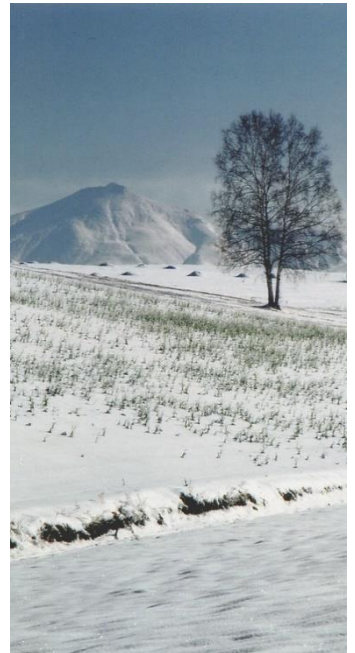


富良野・美瑛

田園休暇

～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～

富良野・美瑛観光圏整備計画 2023～2027



目次

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



富良野・美瑛 田園休暇

～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～

～富良野・美瑛観光圏整備計画～

1. 基本的事項

1. 観光圏の区域

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

2. 滞在促進地区の区域

(1) 主たる滞在促進地区

1. 富良野地区

宿泊施設数：121

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

(2) 交流地区

1. 美瑛地区：美瑛町

宿泊施設数：72

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

2. 上富良野地区：上富良野町

宿泊施設数：6

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

3. 中富良野地区：中富良野町

宿泊施設数：33

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

4. 麓郷・山部・東山地区：富良野市

宿泊施設数：13

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

5. かなやま湖地区：南富良野町

宿泊施設数：2

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

6. 幾寅地区：南富良野町

宿泊施設数：2

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

7. 占冠地区：占冠村

宿泊施設数：10

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

3. 観光圏整備計画の実施体制

(1) 実施主体

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

(2) 観光地域づくりプラットフォームの概要

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

(3) 地方公共団体の役割

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

4. 観光圏整備計画の目標

令和5(2023)年度～令和9(2027)年度までの5年目標

◎目指すべき方向性

観光圏の最終的に目指す目標は、

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

「200万人 交流プログラム」

(1) 宿泊延べ数

宿泊延べ数 令和9年度：200万泊人

(160%増)

現状令和3年度：82.5万泊人（令和4年度：125万泊人見込み）

(2) 旅行消費額

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

旅行消費額 30,029円→55,000円

(3) 旅行者満足度

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

総合満足度 35%→52.0%

(4) 活動体制の確立への目標

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

5. 観光圏整備計画の計画期間等

(1) 計画期間

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

(2) 見直しの手順

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

6. 住民その他の利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映状況

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

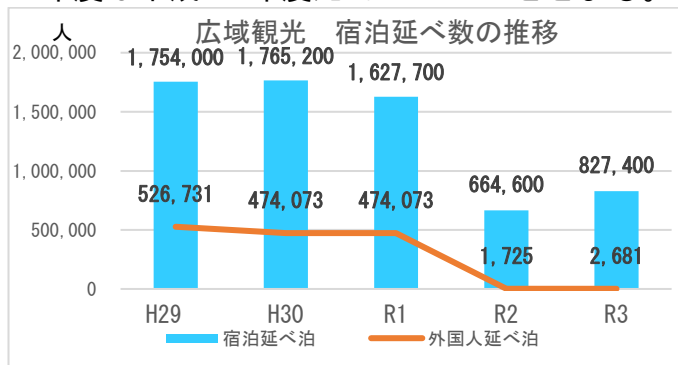
7. 地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加を目指すための取組

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

2. 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針

1. 富良野・美瑛を取り巻く現状と課題

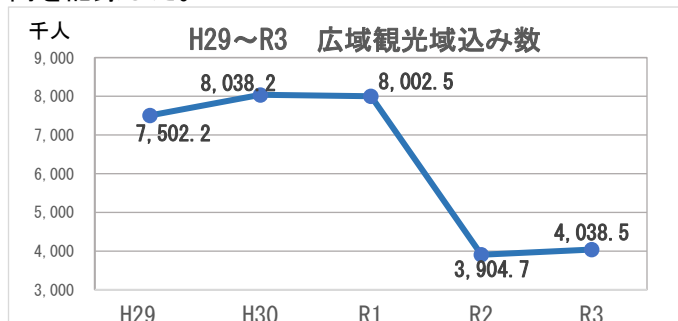
◎平成 30 年度に過去最高を記録し、前計画の目標達成を目前に控えていたものの、令和 3 年度は平成 30 年度比で 46.9%にとどまる。



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

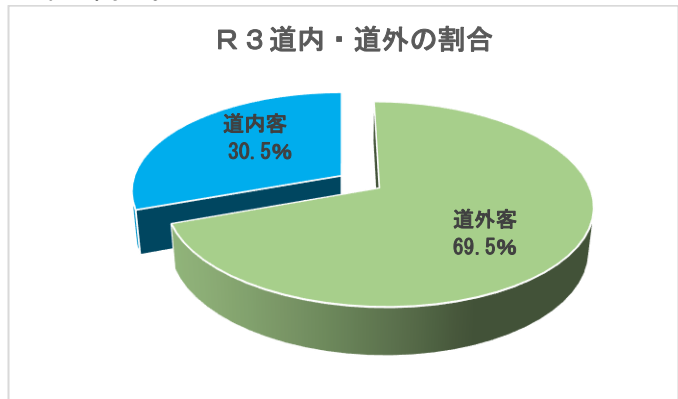
(1) 広域観光入込の推移

平成 24 年より増加傾向が続き、平成 30 年度に過去最高を記録した。

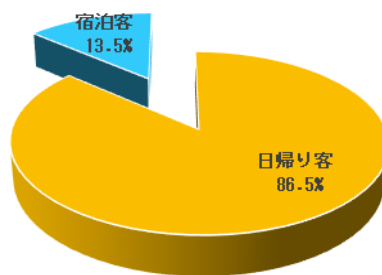


(2) 観光客の特徴

道外客の割合が高いが、他地域への宿泊や日帰り客の比率が高い。

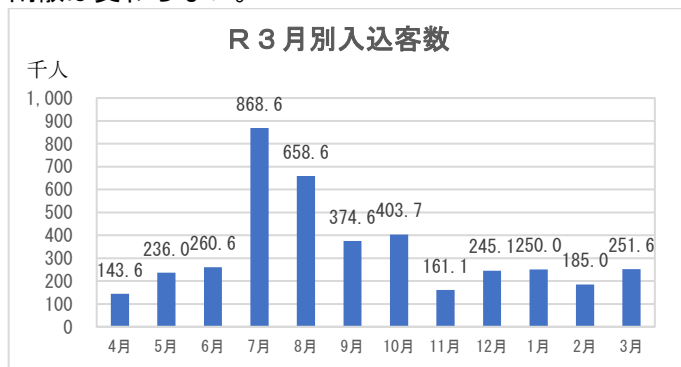


R 3 日帰り客・宿泊客の割合

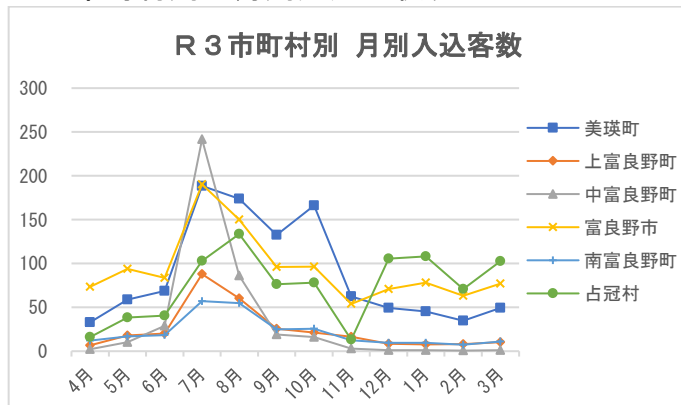


(3) 月別入込の状況

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

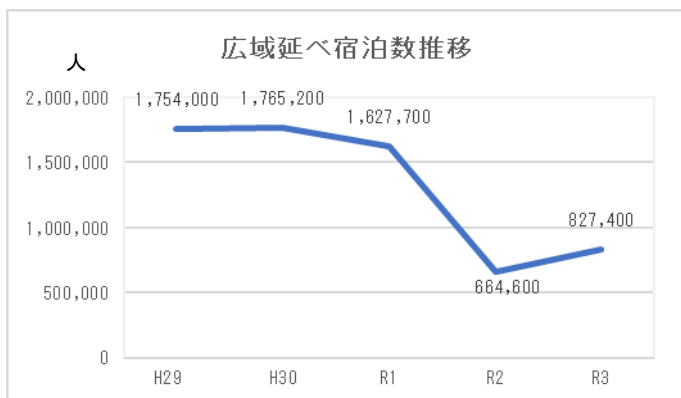


※市町村別 月別入込の状況



(4) 宿泊延べ数の状況

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



年度別月別宿泊延べ数推移

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
H29	45.0	112.3	158.2	223.7	123.9	162.7	123.6	37.2	147.0	187.8	163.6	140.2
H30	45.7	106.7	166.3	250.2	256.0	120.4	105.5	36.9	162.7	205.9	170.5	138.6
R1	55.3	106.6	161.1	124.5	162.4	157.3	106.7	33.5	169.1	194.6	126.8	27.3
R2	6.6	7.9	17.8	83.5	116.2	120.6	106.8	30.9	57.1	37.0	35.7	44.5
R3	20.6	39.3	38.3	121.1	126.3	70.5	82.7	32.8	84.9	80.4	53.8	76.7

