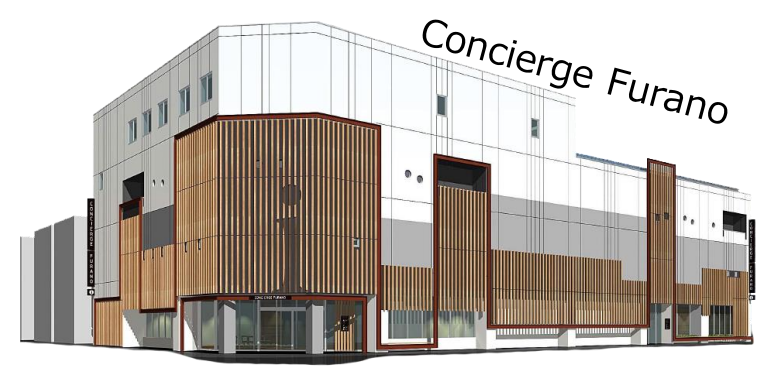


ふらの ビジョン
FURANO VISION 2030

アクション プラン
ACTION PLAN
2023 ▶▶▶ 2026

II

第II期



INTRODUCTION

富良野市が目指すべき観光の姿に向かって

2019年3月に策定した「FURANO VISION 2030」。

本紙では、第Ⅱ期に当たる

2023年～2026年までに実施していくこと

を提示いたします。

実施主体については、

DMO (DMC) ※1がマネジメントし、

具体的な事業については、今後の協議の中で

主体になる組織・事業者とのコンセンサス形成

を図り実施していくイメージで

組み上げたプランです。

※1.DMO (DMC) …観光地域づくり法人

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点にたった観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

