハイシーズンでなくとも、絶景やフォトジェニックな観光地、様々なアクティビティを楽しむことができる点を取材していただき、今後の来訪者層となる20代前半の女性向けにPRすることができた。

Since the high season in this area is already overtourism, we thought there was no need to advertise and invited them to visit during the summer vacation period for university students and in the fall at the end of the busy season. The coverage of the area's spectacular scenery, photogenic sightseeing spots, and various activities that can be enjoyed even outside of the high season allowed us to promote the area to women in their early 20s, who will be the future visitors to the area.

FURANO-BIEI REPORT 2023

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>

FURANO-BIEI REPORT *2023*