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

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

H30 外国人宿泊者数割合

地域	割合
アジア	89.6%
オセアニア	4.8%
北米	1.8%
ヨーロッパ	1.2%
不明	2.7%

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

H30外国人観光客宿泊延べ数割合

地域	割合
アジア	85.5%
北米	8.0%
ヨーロッパ	1.3%
オセアニア	0.8%
不明	3.3%

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

Q6. 本地域での、今国の現在の総合満足度はどのくらいですか？（〇は、1つだけ）

	●凡例	満足・計					不満・計				満足・計	不満・計	追加 評価		
		大変満足 (7)	満足 (6)	やや満足 (5)	やや不満 (4)	不満 (3)	不満 (2)	大変不満 (1)							
									無回答						
全観客：2019年度・合計	(n= 8,157)	31.3%				46.4			14.1	3.6	0.5	0.2	89.8	1.0	6.07
【高良野・東岸緑地型】：2019年度	(n= 248)	14.1				44.4			26.2	8.9	2.4	4.0	84.7	2.4	5.61
【高良野・東岸緑地型】：2020年度	(n= 454)	30.2				42.1			16.7	6.6	1.3	0.2	89.0	2.0	5.93
【高良野・東岸緑地型】：2020年度	(n= 123)	43.8				33.3			10.6	3.3	0.8	3.3	92.7	0.8	6.30
【高良野・東岸緑地型】：2021年度	(n= 261)	47.1				41.8			7.7	1.2	0.4	0.9	96.6	1.5	6.35
東武駅直結型 都心C	(n= 84)	46.4				44.1			7.1	2.4	—	—	97.6	2.4	6.32
大丸・タカ	(n= 174)	48.3				41.4			8.1	0.6	0.6	0.2	97.7	1.2	6.36
港有地型別 日曜大衆・計	(n= 107)	41.1				46.6			8.4	0.9	—	0.9	98.1	0.9	6.30
銀座・計	(n= 146)	52.7				38.4			6.9	1.4	0.7	—	98.0	2.1	6.38
栄・日曜大衆・夏季開業：2019年度	(n= 148)	53.4				37.8			6.4	—	0.7	2.0	97.3	0.7	6.45
冬季開業：2021年度	(n= 113)	38.9				46.9			9.9	2.7	1.8	—	95.6	2.7	6.22
銀座有地型別 営業	(n= 26)	36.1				47.2			11.1	2.8	2.8	—	94.4	5.6	6.03
上善堂野	(n= 42)	21.4				54.8			14.3	2.4	7.1	—	90.5	2.4	6.00
中善堂野	(n= 59)	40.7				47.5			8.5	3.4	—	—	96.6	—	6.31
高良野	(n= 116)	64.7				32.0			31.9	—	—	—	100.0	—	6.62
南高良野	(n= 1)	—				100.0			—	—	—	—	100.0	—	6.00
占碑	(n= 7)	28.6				42.9			14.3	—	14.3	—	85.7	14.3	7.71
WTC直結型	(n= 0)	—				—			—	—	—	—	—	—	0.00
池袋不明	(n= 0)	—				—			—	—	—	—	—	—	0.00

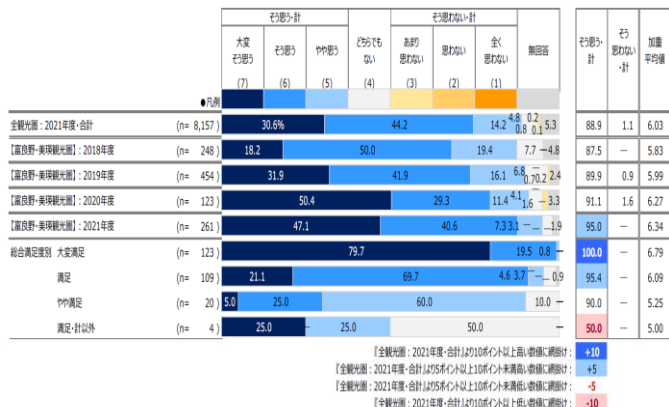
『全観光圏：2021年度・合計より10ポイント以上高い数値に該当』
 『全観光圏：2021年度・合計より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に該当』
 『全観光圏：2021年度・合計より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に該当』
 『全観光圏：2021年度・合計より10ポイント以上低い数値に該当』

(7) 紹介意向

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

■本地域の紹介意向 (全体/単一回答)

Q9. 観光客に本地域を紹介したいですか? (〇は、1つだけ)

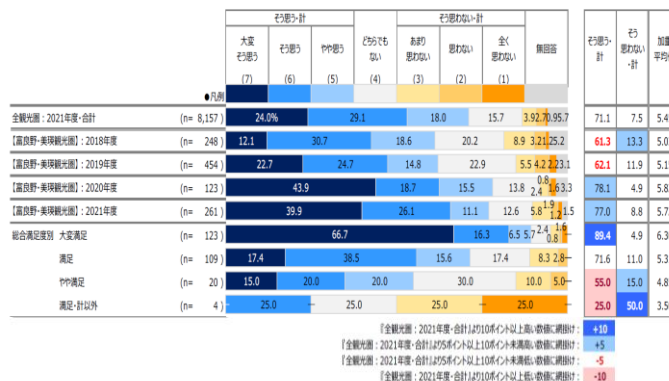


(8) 再来訪意向

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

■本地域への1年以内来訪意向 (全体/単一回答)

Q10. 1年以内に、本地域への来訪を検討しますか? (〇は、1つだけ)



(9) 農業環境会議からの現況

「田園」の魅力再発見のための定期的な交流の場づくり

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

つなぐこと
つなげること
伝えること

観光は「思い」の最終ランナー

「思い」をつなぎ、物語(ストーリー)化することで、ここだけの「経験」として感動させるという目的や地域が伝えたいことを共有する場。

2. 富良野・美瑛地域の強みと弱み(SWOT)

強み (Strengths)

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

弱み (Weaknesses)

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

機会 (Opportunities)

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

脅威 (Threats)

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

3. 地域としての戦略方針

- ・富良野・美瑛の「強み」と「価値」を伝え共有する

① 「四季彩の大地」

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

② 最大の強み「花」

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

③ 「田園」

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

④ 「花」×「田園」＝「癒し」

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

ルギーを確認する場所

- ・これらを地域づくりの柱に置いて、「癒しの空間づく
り」を行う。

4. 富良野・美瑛の目指す目標・ビジョン

「豊かな自然と美しい田園を 100年後の子孫に今以上にして返す」

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

5. ビジョンを達成するための方向性

1) 宿泊延べ数 200 万人の観光交流地域を目指します。

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

2) 「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを目指します。

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

3) 環境にやさしい観光を推進します。

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

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

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

6. ビジョンを達成するためのブランドコンセプト

1) コンセプト

富良野・美瑛 田園休暇
世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ

2) 富良野・美瑛の強み

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

3) お客様へ提供する価値

- ・癒し
- ・人間が本来持っているエネルギー
- ・ワクワク・感動

4) 富良野・美瑛の「強み」「価値」の背景

○風土～美しい自然と豊かな農業

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

○人々～自然と共生する人々と文化

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

7. 競合する地域（ライバル）との差別化

○国内

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

○海外

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

8. コンセプトを実現するアクションプランの基本方針

田園休暇の過ごし方＝ライフスタイルの提案

住んでいる住民×訪れる人々がそれぞれ求める

至福の瞬間を追及する

→「至福の旬感プログラム」

「旬」を五感で「感じる」

→五感を開放し、心を揺さぶる感動の演出を

- ・北海道内の他のエリアとの徹底的な差別化を図り強みを延ばす。
- ・強みである「花・丘・田園・雄大で多様性のある自然環境」を延ばしていく。
- ・弱みである2次交通も「寄り道を楽しむ」として「時間を短縮する方向ではなく、移動さえ楽しむ」寄り道の提案やガイド・情報発信の質を高めることでエンターテイメントにしていく。
- ・年間として様々な四季の彩りを提供する。
- ・地元と旅行者が交流する機会と場所を増やし、旅行者同士が交流する機会も増やす。特に、コロナ禍を経て普及しつつあるワーケーションの受入環境整備により、取り組みを促進する。
- ・旬の食材や旬の体験をととして「ここだけのサービス」「あなただけにサービス」「この時期だけ」を徹底的に深め、期待と価値を上回る感動を演出する。
- ・「農業・環境」を全面に打ち出し、「もったいない」という気持ちを発信し、地球環境に配慮した地域づくりを念頭に、旅行者の気づきのきっかけとなるように配慮する。

9. アクションプランの具体的な六つの方向

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

10. ターゲット別の戦略方向

(1) イメージ戦略

☆富良野・美瑛「らしさ」を全面に

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

(2) ターゲット、テーマ別の課題

自然景観の保護

☆農業・林業・自然景観の保全が課題

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

観光客のニーズは「食」

☆ニーズは「食」「自然景観」「温泉」

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

交通アクセスの改善

☆便数・路線が少なく、不便な交通インフラ

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

インバウンド関連

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

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

(3) ゾーニング、ターゲット、テーマ別の戦略方向

北海道を代表する豊かな農作物を生み出す田園風景や畑の中で、そこから生み出される「ここでしか食べられない旬な食」で元気を取り戻す。

神々の住む圧倒的な山々や深い森に圧倒され・自然と共生する人々の知恵を学び・そんな奇跡のような景色がパッチワークのように重なる空間にたたずみ優しい時間を過ごすことで、明日元気になる感動とパワーを充電して帰る場所を目指す。

1. テーマ別のイメージを伝えていくための方針

① 花

・ラベンダーをはじめ、スケールの大きい花畑は

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

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

② 森

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

③ 山

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

④ 丘

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

⑤ アクティビティ

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

2. ターゲット別のイメージ・取組方針

①地域住民（6自治体間）

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

②道内

- ・札幌・旭川からの家族層・ドライブ旅行の女性同士・カップルの1泊2日
- ・目的の中心は、地域ならではの食・温泉・アート・アウトドア・スキー
- ・特に春と秋、冬 11月～1月の集中キャンペーン
- ・田園テラスの充実

※冬の森、クリスマスツリーの森をスノーシューで散策し、森の中のパウダースノーを歩く、誰もいない絵本の世界のような森を訪ねる。

※食→女性に向けて、ヘルシーな野菜、ジビエとして鹿など食事を楽しみ雰囲気の良い宿泊施設で1泊2日

※占冠のククサなどで地元の2次産業を感じ、3次産業として地元ガイドが森を案内する観光サービスを展開する。

- ・リピーターを増やすため、特に札幌・旭川圏からの家族層や訪問率の高い若年層などの1泊2日訪問・宿泊率を増やす。
- ・JR北海道・ふらのバスなどの公共交通とレンタカーや高速道路との連携

③道外

- ・ファミリー層の2泊3日
- ・修学旅行生・長期滞在希望・移住予備軍
- ・50歳以上のアクティブ層・20～40歳代の元気な女性
- ・関西より南のエリアに居住しているファミリー層
- ・シニア、60歳代
- ・滞在に十分なプログラム・コンテンツを、シーズンや時間帯などの内容も充実させ提供
- ・ここだけ・今だけしか体験できない「旬感プログラム」の発信