DMO～「Destination Management/Marketing Organization」の略

DMC～「Destination Management Company」の略

出典：観光庁

第Ⅱ期に向けた現状の再確認

P3 満足度調査・消費額調査

P4 地域ブランド調査の推移

P5 富良野市 観光入込客数の推移（（1993～2022）

P6 観光入込客数月別推移（1966～2022）

P7 観光入込月別比較 2009／2017／2022

P8 宿泊数・延べ数・平均宿泊数（2006～2022）

P9 外国人宿泊数・延べ数・平均宿泊数推移（2002～2022）

P10 Googleトレンドによる検索比較 furano／富良野／ふらの

P11 Googleトレンドによる検索比較 furano／niseko／hakuba

P12-13 ハローワーク富良野管内 有効求人倍率の推移

第Ⅱ期に向けた課題の再確認

P14 4つの視点と5つの戦略 ⇔ 背景にある課題

P15 課題の具体化

新型コロナウイルス感染症による影響

P16 【目指すべき数値目標の再定義】宿泊延べ数推移・2030目標

P17 【目指すべき数値目標の再定義】外国人宿泊延べ数推移・2030目標

P18 富良野の現状

第Ⅱ期目指すべき方向と目標

P19 数値目標

P20 数値目標に対する具体的な手法と測定補法

第Ⅱ期に向けた未来予想

P21 第Ⅱ期を考える前提条件

P22 第Ⅱ期に起こりうる事象を想定

重点課題

P23 5つの重点項目別課題から「Ⅱ期にて着手すべき課題」を選抜

P24 今、すぐ着手すべき課題

P25 第Ⅱ期に着手すべき課題

重点項目別課題 ※第Ⅰ期より転記再掲

P26 評価検証から見えてきた課題

課題の評価から解決の優先順位を探る

P27 課題抽出→「重要度」「緊急度」の分類→優先順位の属性化

P28 事業別の評価方法（属性化の基準）

2022以降 5つの重点項目別＜実施すること＞ ※第Ⅰ期より転記再掲

P29 1.滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出

P30 2.快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備