→収穫体験や農業体験（地元の食にふれる）

→春はアスパラ、夏はトマト、メロン、秋はとう

きび、ジャガイモなど

- ・JAL・ANA・AIRDO・スカイマーク・LCC・商船三井フェリー・JR・レンタカーとの連携

・来訪者に対するワンストップ窓口の充実
→地域での滞在に係る各種情報を一元化して提供

- ・目的別は、ドライブ・サイクリング・食・花・アウトドア・温泉・登山・避暑・移住

④海外

- ・国内客の休暇シーズンにかかわらず訪日する海外客は、花のピークをずらした時期、閑散期や冬の底上げを狙う。

- ・台湾・香港を中心とした東アジア市場は、30～50歳のリピーターとする。

- ・オーストラリア市場は、ファミリー層で、スキー中心の誘客を狙い、冬のオール北海道として広域連携を進める。

- ・冬の魅力発信を重点的に行う。

- ・4月、5月に旅行シーズンを持つ東南アジア諸国の市場は、桜と残雪の風景を発信する。

- ・富裕層に対する特別な場所、食事を提供する仕掛け

- ・関西・羽田・新千歳・旭川の各空港との連携やJAL・ANA・JR北海道との連携

- ・海外は、東南アジアを中心に富良野・美瑛ブランドコンセプトに基づく統合的な情報発信

- ・FIT化するアジア圏を中心とした現地PRとドライブ・冬の情報発信の継続

- ・台湾・香港は、メディアを使った広告宣伝（ドライブ情報）

- ・韓国は、フィルムコミッションなど映像（映画・ドラマ）誘致によるPR

- ・中国は、都市別に戦略を変えたマーケティング

- ・シンガポール・マレーシア・タイは、情報収集によるマーケティング・情報発信

3. アプローチ戦略

①マーケティング戦略

- ・長期的な視点に立って、戦略的プロモーションを実施する。（インバウンド回復）

- ・国内外の観光客誘致のための各市町村レベルでの様々な環境整備に当たって、観光客の特性とニーズを把握し続ける。

- ・来訪者の特性、世代別、地域別、国別の旅行実態と旅行意識の調査を随時行い、関係団体への還元と共有を重要視する。

- ・来訪者の期待度・満足度・イメージ度などを調査し、ギャップを埋めていく。

- ・観光見本市等でのニーズ・動向調査

- ・地域内消費額や観光施設の増減、経済調査など

②IT戦略

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

③PR媒体戦略

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

④宣伝・営業戦略

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

⑤人材育成戦略

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

⑥インバウンド回復戦略

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

⑦国内交流拡大戦略

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

観光への集中を緩和させる平準化に取り組む。

⑧高付加価値で持続可能な観光地域づくり

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

3. 観光圏整備事業の概要

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

※別添①ロードマップ

(2) 主たる滞在促進地区における事業

1. 田園休暇バス事業 (R5～9)

富良野 i サイトを起点とした花畑や主要スポットを巡る「田園くるるバス」を運行する。

2. 冬期のシャトルバス運行 (R5～9)

早朝、市街地からスノーリゾートに至る「モーニングシャトル」を運行し、市街地に宿泊のスキーを目的とした長期滞在者の利便性向上を図る。また、夕刻以降のバス運行のない時間帯に宿泊滞在エリアから市街地に至る「イブニングシャトル」を運行し、泊食分離の提案を実施する。

◎ふらの観光協会

3. 花壇整備事業 (R5～9)

主要道の美化整備の一環で、植樹マスへの花卉植栽の際に生ごみから製造した堆肥を使い、持続可能な観光を実践する。

◎ふらの観光協会

(3) 交流地区における滞在・回遊促進事業

◎美瑛地区

1. 二次交通強化 (R5～9)

美瑛エリア滞在コンテンツのひとつとしてガイドも乗車した「美遊バス」を運行する。

◎美瑛町観光協会

2. 観光マナー啓蒙活動 (R5～9)

農業＝美しい景観を守るために畑に入らない啓蒙および交通標識などの多言語チラシや動画の作成及び巡回による継続的な周知に取り組む。

◎美瑛町観光協会

3. 外国対応コンシェルジュ (JR 美瑛駅) (R5～9)

外国語対応コンシェルジュによる滞在プログラムや各種二次交通予約などに対応する。

◎美瑛町観光協会

◎上富良野地区

1. インバウンド受け入れ環境 (R5～9)

インバウンドの需要に応えるため、観光資源の魅力アップと受け入れ環境整備に取り組み、外国語案内による観光人材の育成を目指す。

◎かみふらの十勝岳観光協会

2. 持続可能な観光の推進 (R5～9)

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

◎かみふらの十勝岳観光協会

◎中富良野地区

1. サイン整備 (R5～9)

四季彩の丘～ファーム富田を結ぶ北星山周辺に田園テラスを巡りながらトレイルランやウォーキングコースの設置を行い、一人歩きが可能な看板を設置する。

◎なかふらの観光協会

2. 田園テラス受入環境整備 (R5～9)

特に外国人の満足度向上のために滞在ポイントである北星山でWi-Fiの整備などを行なうことで滞在時間を延ばす。

◎なかふらの観光協会

◎南富良野地区

1. 手ぶらでアウトドア「幾寅」(R5～9)

アウトドアフィールドの中心である地区において南富良野エリアの滞在プログラムの詳細紹介・アウトドア体験を網羅したSNS等を活用したPR活動の拡大やガイドの育成、新たなツアー造成に向けた試行を行う。

◎南富良野まちづくり観光協会

2. かなやま湖周辺の機能強化 (R5～9)

かなやま湖周辺のキャンプ場などの観光施設の利便性向上に向けた施設拡充や体験型コンテンツの拡充に向けたイベントの開催、ツアーの造成・試行を行い、エリアにおけるハード・ソフト両面からの機能強化を図る。

◎南富良野まちづくり観光協会、南富良野町

3. 道の駅「南ふらの」機能拡充 (R5～9)

地域資源であるアウトドア環境を生かした体験型観光などの情報発信や交通結節点の強化及び子育て応援・交流拠点・休憩機能の拡充並びに防災拠点化を進め、道の駅エリア全体の機能拡充を進める。

◎南富良野まちづくり観光協会、南富良野町

◎占冠地区

1. 道の駅「占冠」サテライト機能強化 (R5～9)

新千歳空港から道東道を経由して最短で本エリアに入る占冠エリア「道の駅」での観光案内及び自転車レンタルなどの機能を強化する。

◎占冠・村づくり観光協会

2. サイクリングによる環境美化活動の推進 (R5～9)

景観の維持に向けて、地区内で自転車に乗りながら
ゴミ拾いを実施する。

◎占冠・村づくり観光協会

3. 高付加価値なコンテンツの提供 (R5~9)

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

◎占冠・村づくり観光協会

4. サステナブルなコンテンツの提供 (R5~9)

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

◎占冠・村づくり観光協会

(4) 住民に対する意識啓発等事業

1. マーケティング調査 (R5~9)

満足度・観光消費額調査を年間2期にわたって実施
する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

2. 農業環境会議の実施 (R5~9)

観光分野と異業種交流促進、住民啓発を実施する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

(5) その他事業

1. 観光地域づくり人材育成 (R5~9)

地域住民を含む観光関係者での研修などの人材育
成事業を年2回実施する。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

2. 観光プロモーション事業 (R5~9)

国内外の更なる認知度向上に向けた情報発信、プロ
モーションを行なう。

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

3. 全国観光圏連携事業 (R5~9)

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

4. 看板の撤去 (R5~9)

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

5. サイクリング環境整備事業 (R5~9)

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

6. アドベンチャートラベル推進体制整備 (R5~9)

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

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

7. 新たな旅のスタイルの推進 (R5~9)

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

◎富良野美瑛広域観光推進協議会

(6) 農山漁村交流促進事業

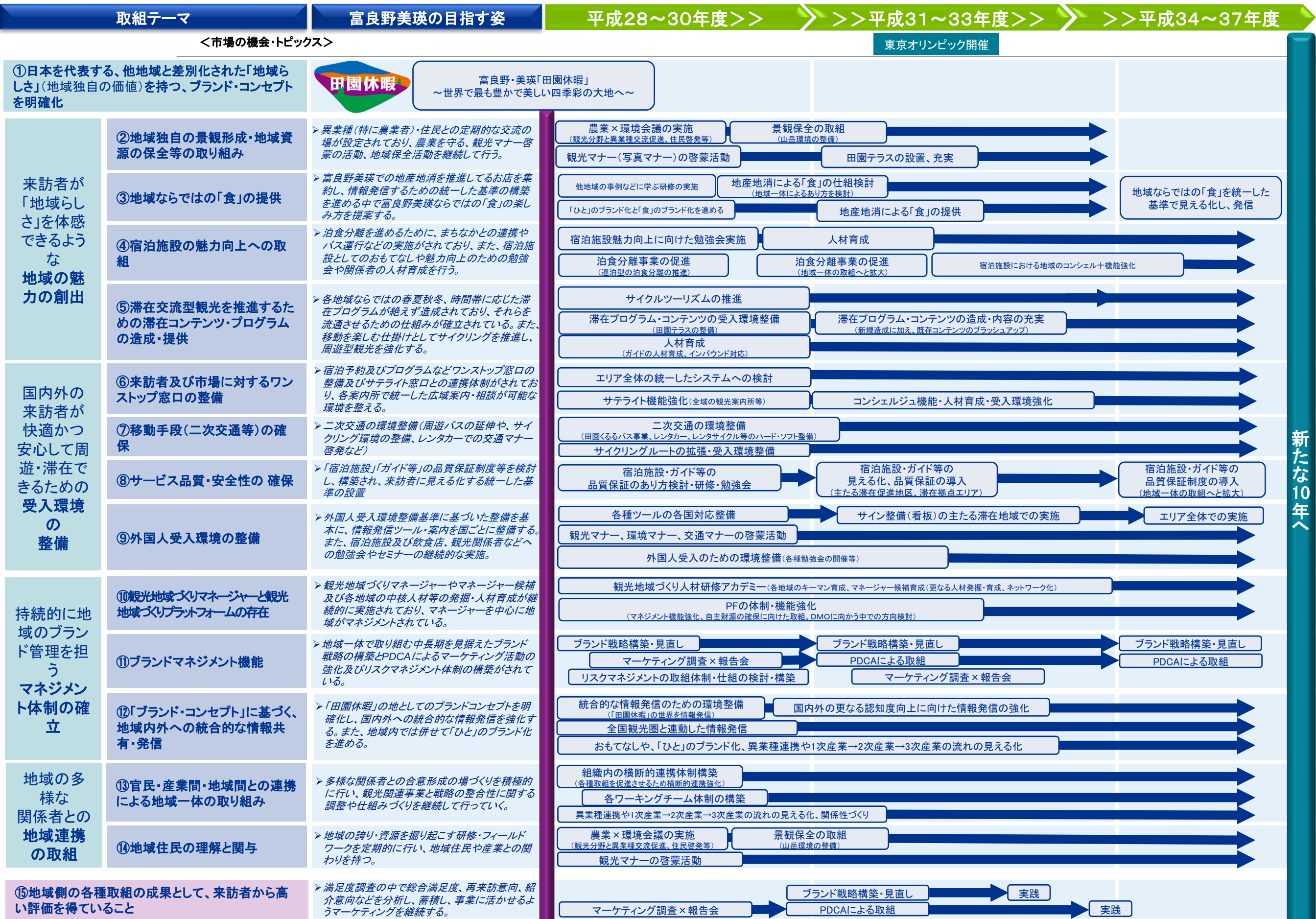
4. 協議会に関する資料等

・連携体制図別添②

・規約は別添③

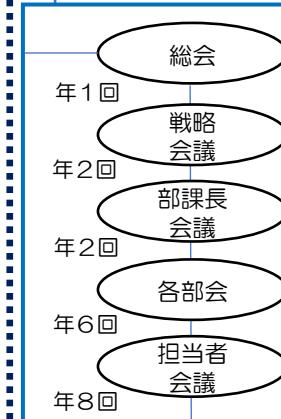
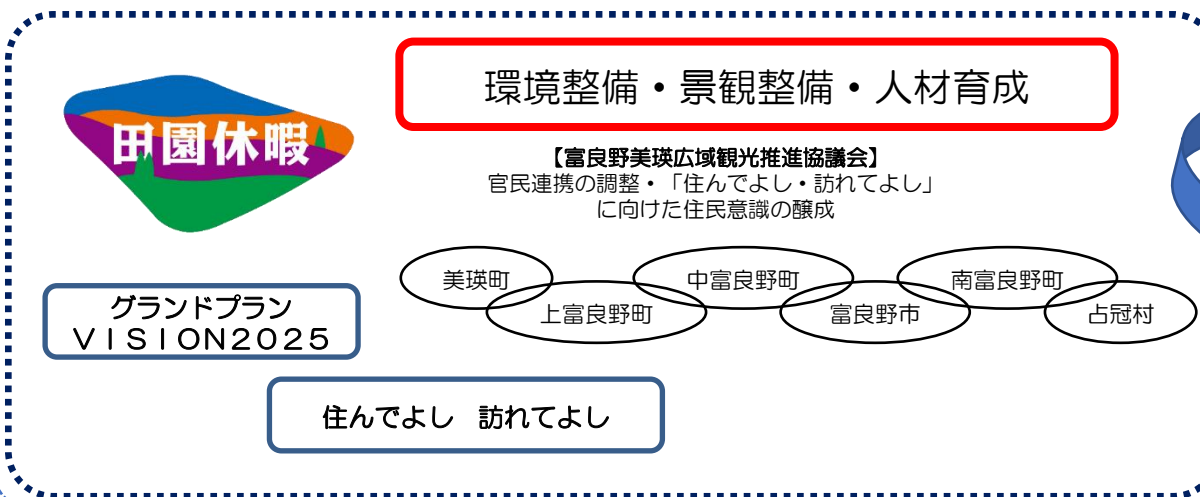
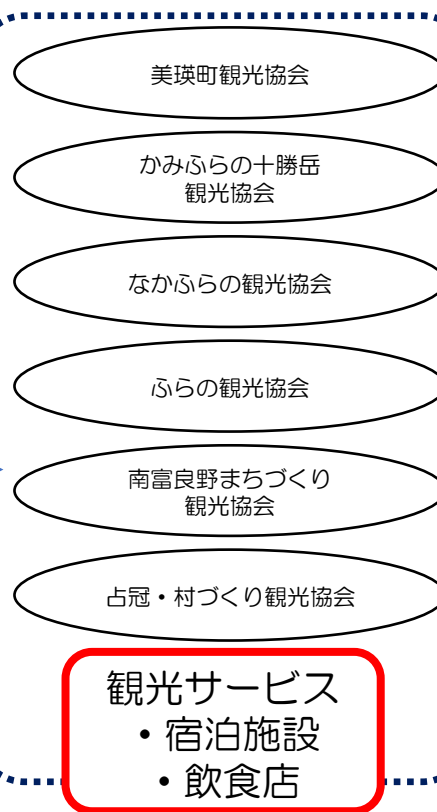
5. その他市町村又は都道府県が必 要と認める事項

・農山漁村交流促進事業について事業申請があれば随
時申請を行う。



地域連携DMO 組織図

添付②



- 地域連携DMO
一般社団法人
ふらの観光協会
総括：石川
- マーケティング部会
地域づくりマネージャー
石川・野村
 - インバウンド部会
地域づくりマネージャー
岩佐
 - 品質管理部会
地域づくりマネージャー
長田・遠藤
 - 情報発信部会
地域づくりマネージャー
堤
 - 体験・アウトレッド部会
地域づくりマネージャー
小野
 - 2次交通部会
地域づくりマネージャー
太田



富良野美瑛広域観光推進協議会規約

(目的)

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

(名称及び事務局)

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

2 本会の事務局は、富良野市役所に置く。

(1) 事務局に、事務局長及びその他の職員を置く。

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

(構成)

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

(事業)

第4条 本会は、第1条の目的を達成するため、次の事業を行う。

(1) 富良野美瑛地域の宣伝誘客に関すること。

(2) その他、地域の広域観光の振興に関すること。

(役員)

第5条 本会に、次の役員を置く。

(1) 会長 1名

(2) 副会長 6名

(3) 理事 若干名

(4) 監事 2名

2 役員は、総会において選任し、任期は3年とする。ただし、再任を妨げない。

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

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

5 本会に顧問を置くことができる。

(職務)

第6条 会長は、本会を代表し、会務を総理する。

2 副会長は会長に事故があるときは、その職務を代理する。

3 理事は、本会の会務を推進する。

4 監事は、本会の業務及び会計を監査する。

(会議)

第7条 本会の会議は、総会及び理事会とする。

2 総会は、年1回、臨時総会及び理事会は必要に応じて会長が召集する。

(総会の議決事項)

第8条 総会は次の事項を審議する。

(1) 事業計画及び収支予算

(2) 事業報告及び収支決算

(3) 規約の改廃

(4) その他、会長が必要と認めた事項

(総会の議事等)

第9条 総会は、会員の3分の2以上の出席をもって成立する。

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

3 会議の議長は、会長がこれにあたる。

(理事会)

第10条 理事長は次の事項を審議する。

(1) 総会により委任された事項

(2) 予算科目の変更にに関する事項

(3) その他、本会の運営に関する事項

(経費)

第11条 本会の経費は、負担金、補助金及びその他の収入をもってあてる。

(事業及び会計年度)

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

(補則)

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

附 則

この規約は、平成6年5月25日から施行する。

附 則 (平成7年改正)

この規約は、平成7年4月1日から施行する。

附 則 (平成9年4月21日改正)

この規約は、平成9年4月21日から施行する。

附 則 (平成24年5月15日改正)

この規約は、平成24年5月15日から施行する。

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

富観協第050403号
令和5年4月3日

国土交通大臣 殿

(共同事業者)
住 所 富良野市本町2番27号
コンシェルジュフラノ2階
氏名又は名称 一般社団法人 ふらの観光協会
代 表 者 会長 鈴木 敏 文

観光圏整備実施計画認定申請書

観光圏整備実施計画を認定されるよう観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（平成20年法律第39号）第8条第1項の規定に基づき、下記のとおり別紙関係書類を添えて申請します。

記

1. 対象となる観光圏の区域
美瑛町・上富良野町・中富良野町・富良野市・南富良野町・占冠村の6自治体
2. 観光圏の名称
富良野・美瑛観光圏
3. 観光圏整備実施計画の期間
令和5年4月1日から令和10年3月31日まで
4. 別紙関係書類

I. 基本的事項

1. 観光圏の区域及び滞在促進地区

(1) 観光圏の区域設定の考え方

【自然】

大雪山国立公園の十勝岳連峰、道立公園の夕張山地、日高山脈に囲まれ、それらのすそ野に波状丘陵や富良野盆地が広がる。鹿や熊が棲息する石狩川水系や・鶴川流域上流部に位置し、さらに東京大学演習林に代表される豊かな森を開拓した一大農業地帯である。

【歴史】

古来よりアイヌの人々は、美瑛・富良野の地名を「硫黄の匂いがする場所（フラヌイ）」「濁った水が流れる場所（ピイエ）」「川の上流にある平和なところ（シモカプ）」「鹿が登る川（ユクトウラシペツ）」と呼んでいた。

【文化】

大きな背景は「盆地」であり、北を大雪山系のすそ野に広がる独特の「丘」が囲み、南は「深い樹海の森」に囲まれ、東西を「十勝岳と芦別岳の大きな山々に囲まれた」富良野盆地の特徴であり、これらの地理的要因により、様々な姿の田園空間を作り出し、その空間を開拓以来、ここで暮らす人々の生活の知恵が脈々と受け継がれ、奥行と深さを与える特有の文化圏を作りだしている。

【生活圏】

各市町村のJAが合併し、現在では6自治体でも広域JAとして「JAふらの」「JAびえい」の二つからなり、農業と一体となった生活圏を形成している。

また防災面でも広域連合として富良野圏域一体となっている。

【連携活動実績】

観光面で、平成6年から「富良野美瑛広域観光推進協議会」を6自治体で設置し、お客様の立場に立って自治体の垣根を超えた連携を29年間継続している。今後も「富良野・美瑛」ブランドを構築するためにも、6自治体が一体となった観光圏の区域設定が最適と考え、面の活動を継続している。