P31 3.来訪者の滞在を演出するサービス集積

P32 4.持続性を確保するしくみ

P33 5.住民生活の質を高める環境づくり

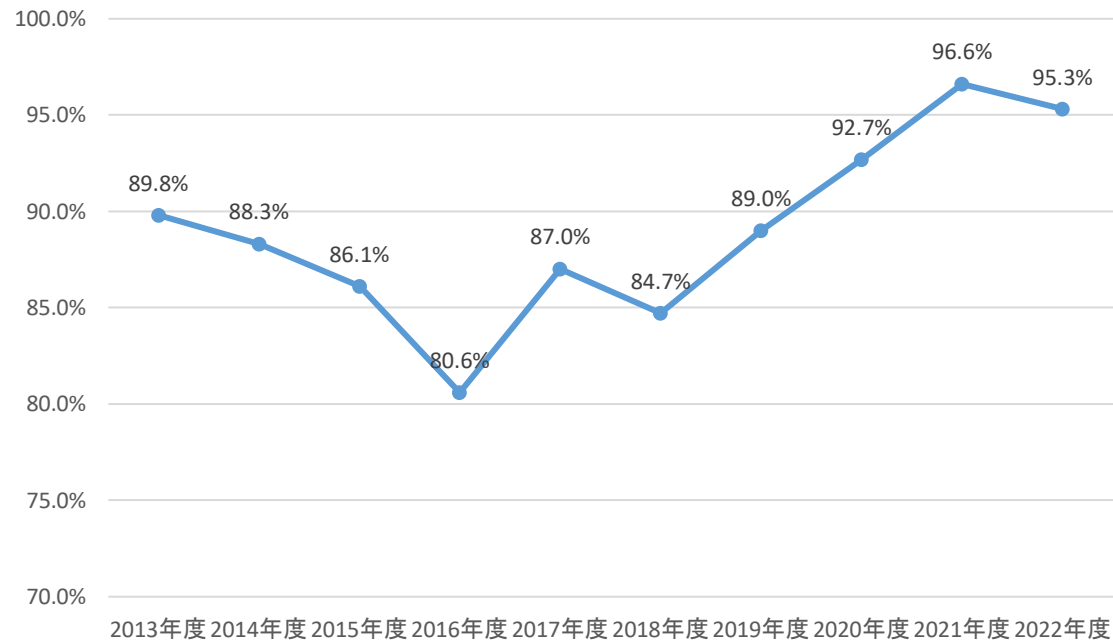
プランニングの策定スキーム・実施スケジュール

P34 2030年までの期間をⅢ期に分けてプランニングと評価検証

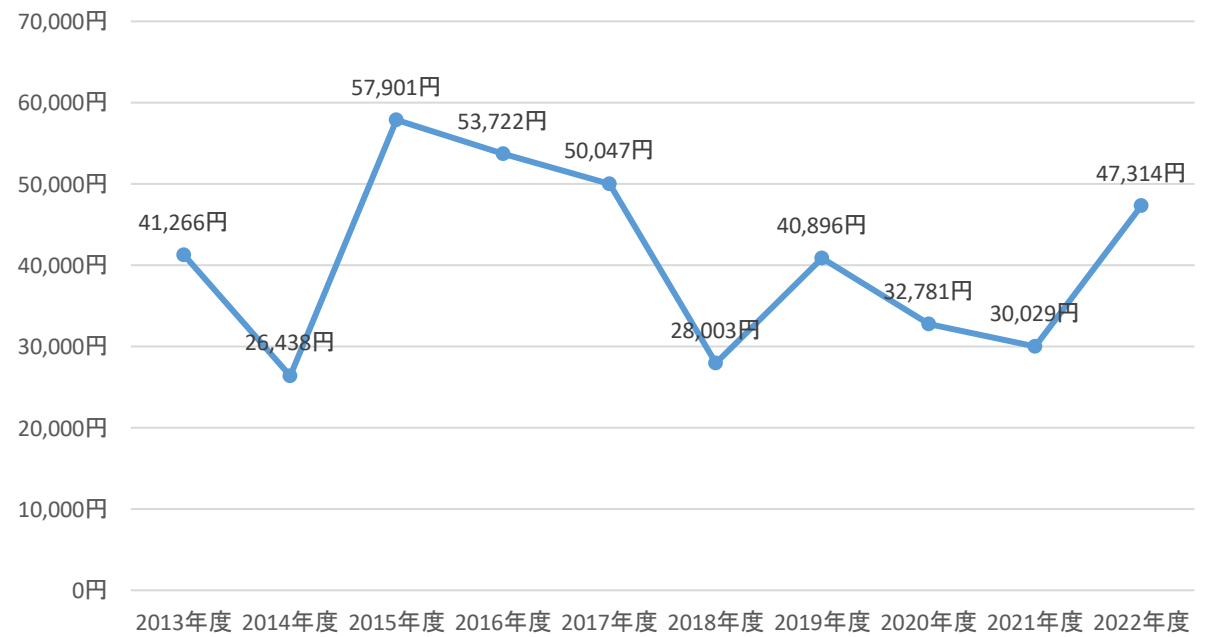
第II期 に向けた現状の再確認

満足度調査・消費額調査

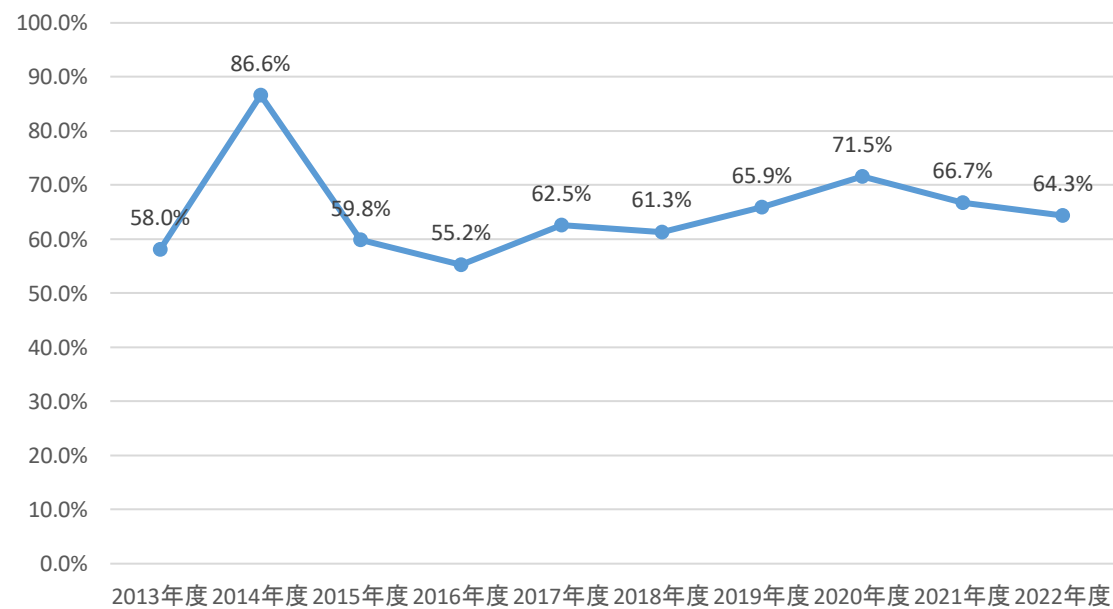
総合満足度



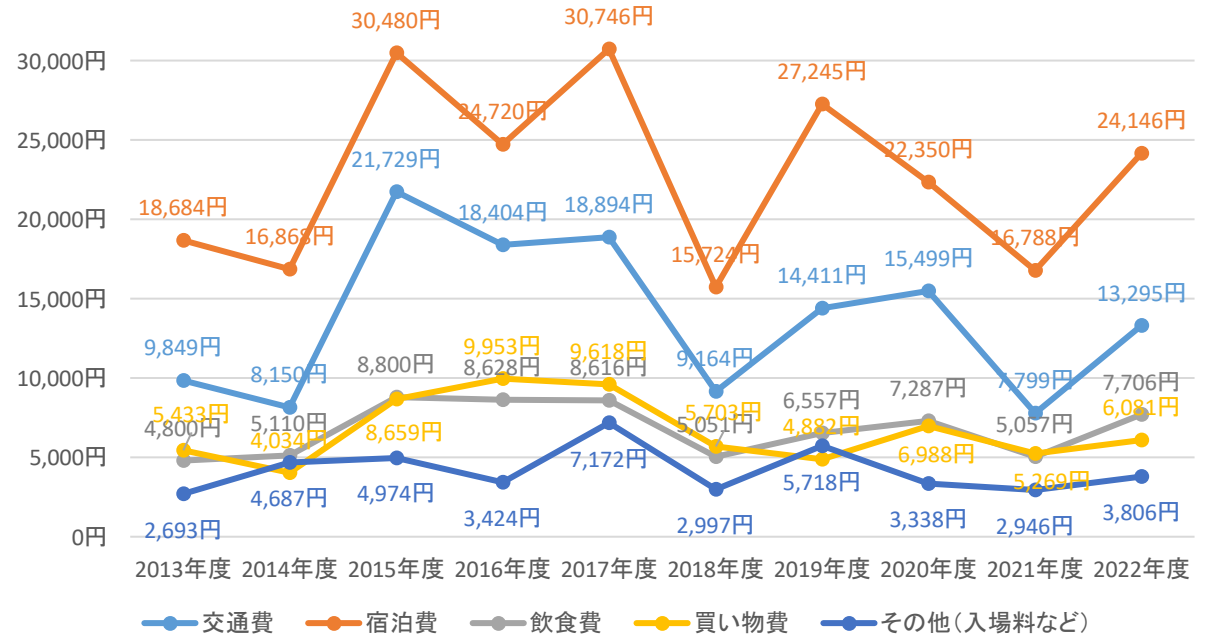
1人あたりの旅行消費額



リピーター率



旅行消費額内訳

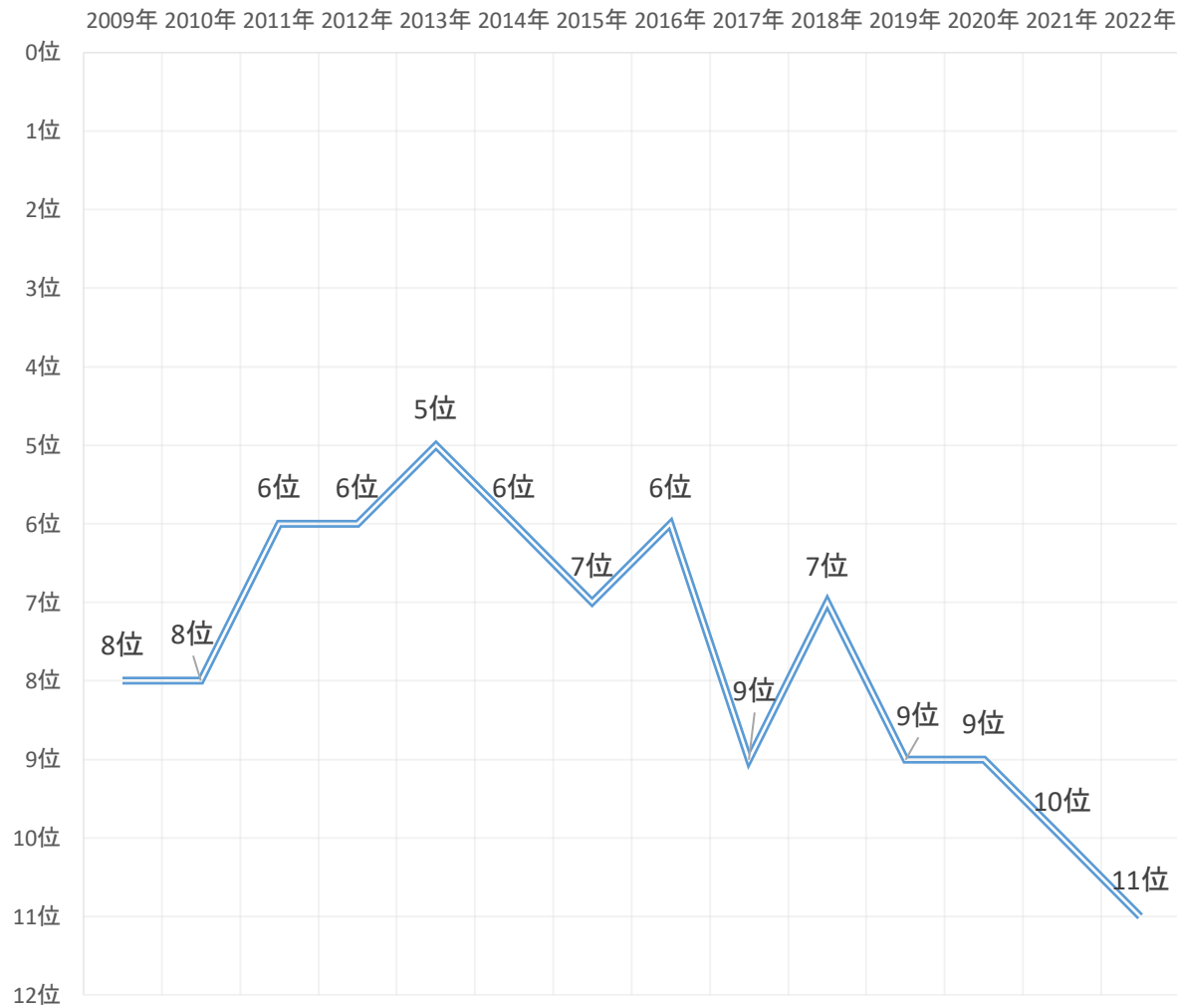


※参考: 富良野美瑛広域観光推進協議会による満足度調査

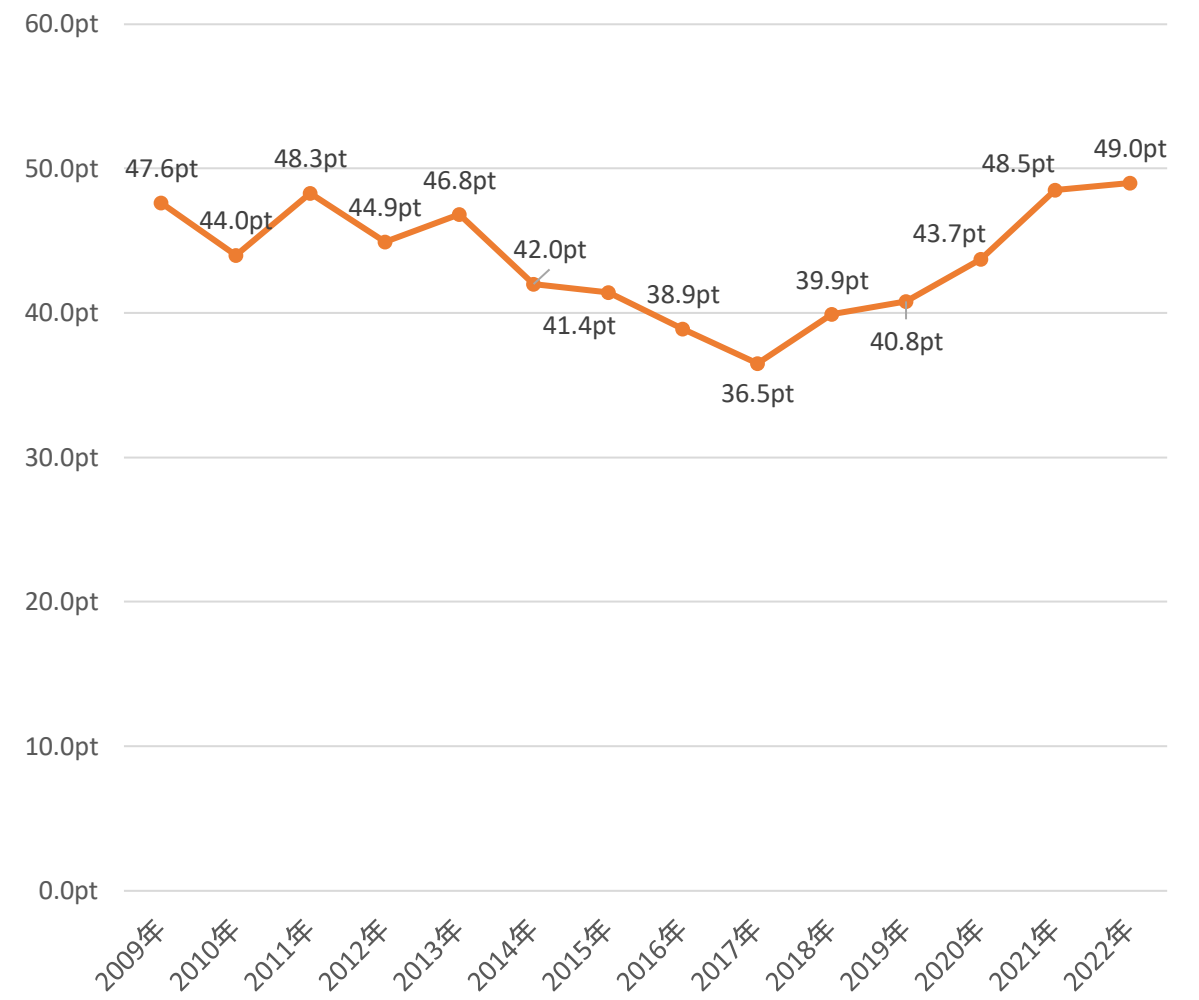
第II期 に向けた現状の再確認

地域ブランド調査の推移

富良野市順位



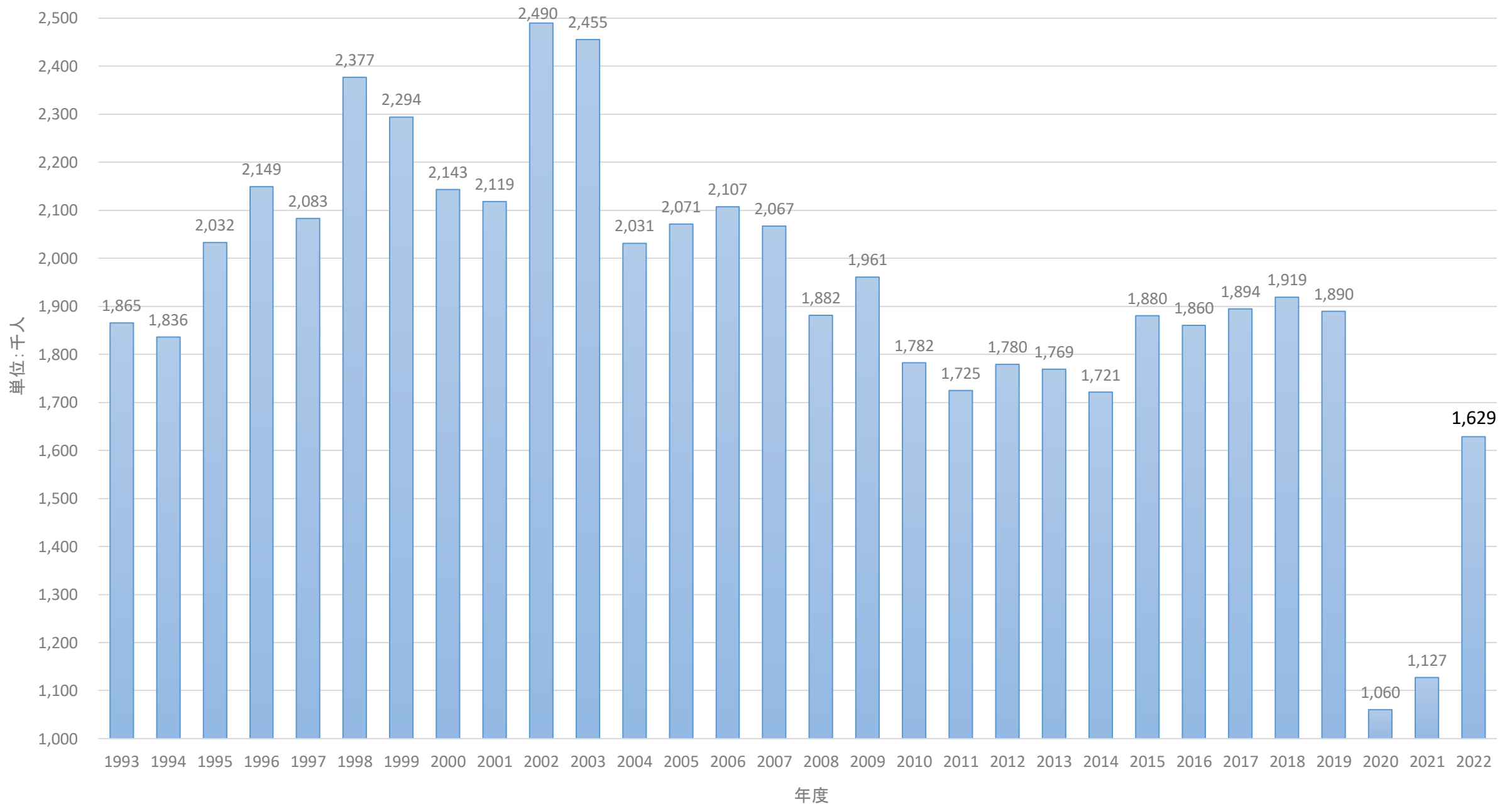
魅力度数値 ※pt=ポイント



※参考: 株式会社ブランド総合研究所による地域ブランド調査結果をグラフ化

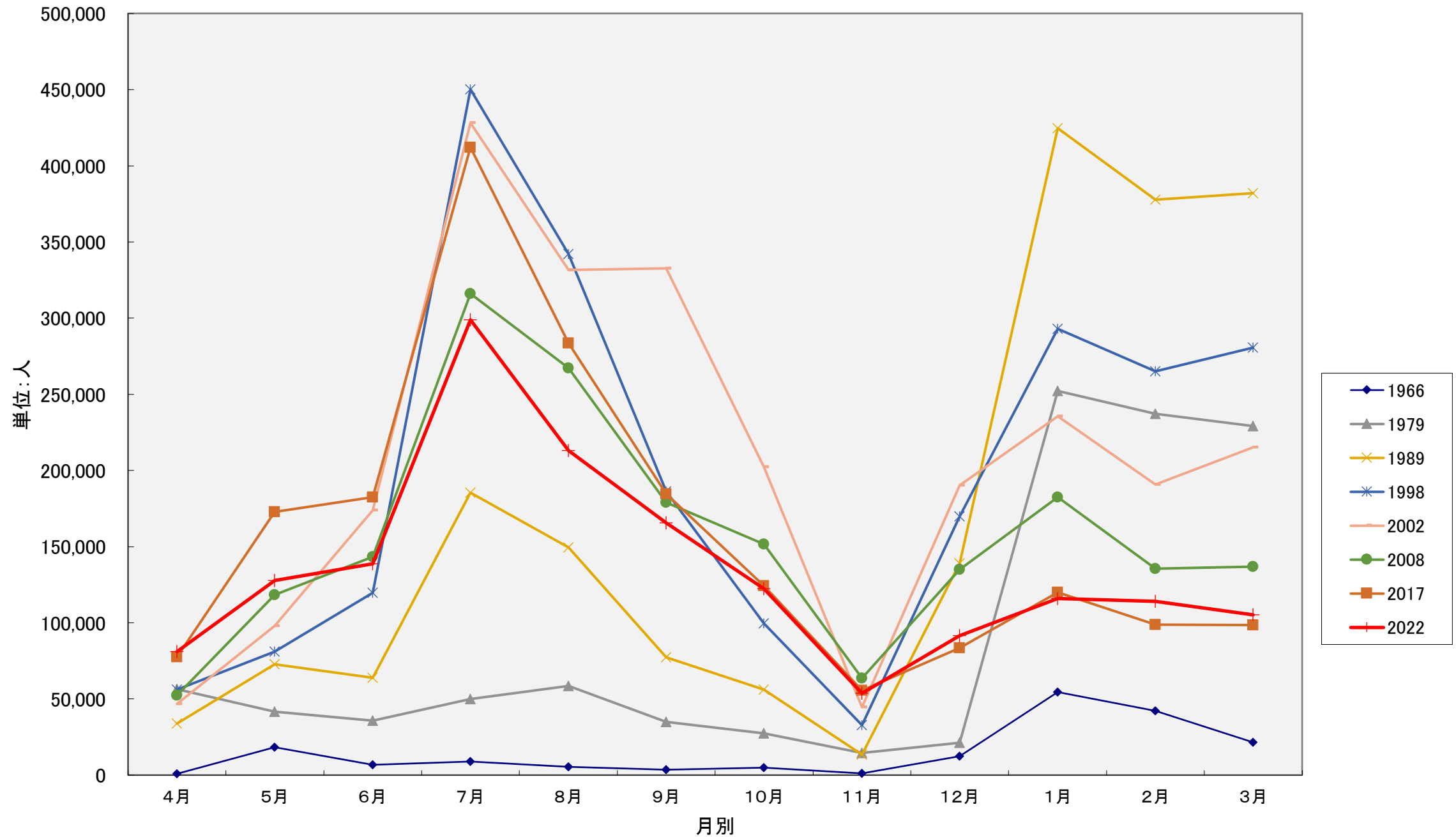
第II期 に向けた現状の再確認

富良野市 観光入込客数の推移(1993～2022)



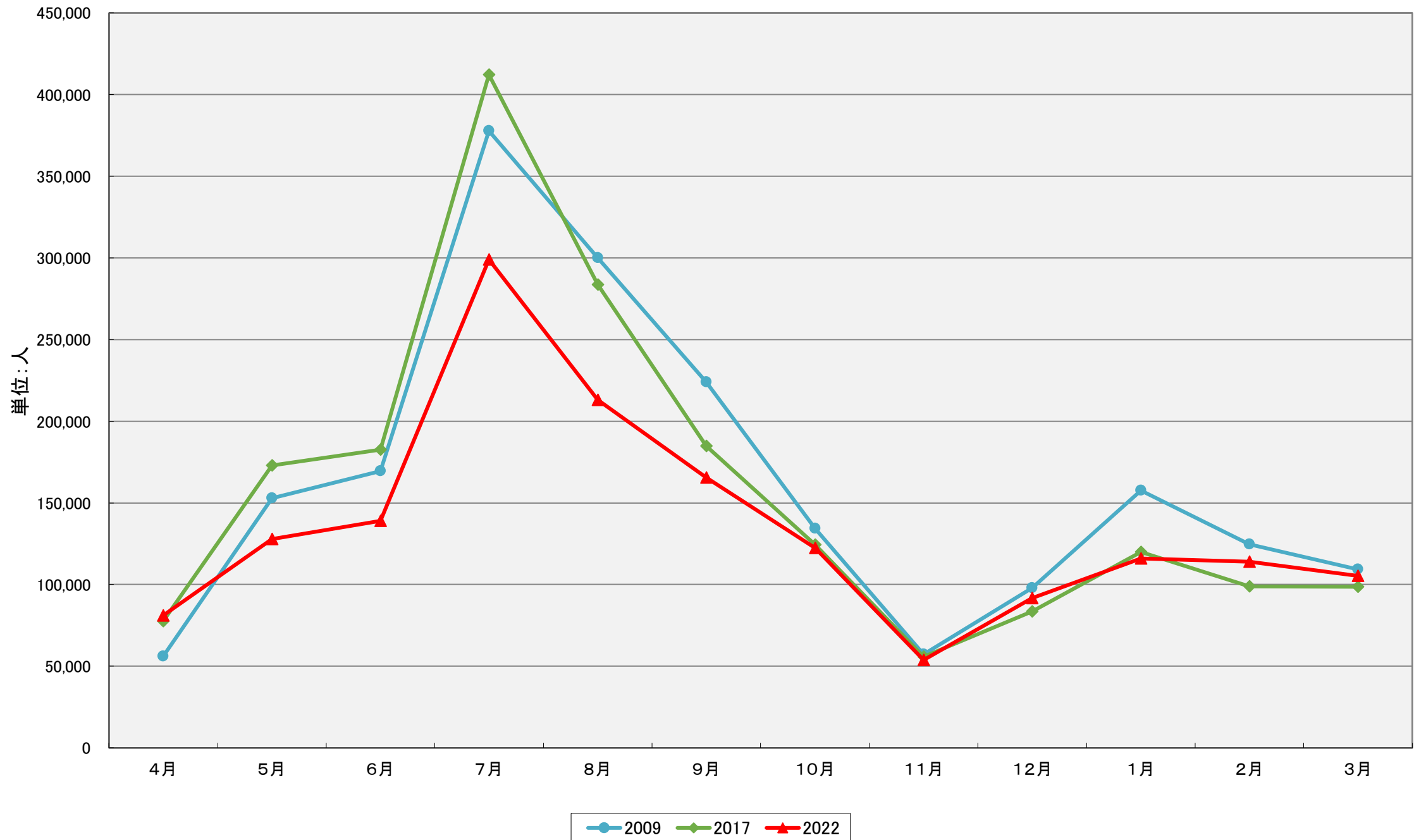
第II期 に向けた現状の再確認

観光入込客数月別推移(1966~2022)



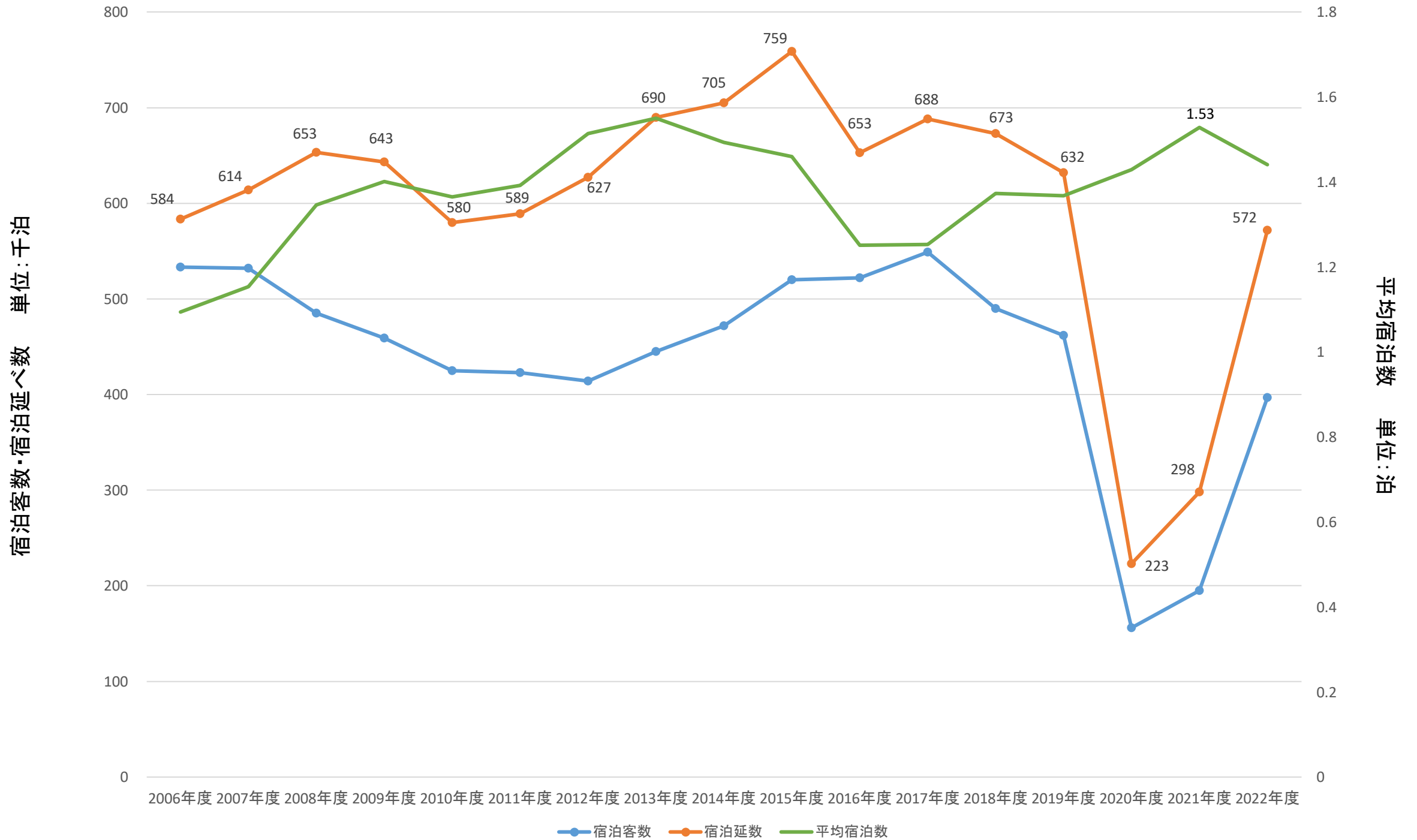
第II期 に向けた現状の再確認

観光入込月別比較 2009/2017/2022



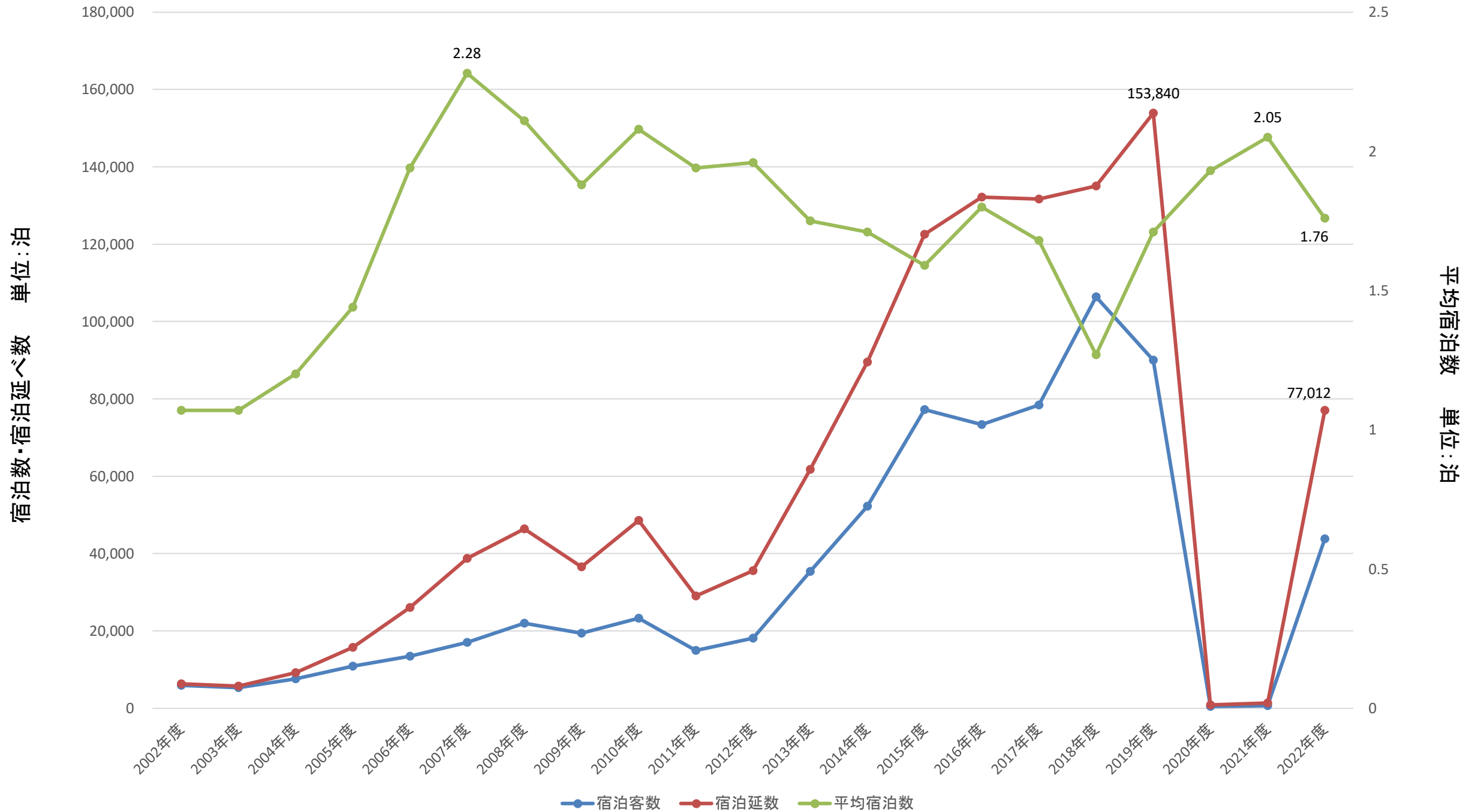
第II期 に向けた現状の再確認

宿泊数・延べ数・平均宿泊数(2006～2022年度)