【2泊3日以上滞りへの対応】

主たる滞在地区を中心に、北は約30km、南には40kmという縦長の地理ながら各滞在地区には多様な宿泊施設をそろえており、目的別の滞在にも対応可能である。

(2) 主たる滞在促進地区とその設定の考え方

名称	富良野滞在促進地区
範囲	富良野市の北の峰・中心街地区を主体とする ～富良野市字島ノ下～字学田三区～北の峰町18～字中御料～弥生町3地先～末広町8～若松町7～緑町8～若葉町4～字西学田二区～清水山を囲んだ地区
【設定の考え方】 札幌からJR及び車で来る場合の入り口となると共に、北の峰エリアには宿泊施設が80施設ほど集積しており、観光情報の核となる観光協会の相談窓口が設置されている。 特にエリア内にはスキー場、ふらのマルシェ、チーズ工場、ワイン工場、演劇工場、ニングルテラス、風のガーデンなどの観光施設が徒歩圏内に集積されている。 <宿泊施設の集積度> 施設数 121施設 総ベッド数 4,900床 <アクセスの利便性>	

旭川空港から区域の北側の美瑛町まで 30 分、新千歳空港から区域の南側の占冠村までは 1 時間、帯広空港から区域の南側の占冠村までは 1 時間と道外からのアクセスもよく、また道内のアクセスについては北海道の中央ということで利便性が高い。また、域内交通についてはグリーンシーズに運行する観光周遊バスは、富良野駅や旭川駅を起点として中富良野のファーム富田、美瑛の青い池など主要な観光スポットをめぐるコース、美遊バスは美瑛駅を起点として美瑛町内の各名所をめぐるコースで運行している。また、冬場はスキーエリアの宿泊地区（北の峰）からまちなかへ回遊させるイブニングシャトルバスを運行している。

(3) 圏域図（別添）

2. 事業実施体制

(1) 主たる滞在促進地区における事業実施体制

実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 富良野市経済部商工観光課観光係（観光地域づくり） ②連携する部署名及び役割 総務部企画振興課（交通体系、社会資本整備、ワーケーション）、スマートシティ戦略室（プロモーション）、市民生活部環境課（持続可能）、市民生活部市民協働課・保健福祉部保健医療課（自転車活用）、経済部農林課（観光マナー問題、地産地消、農業振興）、建設水道部都市建築課（景観計画）、都市施設課（社会資本整備）ぶどう果樹研究所（滞在プログラム企画） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 一般社団法人ふらの観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善、人材育成、アクセス改善、プロモーション） ②連携する事業者名及び役割 ふらのバス株式会社（アクセス改善、滞在プログラム企画、プロモーション） 北海道旅客鉄道株式会社、日本航空旭川支店、全日本空輸旭川支店、株式会社 AIRDO、商船三井フェリー株式会社（アクセス改善、プロモーション） ふらの農業協同組合（地産地消）
------	---

(2) 滞在促進地区・交流地区における事業実施体制

地区名称	美瑛滞在促進地区/美瑛交流地区	市町村名	美瑛町
分類	農村地区		
実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 美瑛町商工観光交流課観光振興係 ②連携する部署名及び役割 文化スポーツ課、郷土学館（滞在プログラム企画）、農林課（観光マナー）、住民生活課（持続可能）、建設水道課（アクセス改善、社会資本整備） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 一般社団法人美瑛町観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善、人材育成） ②連携する事業者名及び役割 美瑛町農業協同組合（特産品開発） （有）美瑛町物産公社（道の駅における情報提供及び特産品販売） JR美瑛駅（アクセス改善）		

地区名称	上富良野滞在促進地区/ 上富良野交流地区	市町村名	上富良野町
分類	温泉地区		
実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 上富良野町企画商工観光課（観光地域づくり、滞在プログラム企画）		

	②連携する部署名及び役割 総務課（アクセス改善）、町民生活課（持続可能）、農業振興課（観光マナー） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 一般社団法人かみふらの十勝岳観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善、人材育成） ②連携する事業者名及び役割
--	---

地区名称	中富良野滞在促進地区/ 中富良野交流地区	市町村名	中富良野町
分類	農村地区		
実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 中富良野町企画課商工観光係 ②連携する部署名及び役割 総務課（持続可能）、農林課（観光マナー）、建設水道課（社会資本整備） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 一般社団法人なかふらの観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善、人材育成） ②連携する事業者名及び役割		

地区名称	南富良野滞在促進地区/ かなやま湖、幾寅交流地区	市町村名	南富良野町
分類	農村地区		
実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 南富良野町企画課商工観光係 ②連携する部署名及び役割 産業課（観光マナー、持続可能）、建設課（アクセス改善、社会資本整備） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 NP0 法人南富良野まちづくり観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善） ②連携する事業者名及び役割		

地区名称	占冠滞在促進地区/占冠交流地区	市町村名	占冠村
分類	自然地区		
実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 占冠村企画商工課商工観光担当 ②連携する部署名及び役割 農林課（観光マナー）、建設課（社会資本整備、アクセス改善） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 NP0 法人占冠・村づくり観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善、人材育成、特産品開発）		

	②連携する事業者名及び役割
--	---------------

地区名称	富良野滞在促進地区/ 麓郷・山部・東山交流地区	市町村名	富良野市
分類	農村地区		
実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①担当部署名 富良野市経済部商工観光課観光係 ②連携する部署名及び役割 山部支所・東山支所（地域連携） 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 一般社団法人ふらの観光協会（滞在プログラム企画、宿泊サービス改善、人材育成） ②連携する事業者名及び役割		

(3) 観光圏全体のマネジメント実施体制

実施体制	1) 地方公共団体の実施体制及び役割分担 ①主たる滞在促進地区が所在する地方公共団体の担当部署名 富良野市経済部商工観光課観光係 ②連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 2) 民間の実施体制及び役割分担 ①担当事業者名 一般社団法人ふらの観光協会 ②連携する事業者名及び役割 富良野市（全体のサポート、マーケティング部会、ふらの観光協会のバックアップ） 美瑛町（全体のサポート、商品造成、インバウンド部会、美瑛町観光協会のバックアップ） 上富良野町（全体のサポート、品質管理部会、かみふらの十勝岳観光協会のバックアップ） 中富良野町（全体のサポート、情報発信、インバウンド部会、なかふらの観光協会のバックアップ） 南富良野町（全体のサポート、体験・アウトドア部会、南富良野まちづくり観光協会のバックアップ） 占冠村（全体のサポート、情報発信部会、占冠・村づくり協会のバックアップ） 3) 観光地域づくりプラットフォームの実施体制 ①観光地域づくりマネージャー 「観光地域づくりプラットフォーム登録票」参照。 ②観光地域づくりプラットフォームの組織名 一般社団法人ふらの観光協会
------	--

3. 目標

(1) 一人あたり旅行消費額

(円／人)	4年(度)	5年(度)	6年(度)	7年(度)	8年(度)	9年(度)
平均	45,000	47,000	48,000	50,000	52,000	55,000
日本人	37,000	39,000	40,000	42,000	44,000	48,000
外国人	52,000	55,000	56,000	58,000	60,000	62,000

(2) 延べ宿泊者数

(人泊)	4年(度)	5年(度)	6年(度)	7年(度)	8年(度)	9年(度)
全体	1,250,000	1,430,000	1,600,000	1,750,000	1,880,000	2,000,000
日本人	1,240,000	1,280,000	1,300,000	1,350,000	1,380,000	1,400,000
外国人	10,000	150,000	300,000	400,000	500,000	600,000

(3) リピーター率

(%)	4年(度)	5年(度)	6年(度)	7年(度)	8年(度)	9年(度)
日本人	65	65	68	70	72	75
外国人	13	15	18	20	22	25

(4) 旅行者満足度（7段階評価のうち最高評価の割合）

(%)	4年(度)	5年(度)	6年(度)	7年(度)	8年(度)	9年(度)
全体	35	40	44	48	50	52
日本人	35	38	40	45	48	50
外国人	35	42	48	51	52	54

その他の目標値

(5) 平均宿泊数

(泊／人)	4年(度)	5年(度)	6年(度)	7年(度)	8年(度)	9年(度)
全体	1.62	1.7	1.8	1.9	2.0	2.2
日本人	1.83	1.7	1.75	1.8	1.85	1.9
外国人	1.41	1.7	1.85	2.0	2.15	2.3

(6) 住民満足度（7段階評価のうち最高評価の割合）

(%)	4年(度)	5年(度)	6年(度)	7年(度)	8年(度)	9年(度)
全体	－	25	27	29	31	33
対象範囲	6自治体					
数値の取得方法	アンケート調査を実施					

(7) WEB サイトのアクセス数

(千ビュー)	4 年 (度)	5 年 (度)	6 年 (度)	7 年 (度)	8 年 (度)	9 年 (度)
合 計	610	650	700	750	800	850
WEB サイトアドレス	www.furanotourism.com					
数値の取得方法	Google アナリティクスを導入					

(8) SNS サイトのアクセス数

(千ビュー)	4 年 (度)	5 年 (度)	6 年 (度)	7 年 (度)	8 年 (度)	9 年 (度)
合 計	300	320	350	370	400	430
アカウント	Instagram、Facebook、Twitter					
数値の取得方法	各インサイト情報を集計					

(9) 滞在プログラム参加者数

(人)	4 年 (度)	5 年 (度)	6 年 (度)	7 年 (度)	8 年 (度)	9 年 (度)
全 体	610	630	650	670	690	710
日本人	420	430	440	450	460	470
外国人	190	200	210	220	230	240
対象範囲	富良野・美瑛観光圏の造成プログラム参加者数					
数値の取得方法	各プログラムの参加者実績					

(10) 観光地域づくりマネージャーの育成等により地域における継続的・自律的な活動体制を確立するための目標

観光地域づくりマネージャー育成研修と全国 13 の観光圏合同で開催。専門家を招き、5 月～3 月/年 6 回
また、地域内での観光アカデミーと称した人材育成研修を 4 月と 11 月の 2 回継続開催する。

4. その他基本的事項

(1) 観光圏整備実施計画に対する関係市町村又は都道府県の意見

＜都道府県の意見＞

北海道は、一般社団法人ふらの観光協会を、当該都道府県における観光圏、プラットフォームとしての整備実施計画を認め登録したいので、一般社団法人ふらの観光協会とともに申請いたします

＜市町村の意見＞

地域全体を俯瞰し、地域のマネジメント機能を担う観光地域づくりマネージャー等を各部会の中心として月1回を基本とし、各地域の自治体・観光協会の担当者が集まり、ブランド戦略やマーケティング、リスクマネジメントについて議論が行われている。具体的には、年1回の全体総会、年2回の全体戦略会議及び部課長会議、各部会の会議は6回、各担当者の会議を8回程度実施しているため意見の反映はつねに行なわれていると考える。

＜意見の反映＞

地域産業や地域住民とは、地域の誇り・資源を掘り起こす研修を兼ねたフィールドワークが定期的実施しており、主体的に観光地域づくりに参画できるような意識醸成やコミュニケーションの場づくりに取り組んでいる。

(2) これまでの滞在交流型観光の取組実績

(概要)

ワンストップ窓口と連動したなかで、「ちょっくら旅」として富良野・美瑛の魅力や素顔に出会う季節限定、現地発のオプションルツアーを企画、実施。富良野・美瑛の主たる滞在促進地区からそれぞれの交流地区へ「ちょっと暮らしているような旅」の提案。様々な旅（滞在プログラムの出口、販売窓口として実施している。都会では味わえない開放感と旬の食材や風の匂いなど五感を解放する癒しの時間、空間の拠点とするために「田園テラス」を各交流地区に設定。



(成果)

平成 26 年 8 月にモニターを募集、富良野・美瑛エリアの住民などに夏の Gondola 運行～雲の上の特等席（スキー場北の峰エリアの Gondola 運行）とし、実施。約 300 名の参加があった。

(3) 観光圏整備実施計画に係る所要資金の額及び調達方法

年度	総事業費	所要資金額		備 考
		自己資金	その他	
令和５年度	92,000,000	62,000,000	30,000,000	国、市町村補助金
令和６年度	92,000,000	62,000,000	30,000,000	国、市町村補助金
令和７年度	92,000,000	62,000,000	30,000,000	国、市町村補助金
令和８年度	92,000,000	62,000,000	30,000,000	国、市町村補助金
令和９年度	92,000,000	62,000,000	30,000,000	国、市町村補助金
合計	460,000,000	310,000,000	150,000,000	

(4) 特例措置等の活用

・ 認定観光案内所

Ⅱ. 観光地域づくり実施基本方針

1. コンセプト

①コンセプト	「富良野・美瑛 田園休暇」 ～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～ 
②コンセプトの考え方	・ 四季の変化とともに彩りのある景色を見ることができる強みがある。 春：桜（東大演習林・金山地区の空知川・ニニウ） 夏：ラベンダー、美瑛の丘、十勝岳の高山植物 秋：紅葉（十勝岳、赤岩青巖峡）、美瑛の麦畑と花 冬：スキー場（富良野・トマム）、十勝岳 ・ 特に、最大の強みである美しい花畑をより磨きをかけ、彩り豊かな美しい畑とそこから生まれる豊かな職で癒される。 ・ 通年を通して雄大な景色から空気・水の豊かさと自然と一体となって活動することで人間本来が持っているエネルギーを感じて満たす休暇を提案する。 ・ 多様な農業、酪農、花畑がパッチワークのように変化に富んだ美しい風景を生み、規模も含めてアジアの他地域を圧倒している。 ・ 冬は上質のパウダースノーが市街地から徒歩圏で楽しめる世界的にも希有な環境がある。

2. 空間形成等

空間形成及び地域ならではの生活様式等の活用の考え方	本エリアは農村風景、山岳景観、森林景観に優れ、また来訪者の目的も雄大な景観に癒しを求めていることから、景観には人工物を少なくすることが重要であり、また雄大な空を広く見せるためにも高い建造物の高さ制限や看板類などを撤去する方向に取り組む。 その一方で、旅行形態は国内外の旅行者がレンタカーで移動するFITの増加、貸切バスによる団体旅行が増加している状況で、地域住民とのトラブルも多数発生している。その原因の多くは、道がわからないことによる徘徊、畑への立ち入り、道路上での撮影が挙げられ、持続可能な観光に水を差す事態となっていることから、啓発に向けて多言語標記によるサイン看板整備による誘導や来訪時のマナー啓発に努めている。 色鮮やかな花々と田園風景での様々な体験を通し、癒しと感動の演出、そして自然の力により、人間本来のエネルギーを感じ、同行者との絆を強め、明日への活力を充填して帰る場所・経験の提案を農業風景からの「美しさ」、食からの「豊かさ」を感じてもらいちょっと暮らすような旅の提案を行う。
---------------------------	--

3. 観光旅客の来訪及び滞在の促進に係る各事業の役割

【宿泊に関するサービスの改善及び向上】

外国人観光客受入研修においてインバウンド対応を宿泊施設などの関係者に学んでもらう仕掛けや、それらの人を対象とした人材育成研修を実施する。

【観光資源を活用したサービスの開発及び提供】

プラットフォームにおいて宿泊や体験プログラムを予約～決済まで一括管理・販売可能なシステムを運用する。また、各観光案内所においてお客様へ同様のご案内ができるように案内所スタッフの知る研修や、統一パンフレットなどでの広域案内を行なう。

【移動の利便性の向上（アクセス整備）】

富良野駅・旭川駅・美瑛駅を拠点とした観光周遊バス、美遊バスなど主要観光施設を巡るバスへガイドも乗車し運行させ、観光客の足とする。また、冬場においてスキーリゾートからまちなかへ周遊させるイブニングシャトルバスも運行させ、泊食分離に寄与させる。

【情報提供の充実強化】

情報発信ツールの多言語化としてHP、パンフレットを英語中心に中国語（繁体字、簡体字）、韓国語の4カ国語対応で進めていく。基本的に英語併記を中心としてインバウンド対応を進める。また、外国人受入研修会も定期的の実施し、それを地域ごとに観光協会が中心となり情報発信を行なう。ブランドコンセプトに基づいた情報発信を中心とする。

また、認定案内所におけるインフォメーション業務において圏域全体の情報発信を継続する。

【その他観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に資する事業】

・マーケティング調査

富良野・美瑛を訪れるインバウンド観光客の満足度向上のために、来訪者が「何に期待し」「何にイメージとのギャップを感じ」「どれくらい満足し」「自分の経験を他人に紹介したいか」「もう一度来たいか」を数値化し、経年での変化を追いながら、それをフィードバックしサービスの維持向上を図る。

【観光圏の範囲より広域な周遊に関する取組】

全国13観光圏でアライアンスを構築した全国観光圏推進協議会において、地方部へのインバウンド誘客のため「UNDISCOVERED JAPAN ～まだ知らない日本～」をコンセプトに、本来の日本の魅力を海外に向けて発信し、ゴールデンルートに代わる新たな日本の顔として国内外から選好される観光地域づくりを超広域連携として推進している。外国人旅行者のニーズに届くブランディング・プロモーションを行い、国内外の観光関係者やメディア等からの興味・関心の向上を図り、観光圏エリアへのインバウンド誘致へつなげていく。

・各事業の管理、評価及び改善

現在8名の観光地域づくりマネージャーが活動をしている。旅行商品の造成などや人材セミナーは観光地域づくりマネージャーが担い、官民の連携については行政を巻き込み月次での情報交換を行なう。満足度調査や各事業でのアンケートなどで、「何に期待し」「何にイメージとのギャップを感じ」「どれくらい満足し」「自分の経験を他人に紹介したいか」「もう一度来たいか」を数値化し、経年での変化を追いながら事業の評価を行い、改善を行なっていく。具体的には、現状把握・分析→自分たちのエリアを客観的に見直しイメージとのギャップ→課題の把握、活動の整理→分析・勉強会の開催（月次での情報交換）→方針策定

・地域住民が一体となった観光地域づくりの推進

農業環境会議や定期的な担当者会議の開催をすることで地域一体の取組や持続可能な連携体制を維持していく。

・その他

富良野・美瑛の「田園」「花」は自然景観でなく、人が作りあげてきた文化的遺産であり、異業

種（特に農業・森・山岳）を知り、今後の情報発信のあり方を学ぶフィールドワークを実施する。食については、美瑛「ビエイティフル」や富良野「メイドインフラノ」事業とある程度の登録基準をもうけブランド化を行っていく。

Ⅲ. 個別事業実施計画

1. 宿泊に関するサービスの改善及び向上に関する事業

事業番号 1-1

個別事業名	「サクラクオリティ（観光品質認証制度）」事業
事業概要	インバウンド増加と共に、宿泊施設やアクティビティなど観光サービス品質の情報提供や向上が求められていることから、外国人来訪者が安心して宿泊施設を選択できる仕組みを推進する。宿泊施設の観光サービスの品質を第三者が評価・認証することで宿泊施設が自らのサービスの品質向上のためのツールとしても制度を活用することを目的とする。 サクラクオリティ制度は、300以上の調査項目に基づき、研修を受けた調査員（認定制）が調査を実施し、調査を受けた宿泊施設は全項目の達成度により1～5の桜マークにより認証される。桜マークの数は第三者委員会を経て確定され、より客観的な評価となっている。 調査を行い、講評することで、宿泊先などの観光サービスを安心して選択できる仕組みを整備し、全国観光圏推進協議会、一般社団法人品質認証協会とも連携した取り組みとして世界基準の品質を発信していく。 また、持続可能な観光に取り組む「サクラクオリティグリーン」への取組もあわせて進めていく。
実施主体	（一社）ふらの観光協会
実施時期	令和5年度～令和9年度 7月：調査員研修 8月～11月：調査実施
成果指標	観光圏内の認定件数→5施設増（サクラクオリティ） 観光圏内の認定件数→1施設増（サクラクオリティグリーン）

事業番号 1-2

個別事業名	外国人観光客受入研修
事業概要	観光圏内の観光関係者（主に宿泊施設）を対象に、インバウンドに対する知識を深めるため情勢やトレンドを追った中身の勉強会を実施しおもてなしやサービスへつなげ、併せて受入環境を整備することによって満足度向上へ繋げることを目的とする。 ・市場の現状について基礎知識 社会情勢、習慣などを含めた基本情報について学ぶ ・マーケティング的視点でインバウンドの可能性を考える 今後来日が増えると思われる市場などの「観光客の旅行ニーズについて」や、「対象国へのプロモーション方法について」を学ぶ。 ・どんな受け入れ整備が必要なのか 新市場の観光客が実際にこられた時の受け入れ整備として何が必要か、より具体的に学ぶ。

	などの中身を中心とした研修会を開催する。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度 11月
成果指標	参加施設数（延べ） 60 施設 満足度調査での外国人満足度（7段階評価のうち最高評価の割合） 54%