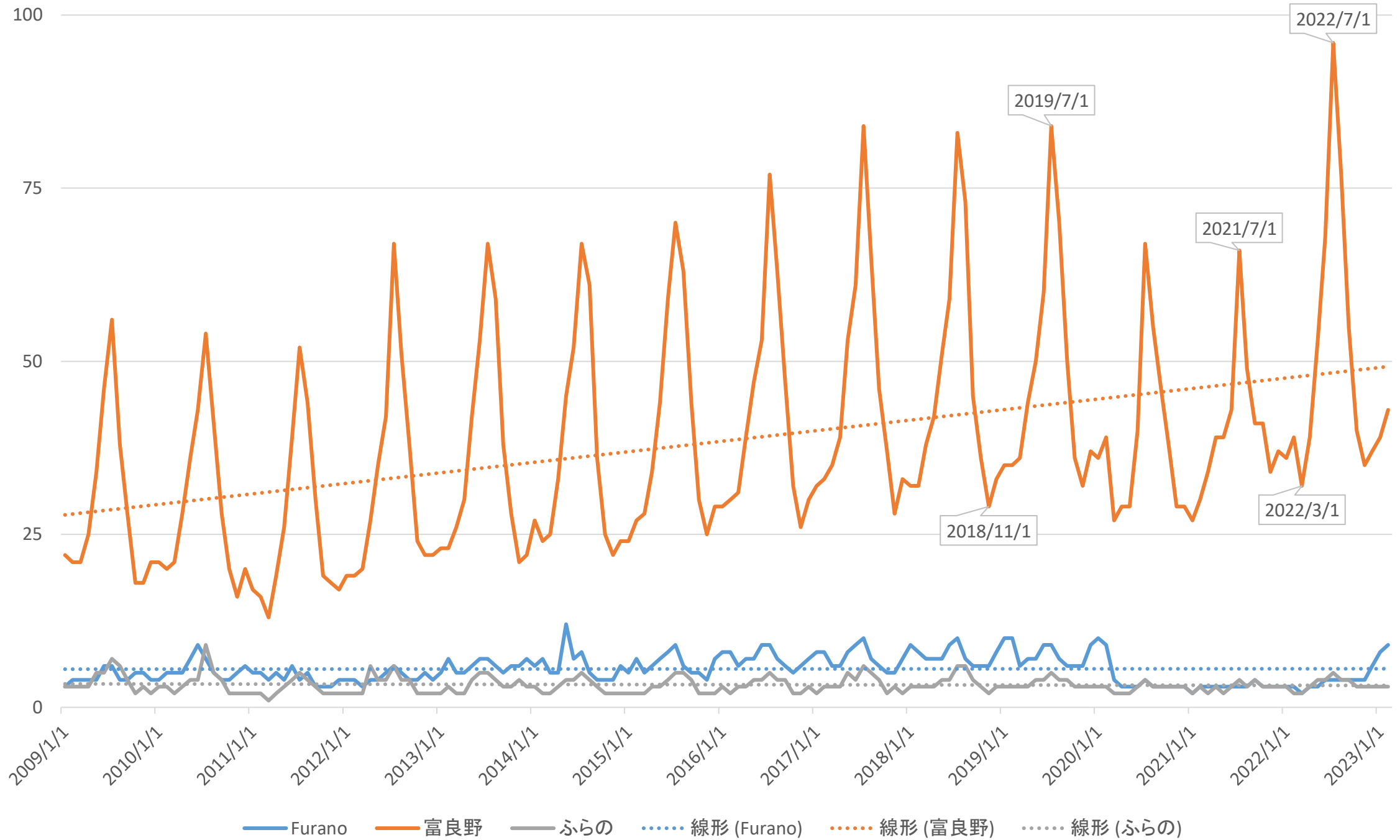
第II期 に向けた現状の再確認

外国人宿泊数・延べ数・平均宿泊数推移(2002~2022)