2. 観光資源を活用したサービスの開発及び提供に関する事業

事業番号 2-1

個別事業名	富良野・美瑛アクティブモビリティ推進事業
事業概要	富良野・美瑛一体でサイクルツーリズムを進めることで、富良野・美瑛のコンセプトである「田園休暇」を伝える手段として、二次交通を「時間を短縮する方向ではなく、「移動しながら楽しむ」提案により、ブランド価値と認知度のさらなる向上を図り、最終的にはナショナルルートの認定を目指す。 富良野・美瑛エリアならではの田園風景、花、森、山などの自然を自らのチャカラで移動し、サイクリング、ウォーキング、ランニングなどのアクティビティを自由に組み合わせて楽しむ旅の提案を行い、その中で地域の自然や文化を肌で感じてもらうこととあわせ、地域住民のサイクリング利用を推進し、地域全体歓迎ムード醸成により旅行者と地域の関係を親密なものにし、再来訪意向を高めるために旅の多様化を推進する。 具体的に ①富良野・美瑛チャレンジサイクリング サイクルサイン整備を行なう中で、そのコースを使用したサイクリングイベントを実施する。 ②サイクリング講習会 上記イベント内で自転車の安全、交通ルール、自転車メンテナンスなどの講習会を実施し、安全意識の向上や地域住民のサイクリング風土の醸成を図る。 ③情報発信事業 サイクリスト向けに情報発信を行なう。 ④「田園休暇」動画作成事業 人を中心とした動画作成の一部として、アクティブなものを作成する。 ⑤誘客プロモーション（国内） 国内最大のサイクリング旅行博であるサイクルモードに出展する。 ⑥誘客プロモーション（商談会、海外） インバウンド商談会の中で、受入環境整備や各エリアのアクティビティを併せて紹介し、商品造成につなげる。 ⑦ナショナルルート認定に向けた受入体制整備 ナショナルルートの認定に向けて基幹ルートのルート検証や拠点の設備、走行環境、宿泊施設といった受入環境の整備を行う。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度のグリーンシーズン（5月～10月）
成果指標	・サイクルイベント延べ開催数 25回 ・サイクルイベント延べ参加者数 8,000人

事業番号 2-2

個別事業名	「田園」の魅力再発見事業
事業概要	持続可能な景観形成・地域資源保全のための仕組みを有し、継続的な景観形成・保全等の取組を行い、地域住民と観光客の相互理解によって「地域らしさ」（地域独自の価値）を体感できるような「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを目的とする。 ①異業種（特に農業）・住民との定期的な交流の場を設置 富良野・美瑛の「田園」「花」は自然景観ではなく、人が作り上げてきた文化的遺産であり、異業種（特に農業・森・山岳）を知り、今後の情報発信のあり方などを学ぶ研修会や現地でフィールドワークを実施していく。 ②農業を守る・観光マナーの啓発活動が継続されていること 特に、外国人は文化の違いから農地が私有地であるという認識がなく、勝手に入り込んで写真を撮り、地域住民とのトラブルが起こらないように、畑に入らない啓蒙および交通標識の啓蒙チラシを作成し、配布を行う。 あわせて、実際の仕事内容の説明や体験ができるプログラムの実施などにより、なぜうちに入ったらいけないのか、入った結果何に困るのかということも説明をする場を提供する。 ③田園テラスが増え、景色だけではなく過ごす時間の提案をすること 富良野・美瑛を代表する景観ポイントに滞在させるテラスを設置し、田園テラスでカフェや軽食を提供し、見るだけではなく過ごす時間の提案を行う。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度（年間を通して1回は開催）
成果指標	・研修会、異業種交流会参加者数 参加者数 30 名 ・トラブル件数の減（令和4年度 46 件より減少）

事業番号 2-3

個別事業名	高付加価値で持続可能な観光地域づくり事業
事業概要	大雪山系十勝岳連峰、日高山系、夕張山地に囲まれた富良野・美瑛エリアは、今後のトレンドとなる「サステナブルツーリズム（持続可能な観光）」や「アドベンチャーツーリズム」といった高付加価値で、地域の旅行消費額向上に寄与するコンテンツが少ないという課題を抱えている。アウトドアの域から一歩踏み込んで、「身体的活動」「歴史」「文化」の要素を兼ね備える「ストーリー性」のある観光コンテンツを造成する。 また、持続可能な観光地を目指し、観光客が増加しても対応しうるゴミ処理として来訪者にも分別の体験を通して、富良野・美瑛エリアの高いリサイクル率により、埋め立てや償却による処分に頼らない処分を実現する。 具体的には、 ・修学旅行を対象とした「ヒグマの生態」「鹿の生態」「アイヌ文化」「森林プロ

	グラム」の全4コースからなる感響プログラムを造成し、各コースで講師を選定し、各講座は、グループごとによる体験ワークショップを実施する。 ・占冠村の特産品のメープルシロップ「トペニワッカ」の製作過程を知るメープルツアーの開催
実施主体	(一社) ふらの観光協会、NPO 法人占冠・村づくり観光協会
実施時期	令和5年度～令和9年度
成果指標	・感響プログラム延べ参加者数 80人 ・メープルツアー延べ参加者数 50人

事業番号 2-4

個別事業名	国内交流拡大事業
事業概要	コロナ禍により、観光目的による旅行者の入国を締め切り、また移動制限や自粛による旅行控えが発生し、国内客との交流機会が著しく失われてしまった。富良野・美瑛エリアでは、南北80kmにわたる広大なエリアのスケールメリットを生かして新たな旅や観光入込の平準化に取り組み、国内客と地域住民との交流を図る。 ①新しい形態の旅行スタイルである「ワーケーション」は、エリア内に来訪者を受け入れる施設が点在し、仕事をしながら観光で周遊する環境を有していることから、地域住民と来訪者との交流を図る。 ②富良野・美瑛エリアは花観光の7月、8月とスキーの12月、1月、2月が繁忙期となり、11月は最も観光入込が少ない時期として、メンテナンス休業となる施設も出てくる。それ以外の春から初夏と秋の入込向上に向けて、旬な情報の発信やコンテンツの磨き上げにより誘客を促進する。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度（年間を通して1回は開催）
成果指標	・ワーケーションによる施設の延べ利用者数 500人 ・4月～6月、9月、10月の入込客数 3%増

事業番号 2-5

個別事業名	長期滞在、広域周遊に資するコンテンツ開発事業
事業概要	富良野・美瑛エリアのもっとも強力なコンテンツである「花」と地域の生業が織りなす「田園風景」を糧に広域周遊による誘客に取り組み、この多くの来訪者に癒しを提供してきた。それ以外のコンテンツを取り揃え、広域周遊や長期滞在に資するコンテンツを整備し、インバウンド回復に向けて取り組む。具体的には、 ①ガストロノミー×お酒のコンテンツでナイトタイムエコノミーの強化 ・この地域では豊富な食材が獲れ、ワイン・ビール・日本酒と多様な酒を生産

	している。ご当地の食材を使った料理とお酒を味わう旅行や酒蔵ツーリズムの推進により、来訪者の豊かな時間とナイトタイムエコノミーにつなげる。 ②地域住民の基盤となるインフラの活用 ・インフラの活用という視点で既存の観光コンテンツの再構築や、まだ知られていないインフラ（砂防ダムや灌漑施設等）を活用した誘客により、新たな視点を来訪者に提供する。 ③国立公園の魅力向上 ・圏域の北東部から東部にかけてひろがる大雪山国立公園は、空知川はじめ多数の河川の源流を抱えるだけでなく、活火山として火山活動が活発な十勝岳を擁している。アドベンチャートラベルの現場となるエリアにおけるコンテンツを充実させる。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度
成果指標	・コンテンツ造成数（延べ） 3

3. 移動の利便性の向上に関する事業

事業番号 3-1

個別事業名	二次交通環境整備事業
事業概要	最寄り駅から主たる滞在促進地区及び交流地区への二次交通を確保することによって、滞在時間を延ばすことを目的とする。 夏期は JR 富良野駅を出発し複数の滞在促進地区にまたいで主要観光地を循環する周遊観光バス、冬期はスノーリゾート⇄市街地を結ぶバス、JR 美瑛駅を出発し美瑛町内の主要観光地を巡る美遊バスを運行し、そのバス運行についての告知用ツールで広く PR を行うことで地域内での 2 次交通の一本化と見える化を図りスムーズな移動を促す。 さらに、訪日外国人旅行者の増加に伴い、観光案内における多言語化は必要不可欠な要素となっていることから、案内業務はもちろん、パンフレット、ロードマップ等について多言語化し、観光地間の効率的な周遊を図る。
実施主体	(一社) ふらの観光協会、(一社) 美瑛町観光協会、
実施時期	令和 5 年度～令和 9 年度 (6 月～9 月、12 月～3 月)
成果指標	便数 5 本/日 1 日あたり乗客数 50 人 (1 便当たり 10 名)

4. 情報提供の充実強化に関する事業

事業番号 4-1

個別事業名	ワンストップ窓口構築、強化事業
事業概要	地域での滞在に係る各種情報（滞在プログラム・コンテンツ、宿泊、飲食、移動等）を一元化して収集・提供し、来訪者の現地におけるニーズに応じた的確な案内、相談対応等を行うワンストップ窓口を整備し、充実強化していくことを目的に実施。 来訪者（未来訪者を含む）にブランド・イメージを訴求するため、地域一体で「ブランドコンセプト」に基づく統合的な情報発信をHPにて行う。また、その中では宿泊や体験プログラムを予約～決済まで一括管理・販売可能なシステムも導入している。それらの情報を常に更新、発信していく。 ・各地域の観光案内所において、広域のパンフを置き、観光客への案内を強化する。 ・情報発信ツール案内については多言語（国ごと）を基本としブランドコンセプトに基づいた仕様によって行なうよう、外国語案内による観光人材の育成を目指す。 ・観光案内所で統一した広域案内・相談が可能な環境を整備するため、案内所スタッフの知る研修を異業種連携事業と併せて、地域のストーリーを伝えるために実施。
実施主体	（一社）ふらの観光協会、富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度に情報を常に更新しつつ強化をする
成果指標	・情報発信を行なうHPアクセス数 +13万アクセス（令和4年度比） ・異業種連携事業研修参加者数 参加者数 30名