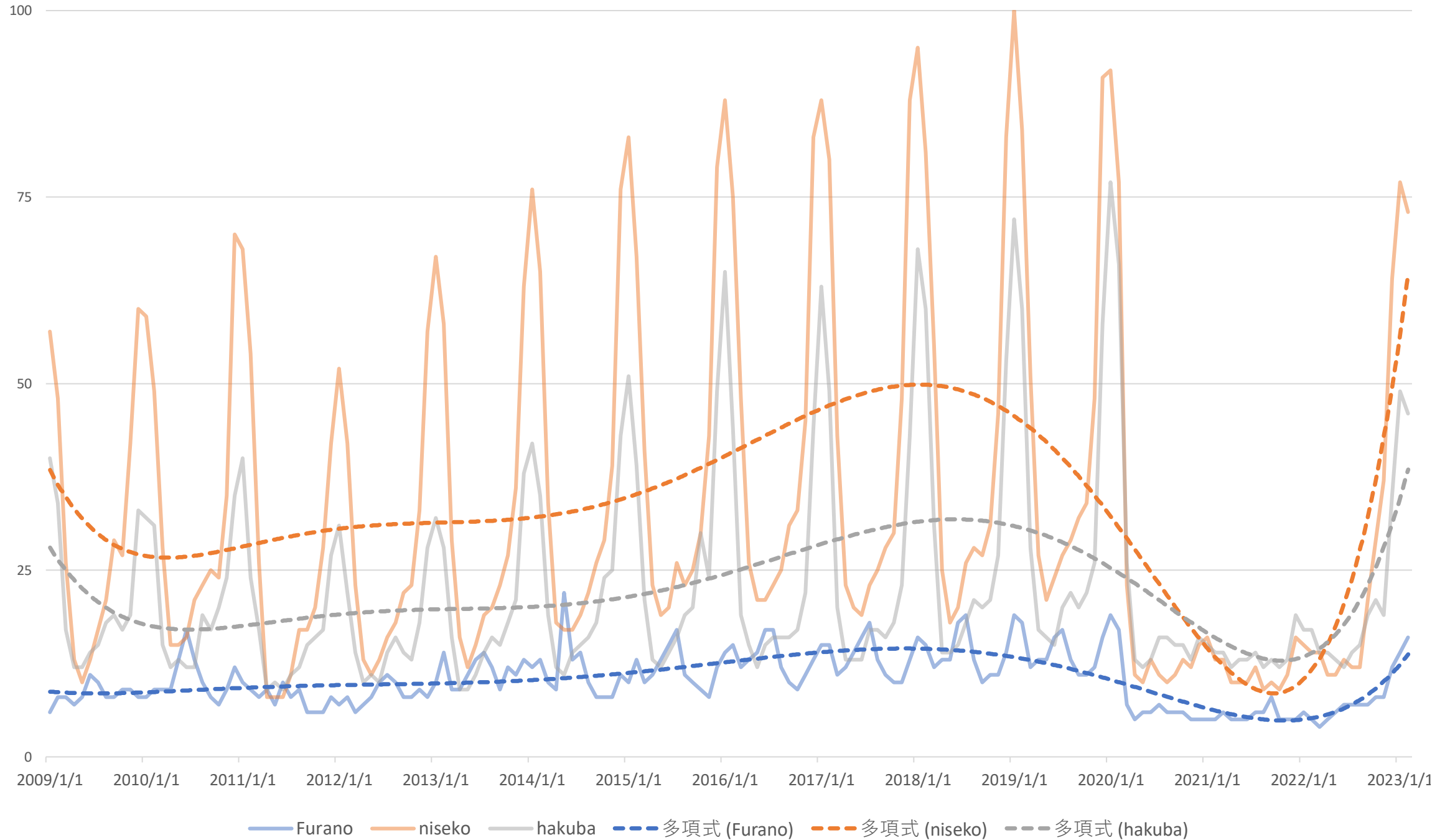
第II期 に向けた現状の再確認

Googleトレンドによる検索比較 furano/富良野/ふらの



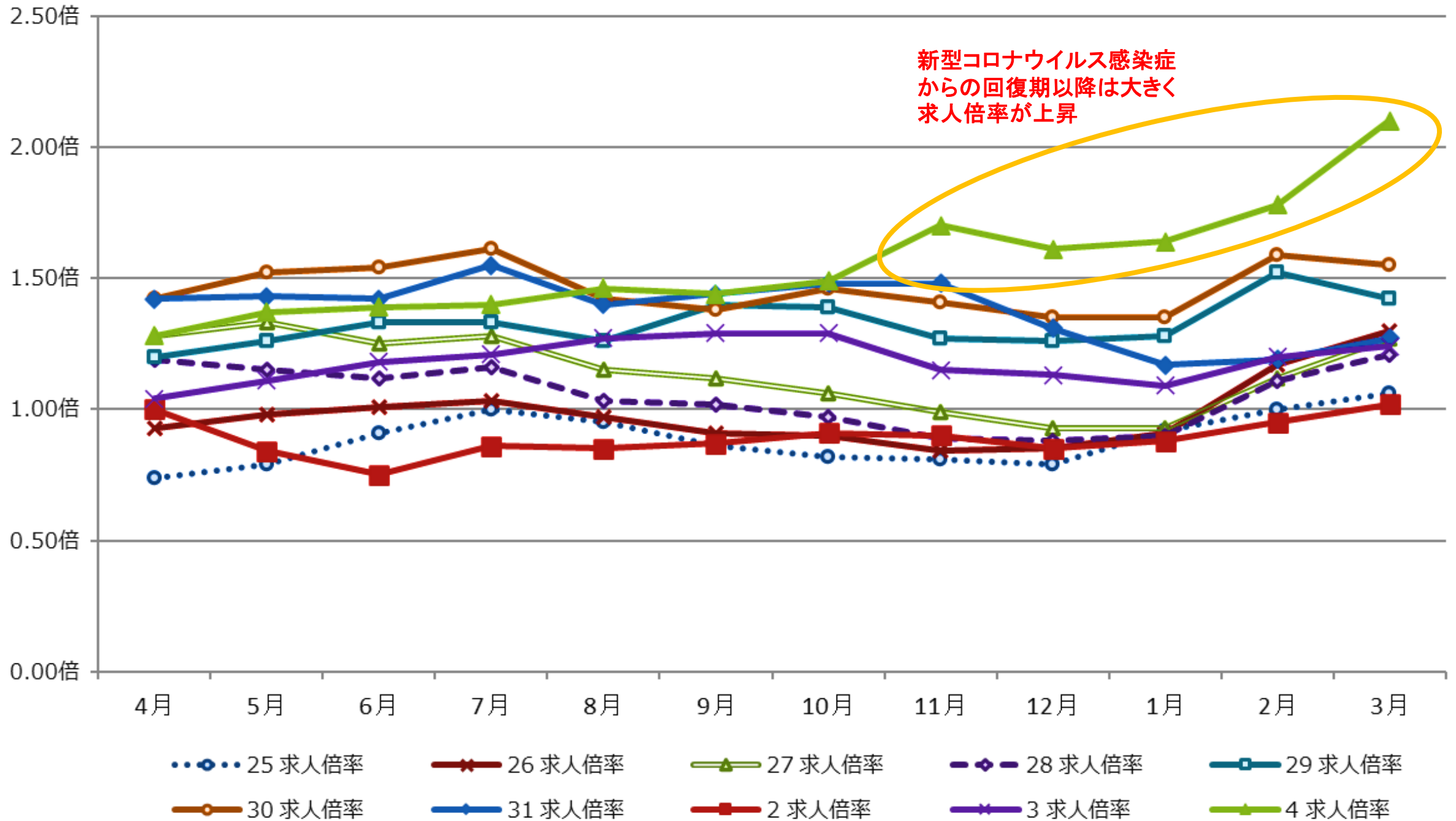
第II期 に向けた現状の再確認

Googleトレンドによる検索比較 furano/niseko/hakuba



第II期 に向けた現状の再確認

ハローワーク富良野管内 有効求人倍率の推移

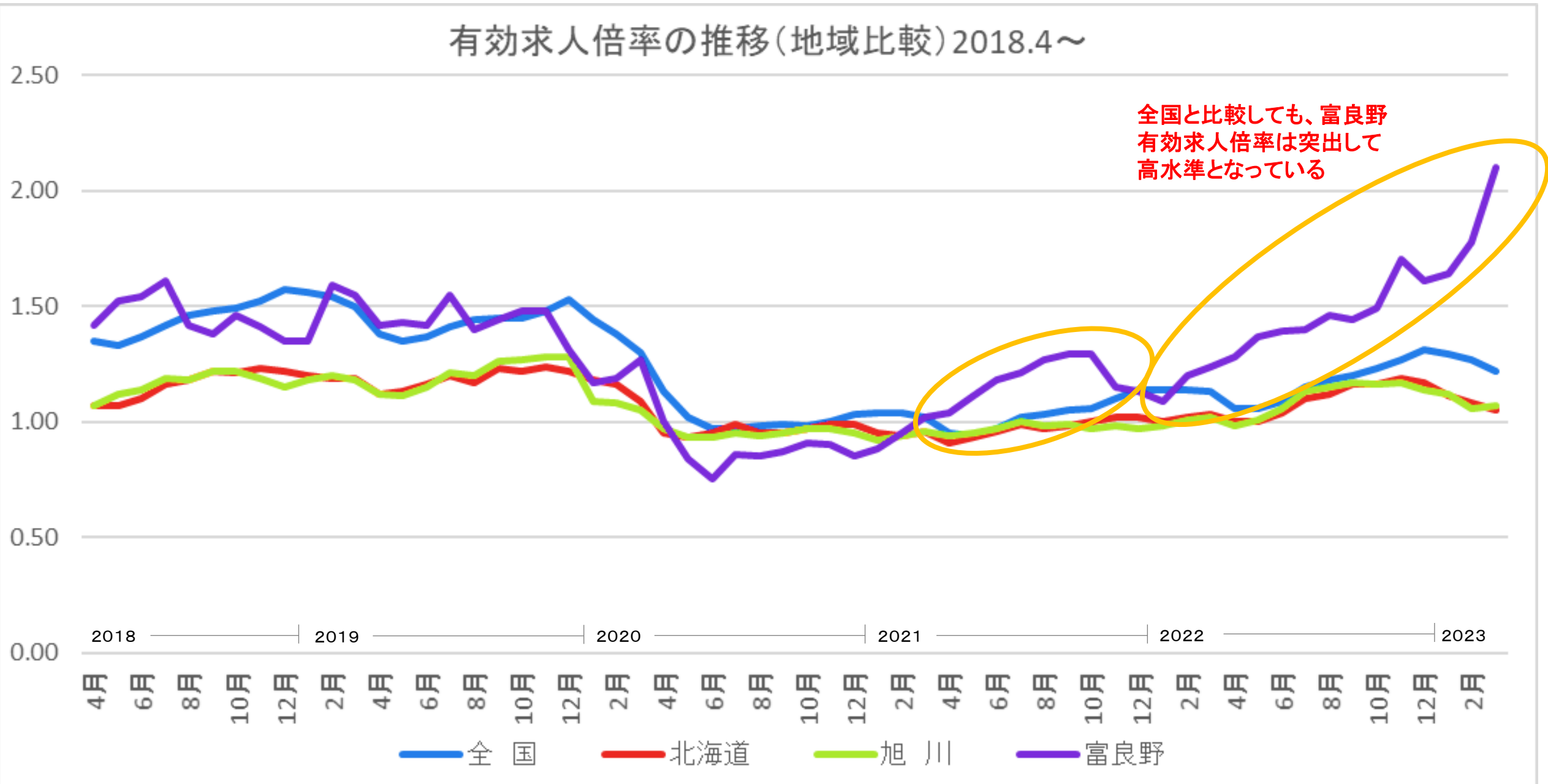


※参考:ハローワーク富良野提供

第II期 に向けた現状の再確認

ハローワーク富良野管内 有効求人倍率の推移

有効求人倍率の推移(地域比較)2018.4～



※参考:ハローワーク富良野提供

第II期 に向けた課題の再確認

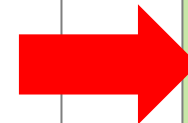
4つの視点と5つの戦略 ⇄ 背景にある課題

■ 4つの視点

- (1) 富良野の豊かで多様な資源を、誇りを持って磨き極めあげ
その価値を国内外に分かりやすく伝える
- (2) 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、
国際競争力のある生産性の高い産業群へイノベーションしていく
- (3) 宿泊施設・通信・交通・決済などのデジタル環境の整備を早急に対応
- (4) ユニバーサル（高齢者・障害者）デザインによる全ての旅行者が
記憶に残り、心地よさと旅の喜びを実感できる地域社会を築いていく

■ 戦略

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保する仕組み
5. 住民生活の質を高める環境づくり

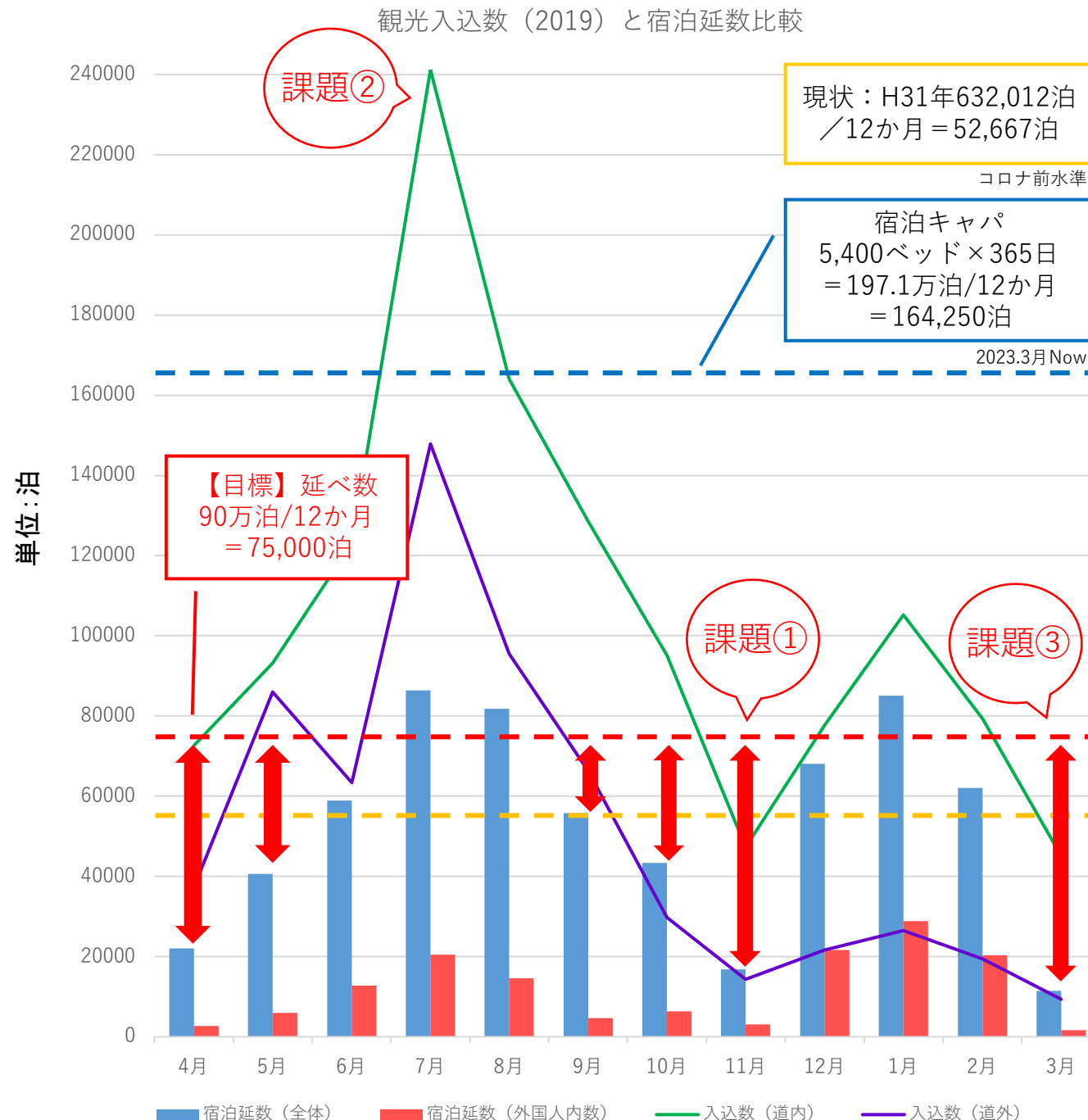


■ 背景にある課題

- ① ラベンダー・スキー以外の滞在目的の創出
- ② 少子高齢化による人口減少／働き手の減少／人材の不足
- ③ のんびりできる滞在拠点確保・回遊性の強化
- ④ デジタル＝観光マーケティングの推進・強化
- ⑤ 住んでよし訪れてよしの持続性ある受け入れ体制の強化

第II期 に向けた課題の再確認

課題の具体化



※コロナ禍前

■課題→方向性

課題①：宿泊延べ数の平準安定

- ・ 2019年:632,012泊 うち外国人142,771泊
- ・ 目標月別：75,000泊（÷12ヶ月 = 52,667泊）
- ・ 通年雇用→人材（若者）の雇用安定

課題②：リピーター減（H31再来訪66%→80%）

- ・ ピーク時の消費単価が高騰：42,981円
- ・ 宿泊の満足度低下（料金の高騰と費用対効果）
- ・ 季節ごとの「経験」プログラムの充実
- ・ 欧米旅行者にシフト
- ・ 団体旅行→個人旅行の変化に対応

課題③：地域内消費（産業連関）の向上

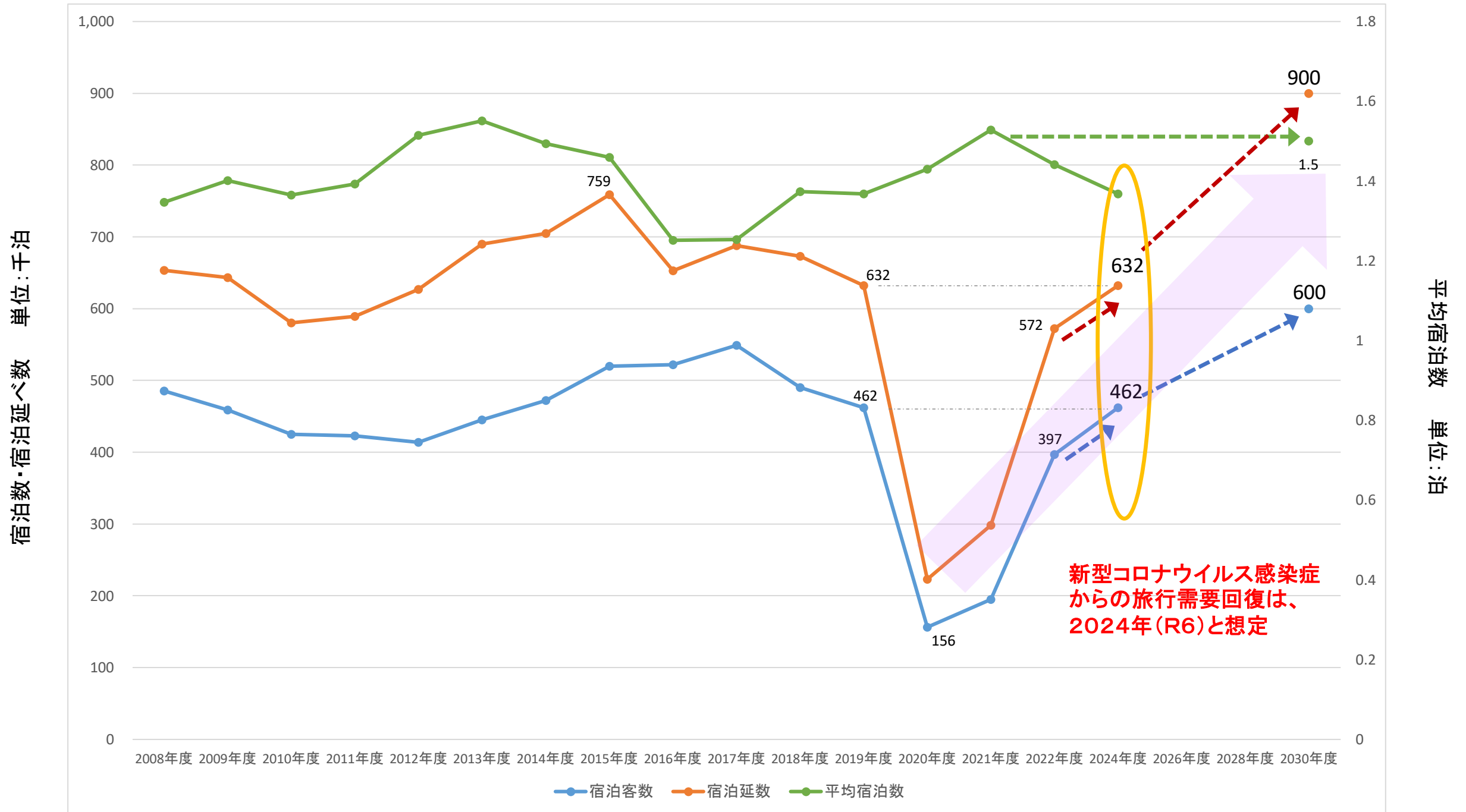
- ・ MADE IN FURANO（農→食）
→ふるさと納税による持続財源確保
- ・ 2次・3次産業の充実（地域使用率50%）
- ・ 高級ホテルへの投資
- ・ IT人材育成（動画・エンジニア）