事業番号 4-2

個別事業名	SNS情報発信強化事業
事業概要	国内では、1億総カメラマン時代として、旅行先で見たもの、食べたもの、買ったもの、体験したもの・ことを写真や動画に収め、自身のチャンネルで投稿し共有している。 また、旅行者はソーシャルメディアを使って、先に訪れたひとの写真や動画を検索して情報収集を行い、行き先で何をして過ごすか、という検討基準にもなっている。 このことから、このエリアに来たら見ることができる、味わうことができることをリアルタイムで発信することにより、ソーシャルメディアの利用者層に富良野・美瑛エリアの認知を広げ、来訪に結びつける。 使用プラットフォームは主にFacebook、Instagram、Dcardを基本に、YouTube、Twitterを活用し、戦略的なプロモーションの一助とする。

実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度（随時発信）
成果指標	・年間投稿数（900件…3媒体×300件） ・観光入込客数 1000万人（令和9年度）

5. 地域住民が一体となった観光地域づくりの推進事業

事業番号 5-1

個別事業名	農業環境会議事業
事業概要	富良野・美瑛地域は雄大で美しい自然環境のもと、全国でも有数の農業・林業地域として発展し、観光業は、この「自然環境（山岳・森）」「農業（田園）」による景観や、それらをフィールドとして活用したアウトドアなどにより、誘客を図ってきた。今後もこの地域が来訪者・住民の双方にとって魅力ある地域となり得るには、まずは観光業に携わる側が「自然環境（山岳・森）」「農業（田園）」を大切な財産・観光資源として理解し、背景や現状を知り、誘客を進めていくうえでの課題を整理することで、環境を保全し、地域住民の暮らしに歩み寄ることが重要だと考え、相互理解を深め、情報発信のあり方や「観光」が担う地域づくりの役割を確認するなかで、自然との共存、この地域に住まう人々の「住んでよし」の向上を図ることを目的とする。 ・地域住民の理解と関与としての異業種連携 観光圏のメンバーが集まり、「生産現場を知り、生産者との共感の場」として生産者の方と語り合う場を設定し、富良野・美瑛エリアでの最大の強みである「花」の現場に行き、国内外の来訪者にストーリーとして、「花を愛し、育てる心を受け継ぐ」「心を癒し、潤すための象徴として花の地域づくり」の大切さや恵みを伝え・体感してもらうにはどうすればいいか、観光サイドでできることは何か、について議論する。これを森や山などのテーマ別に開催する。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和5年度～令和9年度 5月～3月のなかで最低1回/年は継続実施
成果指標	・延べ開催数 5回 ・延べ参加者数 150人 ・地域の背景、ストーリーを理解した人の観光案内が充実することによる満足度への影響（7段階評価中最高評価の割合） 52%

事業番号 5-2

個別事業名	人材育成事業
事業概要	コミュニケーションの基本は、「分かり合う」こと。言語（日本語）と非言語によって、自分の考えを伝えたり、相手の考えや状況を受け取ったりしながら、私達はお互いの意思を「分かり合う」ことができる。ビジネスシーンでは、「分かり合う」だけではなく、「アドバイス」「要求」「提案」「命令」「依頼」など、こちらの意見を伝え、課題を解決することや、リードする必要も出てくる。⇒地域で働く人々に、それらのトレーニングの機会を与える。 ◆ねらい コミュニケーションとは、日常の営みであり、より良いコミュニケーション

	ができれば、まわりとの人間関係が良くなり、生活が楽しくなる。そしてそんな「住んでよし」の地域にお客様は「訪れてよし」と繋がっていくと考える。 「もっとも基本となるもの」のトレーニングを行なうことが目的。 →ノンバーバル（通じる言葉以外）の重要性も感じてもらうため、様々な地域の人々（外国人を含む）に参加してもらう。 ◆具体的に 飲食業や宿泊業で働いている人を中心に、富良野・美瑛地域で働き始めた新入社員や観光従事者の【コミュニケーション力】を養うワークを中心とする。 併せて、リアルインバウンドとのコミュニケーションのとり方や感じ方の違いを学ぶきっかけとする。地域を越えた同期感というものも演出する。 また、具体的な問題に対してのグループワークに取り組むことで、観光地域としての悩みやこの一帯のエリアの課題や考えを学んでもらう。
実施主体	富良野美瑛広域観光推進協議会
実施時期	令和５年度～令和９年度（４月、１１月の２回は実施）
成果指標	・参加者数 ４０人/回 ・総合満足度（７段階中最高評価の割合） ５２％

事業番号 ５－３

個別事業名	住民参加による美化活動をととした観光客受入環境整備事業
事業概要	地域住民が主体的に参加する街路樹の植樹マスを活用した花壇整備事業の中で、マスの土づくりに家庭・事業所から出る食物残渣や汚泥等から生産した有機堆肥を使うことや植栽に向けた肥料の混ぜ込み、花壇への植え込み、維持管理の作業に観光協会、旅館組合、地域住民が参加することにより、持続可能な観光地づくりの取り組みとして実施する。 また、観光客を呼び込みたい地域の旅館組合にとどまらず、当該地区の地域住民が参加することにより、観光誘客事業への理解促進や地域を挙げて歓迎する雰囲気醸成につなげ、地域の観光客受入環境を整備する。
実施主体	（一社）ふらの観光協会
実施時期	令和５年度～令和９年度（４月～９月に実施）
成果指標	・植栽参加者 ３０人/回

6. その他事業

事業番号 6-1

個別事業名	マーケティング調査事業
事業概要	マーケティング調査（満足度調査）で、「観光地の魅力向上＝満足度（CS）」、「リピーター確保＝再来訪意向（行動を伴うロイヤリティ）」、「口コミ＝紹介意向（意識や姿勢としてのロイヤリティ）」として指標化し、これらを高めるために必要な取り組みを検討することを目的とする。「満足度調査」で来訪者の属性、消費額等の調査を行い、各指標間の相関関係等の分析を実施し、来訪者全体との比較、分析を行うことでニーズ、傾向を把握し、その分析結果を以後の事業に反映させていく。CS やロイヤリティは、性別や年代、同行者など、様々な属性によっても評価が異なり、さらに景観雰囲気や宿泊・飲食施設などの直接的なサービスだけではなく、地域との関係や外的な評価、経験感想といった要素も重要なウエイトを占めており、様々な要素によって構成されていることから、その構造を明らかにし、行動計画に繋げていくためにマーケティング調査（満足度調査）を実施、分析する。
実施主体	（一社）ふらの観光協会
実施時期	令和5年度～令和9年度 7月～10月（夏期調査）、11月～1月（冬期調査）
成果指標	調査サンプル数 1,000 件/年

事業番号 6-2

個別事業名	ブランドマネジメント事業
事業概要	地域全体のブランド戦略を策定し、マーケティング活動に取り組む中でリスクマネジメントの取組体制や仕組みを構築することを目的とする。地域づくりマネージャーを中心に月1回を基本とし、各地域の自治体・観光協会の担当者が集まり、ブランド戦略やマーケティング、リスクマネジメントについて議論を行なう。 富良野・美瑛を訪れる観光客が「何に期待し」「何にイメージとのギャップを感じ」「どれくらい満足し」「自分の経験を他人に紹介したいか」「もう一度来たいか」を数値化し、経年での変化を追いながら事業の方向性を決めていく。 満足度調査結果をより具体的に事業に活かせるようターゲットごとのマーケティングなどに目を向け、分析、勉強会などを実施する。
実施主体	（一社）ふらの観光協会
実施時期	令和5年度～令和9年度（分析、勉強会→改善、実施で継続実施）
成果指標	・ 会議開催回数 1 回/月 ・ マーケティング分析による改善事業の延べ数 15 事業

事業番号 6-3

個別事業名	品質基準保障事業
事業概要	独自の認定基準のもとに厳選した農畜産物、加工品、工芸品などの特産品を地域独自のプレミアムなものとしてお客様にお届けし、地域のブランドを高める。「つなぐ」こと。農家さんと飲食店、農家さんと加工業、加工業と飲食店など、異業者間をつなぐ仕掛けに取り組みます。その上で、各業種とお客様をつなぐ手段を模索する。 「高める」こと。認定条件を確立することで、ブランドの価値を高めます。また、セミナーなどを通じた学習の機会を作ることで、みなさんの地域力・知識などを高める。その結果、食材の地域内循環を高める。 「伝える」こと。取り組みをお客さまへ伝えます。お客様に届くまでのストーリーをしっかりと見せる。例えばお客様と直接顔を合わせる機会が多いのは飲食店であり、調理されて提供されるお食事ではありますが、そのお皿を、料理を見ただけでその背景、が創造できるような取り組みをしていきたいと思っています。また、ふるさと納税の返礼品に商品を起用することで、富良野・美瑛に関心の高いお客さまに対し「田園休暇」を伝えます。
実施主体	美瑛町、富良野市
実施時期	令和5年度～令和9年度（以降も継続予定）
成果指標	新規認定事業者数 5者

IV. その他事項

1. 必要とする特例措置の内容

(1) 申請者(届出者)の概要

名称及び代表者	名 称	(一社)ふらの観光協会	代表者名	会長 鈴木敏文
法人住所	〒076-0031 北海道富良野市本町2番27号コンシェルジュフラノ2階			
資本金等	7,200 千円		従業員数	12 人
主な事業内容	観光案内サービス			
所属部署名 (役職)	事務局長		担当者名	石川 芳
E-mail	Ki.kankou@furano.ne.jp			
電話番号 (直通)	0167-23-3388		F A X	0167-39-1222

(2) 観光圏整備法による特例計画

必要とする特例根拠	観光圏整備法第10条(認定観光圏案内所)		
取得法令事業名		許可年月日(番号)	
営業所(施設)の位置	北海道富良野市日の出町1番30号		
観光圏内滞在促進地区	主たる滞在促進地区		

(3) 観光圏整備個別事業の特例

観光圏整備個別事業名	
特例措置を必要とする理由	
特例措置を受けようとする事業内容	
当該事業実施により予定される観光圏形成の効果	

2. 担当連絡先

①自治体名	富良野市
部署名	経済部商工観光課観光係
所在地	〒076-0031北海道富良野市本町2番27号コンシェルジュフラノ2階
電話番号（直通）	0167-39-2312
FAX 番号	0167-23-2123
E-mail	Kuramoto.ryuuji@city.furano.hokkaido.jp

②民間組織名	一般社団法人 ふらの観光協会
部署名	
所在地	〒076-0031北海道富良野市本町2番27号コンシェルジュフラノ2階
電話番号（直通）	0167-23-3388
FAX 番号	0167-39-1222
E-mail	Ki.kankou@furano.ne.jp

富良野美瑛観光圏 圏域図