■ミッション

- ①地域経済の拡大→拡大した規模の持続
- ②天候にかかわらず、年間通して誘客し、地域雇用と宿泊者数の平準安定を図る

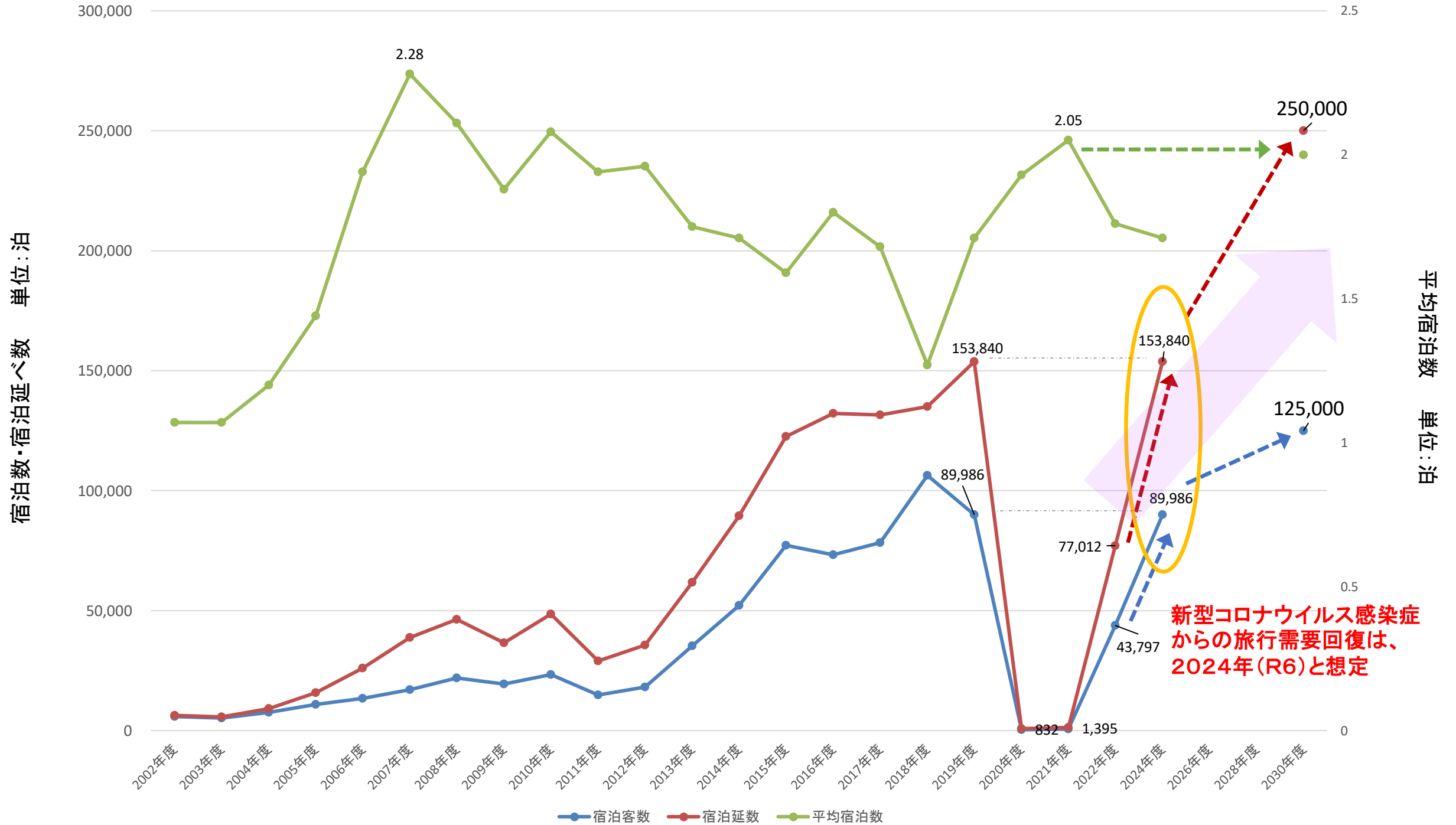
新型コロナウイルス感染症による影響

【目指すべき数値目標の再定義】 宿泊延べ数推移・2030目標



新型コロナウイルス感染症による影響

【目指すべき数値目標の再定義】 外国人宿泊延べ数推移・2030目標



新型コロナウイルス感染症による影響

富良野の現状

- ・ 季節格差による春・秋の宿泊者数減少
- ・ 満足度調査の総合満足度は高評価を得ており、魅力度数値（地域ブランド調査）も高水準で推移している。
- ・ Googleトレンドによる検索比較では、“Furano”よりも“富良野”検索が堅調である。
- ・ 『富良野』を知らない若年層世代の増加
- ・ コロナ禍にあっても、観光入込の繁閑期に変わりはない（コロナ禍も11月の観光入込に大きな増減はない）
- ・ R4年度入込は、コロナ禍前（R元年）の85%超まで回復

< コロナに起因する影響 >

- ・ 2020年2月に端を発した新型コロナウイルス感染症（以降「コロナ」という。）により、観光客が激減。
- ・ この間、人々には行動制限が求められ、国際観光旅客減便により外国人観光客激減。
- ・ コロナ禍、観光施設では雇い止めによるスタッフ減員。アフターコロナ局面（2022年～）では有効求人倍率が上昇、一転して人の確保が難しい状況に。
※国内では、2023年5月にコロナ感染症が2類から5類（季節性インフルエンザと同等扱い）へ移行。今後、生活環境も大きな変化が予想される。
- ・ 2022年度下半期には、韓国、香港、台湾からの観光客が回復基調に。
- ・ コロナによる影響や高齢化を理由とした飲食店閉店、二次交通の利便性低下に伴う魅力度低下。
- ・ コロナ禍でも富良野を選んで来てくださる日本人観光客向けに顧客情報システムを構築。現地から情報発信を行い、優良顧客へのリピーター確保に努めてきた。

第II期 目指すべき方向と目標

数値目標

旅行者の行動に沿ったKPIと調査手法

	2017策定時	2030 目標
(1) 経済波及効果の最大化		
① 観光消費額(1人当たり)	53,722円	80,000円
② 地元調達率	20%	50%
(2) 選ばれ続けるブランド地域づくり		
① リピーター(関係人口の増)	55%	80%
② 宿泊延べ数	653,183泊	900,000泊
③ 外国人宿泊延べ数	140,000泊	250,000泊
④ 総合満足度	80%	85%

※来訪者満足度調査 富良野・美瑛観光圏 報告書より
※富良野観光客入込より

第Ⅱ期 目指すべき方向と目標

数値目標に対する具体的な手法と測定補法

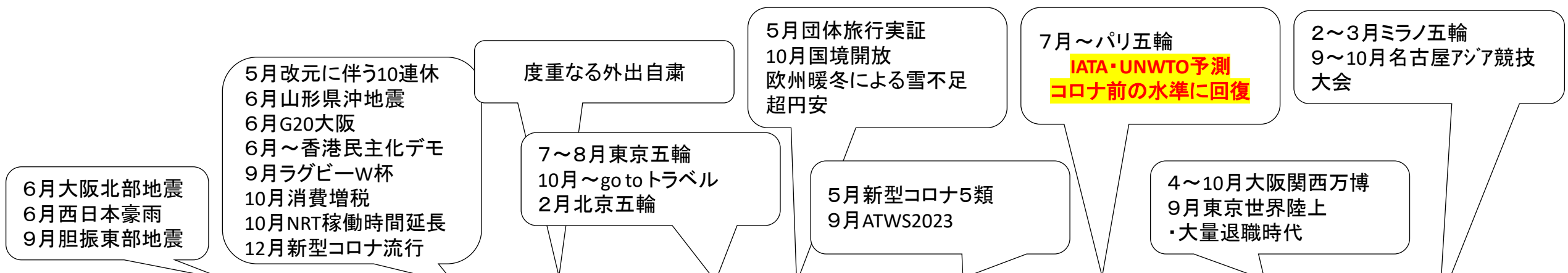
行動段階	測定基準	測定方法	現状 2022	第Ⅱ期 2026目標	第Ⅲ期 2030目標
旅前	ブランド力	全国ブランド調査結果を引用	第11位	10位以内	10位以内
	WEBサイト訪問者数	グーグルアナリティクス分析	671,362件 (ふらのindexアクセス数)	710,000件	800,000件
	キーワード調査	グーグルトレンド分析			
	予約傾向調査	航空・ホテル・バスの 予約データ調査			
旅中	施設訪問者数 支出額調査	観光入込調査(入込客総数) 観光地点登録施設聞き取り	入込客総数 1,628,567人	入込客総数 2,320,000人	入込客総数 2,500,000人
	宿泊数 宿泊延べ数	観光入込調査	宿泊延数全体 572,187泊 外国人宿泊延数 77,012泊	宿泊延数全体 709,000泊 外国人宿泊延数 166,000泊	宿泊延数全体 900,000泊 外国人宿泊延数 250,000泊
	満足度調査	宿泊施設への留置き調査 WEBアンケート調査	総合満足度 95.3% リピート率 64.3% 旅行消費額 47,314円	総合満足度 81.5% リピート率 67.5% 旅行消費額 62,000円	総合満足度 85% リピート率 80% 旅行消費額 80,000円
旅後	SNS分析	SNS各アナリティクス分析 ポジティブ／ネガティブ			
	住民理解度	無作為抽出によるアンケート調査	未実施		

※5年ごとに「観光経済調査を実施。次回R5(2023)年度実施予定

第II期 に向けた未来予想

第II期を考える前提条件

今後4年間の国際観光旅客の動向予測



	コロナ前		コロナ禍			2023年度～2026年度見込			
	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
観光入込客数	1,919,094	1,889,543	1,060,037	1,127,126	1,628,567	1,880,000	1,920,000	2,210,000	2,320,000
宿泊客数	489,760	461,824	155,172	195,244	397,186	480,000	530,000	550,000	570,000
延べ泊数	673,048	632,012	223,425	299,055	572,187	610,000	700,000	780,000	860,000
訪日客宿泊客数	106,372	89,986	432	680	43,797	90,000	106,000	116,000	128,000
訪日客延べ泊数	135,022	153,840	832	1,395	77,012	141,000	175,000	203,000	236,000
CTS国際線旅客数	3,857,658	3,308,212	10	101	929,509				
CTS国内線旅客数	19,776,630	19,506,738	6,436,335	9,229,169	16,946,826				
AKJ国際線旅客数	55,247	43,664	0	0	1,498				
AKJ国内線旅客数	1,080,267	1,035,432	289,418	295,408	856,823				

訪日客国内線利用増

上期: 4・5月の底上げ
上期: 6・9月のアウトプ
下期: 11月のワイン関係
下期: 2・3月の雪

内: 円安による国内志向
内: 物価高による短期・近距離化
際: 長期滞在化
際: ホンモノを求めて地方へ
際: 円安によるインバウンド増
際: 中国ゼロコロナ策終了
際: 新市場(印・印尼・中東)

※富良野市商工観光課推計

第Ⅱ期 に向けた未来予想

第Ⅱ期に起こりうる事象を想定

	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)	R8 (2026)
トピックス	<ul style="list-style-type: none"> 5月新型コロナ5類へ ATWS北海道開催 2030冬季五輪開催地決定 旭川空港国際線順次就航 	<ul style="list-style-type: none"> パリ五輪 	<ul style="list-style-type: none"> 大阪関西万博 東京世界陸上 大量退職時代 	<ul style="list-style-type: none"> ミラノ五輪 名古屋アジア競技大会
商店街動向	空き店舗の増加、イベント担い手の減少(北海へそ祭りなど)			<ul style="list-style-type: none"> 市内企業2021年比12%が廃業(市産業経済構造調査アンケートより)
人口動向	<ul style="list-style-type: none"> 市人口2万人割れ 	人口減少加速化の懸念 外国人市民の増加		インバウンド需要に応える労働力供給可能か？
宿泊キャパ	<ul style="list-style-type: none"> 5,400ベッド 	<ul style="list-style-type: none"> 5,800ベッド 		<ul style="list-style-type: none"> 6,400ベッド
宿泊動向	有効求人倍率高水準	インバウンド2018年水準へ回復		インバウンド最高更新
	57万泊(R4)	65万泊(コロナ前と同水準)		80万泊~90万泊

【第Ⅱ期計画期間中に富良野市において懸念すること】

- ・オーバーツーリズム発生 あるいは、観光客満足度の低下
- ・市民の生活と、観光の乖離に拍車、日本人観光客の富良野離れ
- ・海外投資家等から、北の峰地区を中心とした不動産投資の過熱
- ・家主不在型の民泊がさらに増加
- ・労働力の減少、人の取り合い、賃金水準(企業コスト)上昇、廃業増加懸念

5つの戦略
 (重点項目)

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保するしくみ
5. 住民生活の質を高める環境づくり

重点課題

5つの重点項目別課題から「Ⅱ期にて着手すべき課題」を選抜

	実施すること	重要度	緊急度	課題属性	備考
今、すぐ着手すべき課題	宿泊税導入等での財源確保	6	5	A	
	観光地経営に必要なDMO(DMC)の確立	6	6	A	
	中核人材及び働き手の確保	6	6	A	
着手すべき課題	市を取り巻く二次交通実態の整理、検証と今後について	5	4	A	
	閑散期における誘客促進(年間入込の平準化)	5	5	A	
	持続可能な観光地づくりの検討	6	6	A	
	情報の整理共有・発信	5	5	A	

着手すべき課題
今、すぐ

1. 宿泊税導入等での財源確保
2. 観光地経営に必要なDMO(DMC)の確立
3. 中核人材及び働き手の確保

重点課題

今、すぐ着手すべき課題

R5(2023)

R6(2024)

R7(2025)

R8(2026)

有識者会議からの宿泊税
導入提言(R1(2019))

用途の再検討

北海道及び総務省との協議
事業者への理解
事業執行の仕組み

条例提案

議決

総務省協議

条例施行

宿泊税
徴収開始

宿泊税を財源とした
DMO運営

注) 宿泊税のスケジュールは、今後、最短で手続を進めることができた場合のスケジュールを例示したものである

財源確保

経営組織

DMO組織の設立検討

理念
具体的な事業計画
マネージャー候補像の深掘り
関係機関事業の付け合せ

設立に向けた準備組織の設置

事務所機能検討
マネージャー公募
資金計画、事業計画
関係機関業務の見直し運用

DMO設立

各機関からの人材派遣
市からの財政支援

DMO 事業運用

人材確保

(仮称)人材確保対策検討
協議会(仮称)立ち上げ

専門人材/デジタル化
AI/IOT/RPA

具体的なアクション

PDCA

着手すべき課題

1. 市を取り巻く二次交通実態の整理、検証と今後について
2. 閑散期における誘客促進(年間入込の平準化)
3. 持続可能な観光地づくりの検討
4. 情報の整理共有・発信

重点課題

第Ⅱ期に着手すべき課題

R5(2023)

R6(2024)

R7(2025)

R8(2026)

二次交通

スキー場エリア⇔市街地

観光客向け
 市民向け

▼
 関係機関、事業者等を含めて検討

閑散期対策

アンケート調査実施(目的把握)

旅行動機を踏まえた企画検討 / 補助金の活用

ワインツーリズムモニターツアー

ワインツーリズム商品自走

ワインツーリズム商品自走

景観魅力拡大事業

持続可能な
 観光地づくり

人材育成(GSTC研修の実施等)

GSTC
 サステナブルマネージャー人材育成
 ガイドラインの達成状況公開

国際機関の認証を取得

連携推進協議体の設置

市役所内に推進組織の設置

情報整理、
 共有発信

課題①「富良野」を知らない世代の増加
 課題②アウトドア事業者の把握と発信

「富良野」を知らない前提でのプロモーション

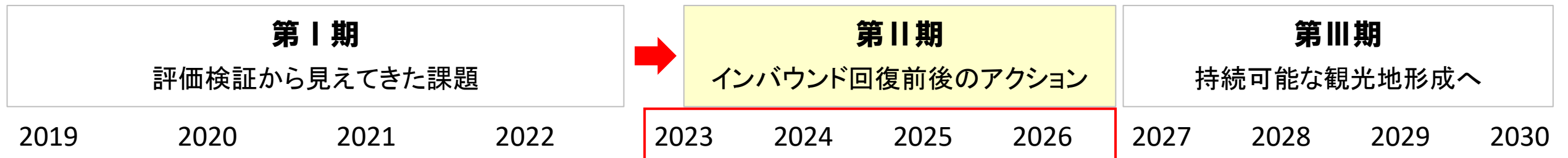
観光入込やアンケート調査の
 フィードバック

取組の見える化
 観光レビュー

年間計画や四半期計画の共有

アウトドア事業者の把握整理

体験ポータルサイトリニューアル



- ・インバウンド多→宿泊単価上昇
- ・国内客アプローチ強化イメージ薄い
 - プロモーション手法
 - コンテンツ開発と、旅前旅中での提案が弱い
- ⇒国内海外誘客の共存とバランスが重要
- ・宿泊単価下げレースからの脱却がマスト(急務)
 - 2022から元に戻していく仕掛けが必要
 - ⇒価格上昇時、サービスは上がらず満足度は低下する懸念(早々に起こり得る)
- ・4,200ベッド ⇒ 5,256ベッドに宿泊キャパシティ増加
- ・FURANO FAN(優良顧客)を大切にしていく必要性
- ・地元事業者減、従業員流出による影響
- ・団体中心に受け入れていた事業者の疲弊度が大きい
- ・教育旅行の件数、人数減に対し単価は据え置き
- ・富良野は変わらないでほしいというニーズ
 - ⇒深掘していく必要性(不変を求めるポイント詳細など)

課題・KPI達成度評価検証 ↓ 優先順位の属性化

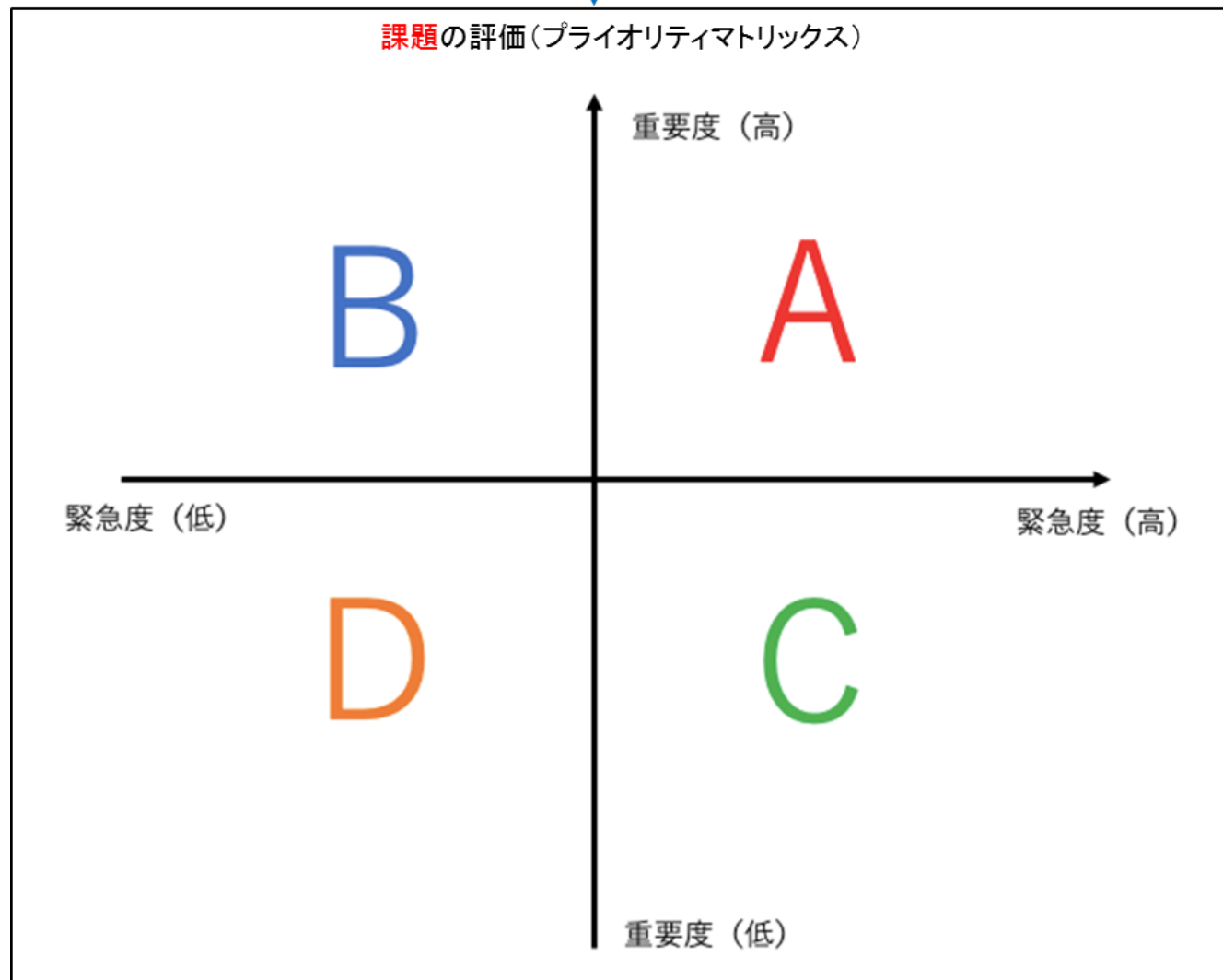
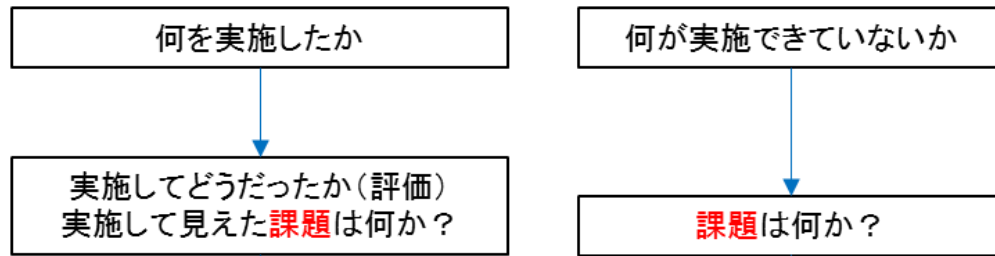
- **ウィズコロナにおける観光誘客(宿泊獲得)戦略**
 - ・【海外誘客】インバウンド受入体制の再構築
 - ・【国内誘客】優良顧客の把握を中心としたリピート化へのアクション
『富良野』を知らない若年層へ向けたアクション
- **マーケティングに基づいた誘客プロモーションと分析**
 - ・ターゲットの細分化とそれぞれに訴求するナノプロモーションと効果測定
 - ・マーケットインの考え方に基づく誘客戦略の構築
- **エリアが一体となり持続可能な観光地モデルを形成**
 - ・国際観光地としての体制整備
 - ・エリアへの興味関心、観光入込及び動態、観光消費額、観光満足度等
マーケティング(調査から分析まで)の精度向上
 - ・宿泊税導入等での財源確保
 - ・観光地運営に必要な地域DMO(DMC)の確立
 - ・財源を活用したPDCA体制確立による観光地経営

重点項目別課題 = 2022に取組みを開始すべきこと

↓
次ページ以降へ

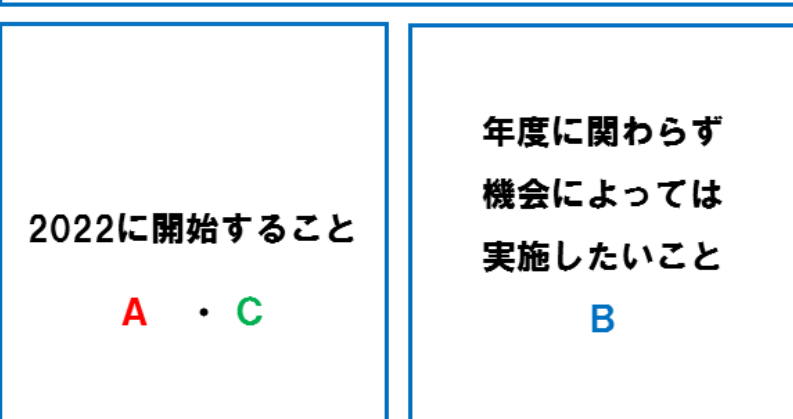
課題の評価から解決の優先順位を探る

課題抽出→「重要度」「緊急度」の分類→優先順位の属性化



※重要度及び緊急度が高い項目『A』のうち、
いますぐに着手すべきものを『S』と定義付けする

課題解決の優先順位属性化



緊急度が高いAとCはわかりやすい
大切なのは、Bを見つけ出して、着実に前進させること

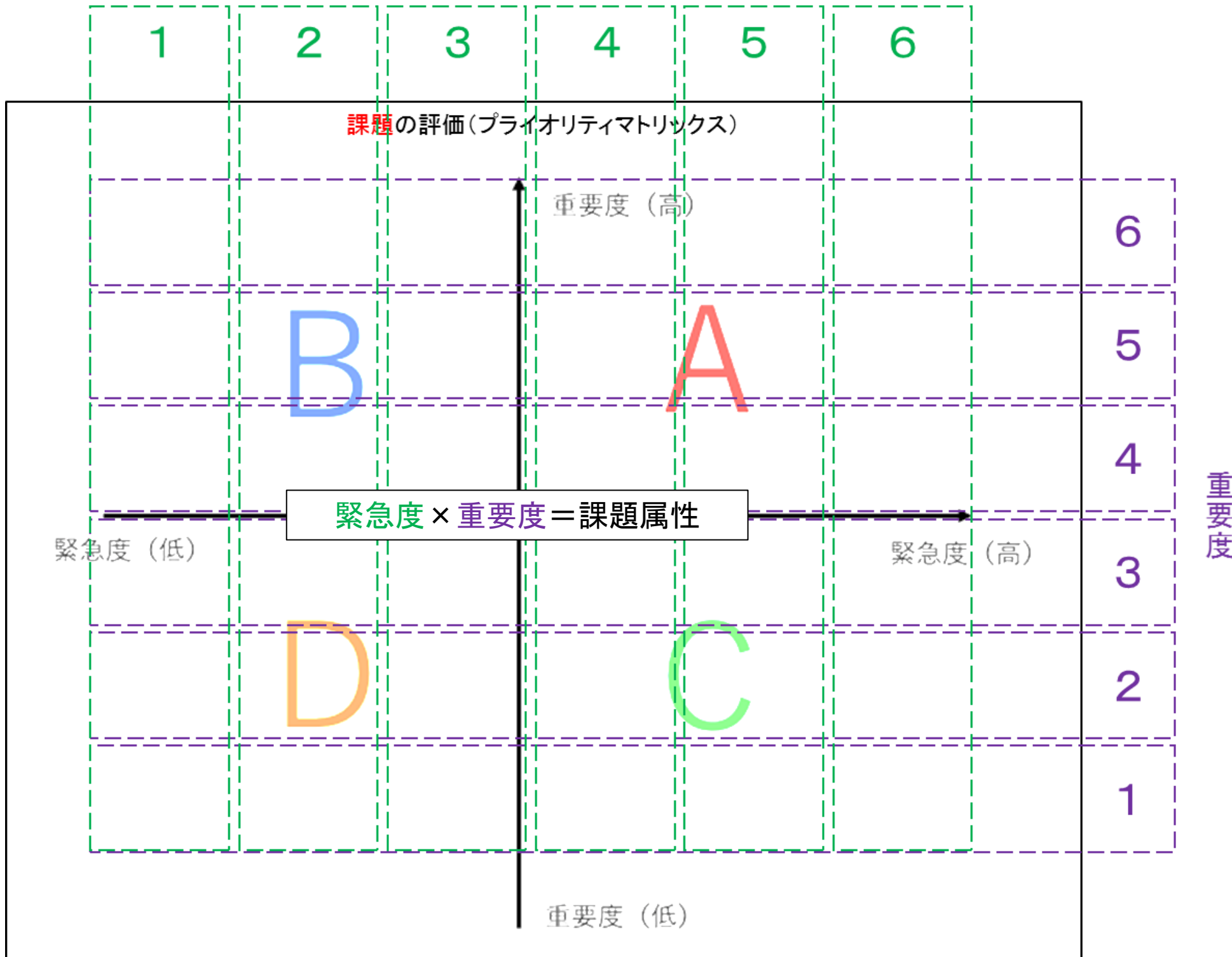
出典/2021タスク・プロジェクト管理ツールJooto(ジョートー)
「緊急度×重要度のマトリクスによるタスクの優先順位の付け方」<https://www.jooto.com/contents/priority-matrix/>

課題の評価から解決の優先順位を探る

事業別の評価方法(属性化の基準)

※緊急度・重要度ともに6段階設定し、課題属性を設定する

緊急度



5つの戦略
(重点項目)

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保するしくみ
5. 住民生活の質を高める環境づくり

重点項目別課題

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出

2022 ↓	実施すること	重要度	緊急度	課題属性	備考
	富良野スキー場北の峰ゾーンを活用した体験商品造成に向けた働きかけ	4	4	A	
	ホテルを中心に観光事業者を含む富良野の観光情報学習及び共有の場づくり	5	5	A	
	閑散期開催企画募集、実施推進サポート	5	5	A	
	各モデルコースの選出、モニターツアーの実施	5	5	A	
	官民間わず現コンテンツの洗い出し	6	6	A	
2023 以降	東大演習林と意見交換し、教育旅行機会確保の方向性を模索していく	4	3	B	Ⅱ期を想定。
	スーパーやリカーショップの充実化に向けた取組み	4	2	B	Ⅲ期を想定。
	インスタ映えするスポット(スキー場・北の峰道道線)の洗い出し及び造成	3	5	C	随時方向性を探っていく。
	ナイトライフ創造に関する具体化	3	4	C	
	地域ブランドの物産展展開、販売ショップブースの押し出し強化	3	3	D	物産展展開は実施済み。 ブース押し出し強化策を検討。

5つの戦略
(重点項目)

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保するしくみ
5. 住民生活の質を高める環境づくり

重点項目別課題

2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備

2022 ↓	実施すること	重要度	緊急度	課題属性	備考
	災害等における緊急事態への対応について、現場事業者への把握状況確認	4	5	A	
	災害時における、場当たりのではない明確な体制の構築検討(通訳体制等)	5	5	A	
	外国資本企業や外国人観光客に対するルールの整備とアプローチ	5	5	A	
	市を取り巻く二次交通実態の整理、検証と今後に向けた方向性の見える化	5	4	A	
	持続可能な観光地づくりモデル事業に着手	6	6	A	
2023 以降	富良野駅とコンシェルジュフラノをデジタルで繋ぎ、顔が見える一歩進んだ案内機能の導入	5	3	B	Ⅱ期を想定。

5つの戦略
 (重点項目)

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保するしくみ
5. 住民生活の質を高める環境づくり

重点項目別課題

3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

2022 ↓	実施すること	重要度	緊急度	課題属性	備考
	外資系不動産投資の実態把握と、予測される効果と懸念への対応策協議	5	5	A	
	インバウンド獲得拡大のためのスキーホスト強化	4	4	A	
	ICカード付リフト券以降のその他サービス提供の模索	5	3	B	
	演旅(エンタビ)事業の検証確認により、ターゲットごとの仮プランニングで次の造成ステップへ	4	3	B	
2023 以降	動物出没注意のオリジナル啓発(鈴やベルの設置を含む)	3	3	D	随時方向性を探っていく。

5つの戦略
(重点項目)

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保するしくみ
5. 住民生活の質を高める環境づくり

重点項目別課題

4. 持続性を確保するしくみ

2022 ↓	実施すること	重要度	緊急度	課題属性	備考
	観光PR素材の事業所間共有(インプット:Furanote/アウトプット:要件等)	5	5	A	
	市内宿泊事業者との宿泊税導入に向けた税額最終調整	6	4	A	
	北海道、総務省との宿泊税導入に向けた制度最終調整	6	4	A	
	DMO、DMCの組織化に向けた協議成果の見える化 ウェブキャンペーン実行委員会と戦略会議の連結等、実働隊を持ってビジョンを稼働させる体制づくり	6	6	A	
	地域観光戦略の各事業所への周知と、各事業所が抱える課題の把握、実践プランの把握	6	6	A	
	外国人観光客への滞在時のルール、海外資本企業への参入ルールについて、内容の精査とアプローチ方法を検討	5	5	A	
	ノベルティ等に頼らない、顧客データ取得の継続方法を確立	5	4	A	
	GPSと連動した観光客の動態把握、分析、コンテンツの改善	4	4	A	
	観光庁「持続可能な観光地づくりモデル事業」への参画を機会とし、指定要件を元に今後の観光地富良野の在り方を整理	5	6	A	
	宿泊税導入に向けた制度設計及び条例提案	6	3	B	道の動きと合わせて。
	サステナブルシフトへの協議	5	3	B	

5つの戦略
(重点項目)

1. 滞在目的となる富良野らしさを体感できるライフスタイルの創出
2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保するしくみ
5. 住民生活の質を高める環境づくり

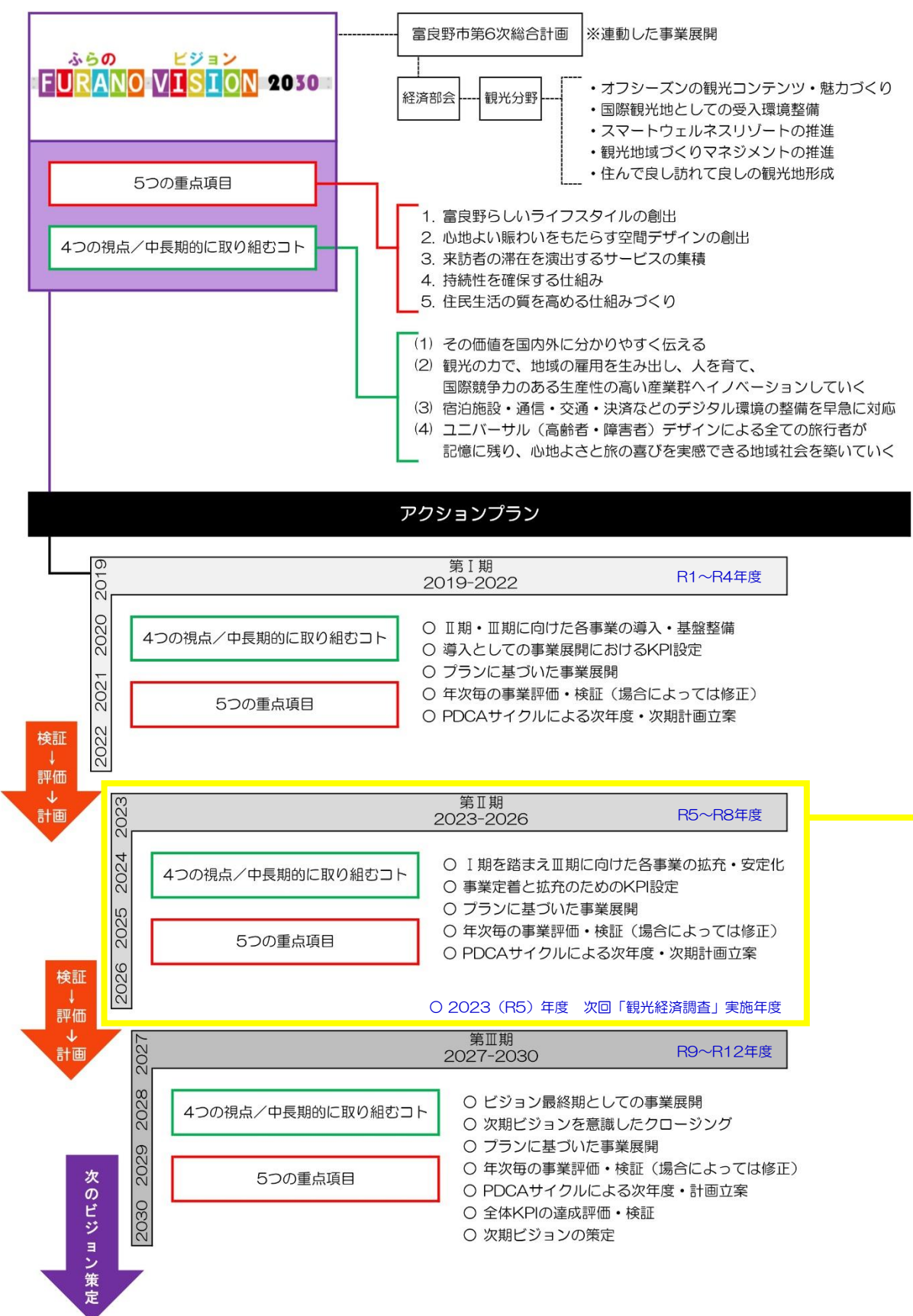
重点項目別課題

5. 住民生活の質を高める環境づくり

2022 ↓	実施すること	重要度	緊急度	課題属性	備考
	イベントや祭りのボランティア人材を確保、これにより運営体制の新陳代謝を図る	6	4	A	
	富良野市版自転車活用推進計画策定 (サイクル観光のプラットフォーム、受入環境の取りまとめと発信強化)	5	5	A	
	都市計画と連携した、住環境、アクティビティ環境等、観光視点の設備活用を協議	5	5	A	
	農業やものづくり、アクティビティと宿泊などを結び付けた旅の把握、集約、発信	5	5	A	
	体験事業者がきちんとタッグを組んで、今あるものを整理整頓しながら、お客様にアクティビティをPR、提供	5	3	B	
2023 以降	市民もターゲットにした割引の集約や発信を、ワンストップで実施	5	3	B	随時方向性を探っていく。

プランニングの策定スキーム・実施スケジュール

2030年までの期間をⅢ期に分けてプランニング



事業の評価・検証・次期プラン提示は、ふらの観光まちづくり戦略会議が中心となって行う。

第Ⅱ期アクションプランの作成

コロナ禍を経て作成した「第Ⅱ期アクションプラン」

対象期間は2023～2026年まで。

課題の解決に向けて、関係者が一丸となって

取り組みをすすめていきます。

オールシーズン「滞在型」の国際観光地へ

