

- 「過ごしたかった日常」がここにある -

人と自然にやさしい

環境・感動・癒しの大地 からの

富良野市観光振興計画（平成20年～29年）



平成20年6月

富 良 野 市

目 次

序 章

- 1 富良野市における観光振興の意義・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2 富良野市観光振興計画策定の経緯・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

第 1 章 富良野市観光を取り巻く状況

- 1 観光マーケットの動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 0
- 2 国の取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 7
- 3 道内自治体の取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 9
- 4 富良野市観光のはじまり・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 8
- 5 富良野市観光の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3 0

第 2 章 富良野市観光振興における課題分析

- 1 富良野市観光についての S W O T 分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4 3
- 2 富良野市観光の「強み」「弱み」「機会」「脅威」・・・・・・・・・・ 4 4

第 3 章 2 0 の具体的戦略

- 1 滞在型・通年型観光地の推進に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4 8
- 2 受入環境整備に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5 3
- 3 観光客の誘客に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5 7
- 4 持続可能な観光振興に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6 1

第 4 章 富良野市観光振興計画の推進体制

- 1 富良野市観光振興計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6 6

第 5 章 富良野市観光振興計画の策定

- 1 計画策定に向けた会議・研修会・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6 7
- 2 計画策定に関わった方々・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7 0

序 章

1 富良野市における観光振興の意義



(1) 岩倉具視が米欧を視察したときの報告書「米欧回覧実記」の表紙

観光の定義

狭義

自由時間において、日常生活地を離れ、各種対象(地)を観てまわること。計画的に意味での通称は“サイトシーイング”という。

広義

自由時間にかかわるすべての活動を表現する言葉。たとえば、レジャー、レクリエーション、休暇、余暇、リゾート等を包含した概念。

(2) 農村観光都市

平成18年6月、能登市長の市政に関する所信表明

(1) 「観光」の意味

観光という言葉の語源は、中国の五経の1つである「易経」(周の時代にまとめられた「周易」)の観の卦にある、“観国之光 利用賓于王”(国の光を観るは、もって王に賓たるよろし)に由来する。

その意味は、「他国の“光”を参考に“観”に行くときは、その国の賓客として扱われる」である。ここでいう“光”は、その国の生活ぶり、たずまいを意味しており、“観”には“みる”と“しめす”という2つの意味がある。

わが国で観光という言葉が使われ始めたのは、江戸時代末期というのが通説である。オランダ国王から徳川幕府に贈られた木造蒸気船につけた“観光丸”という名前からであるが、観光丸と命名した意図は、進んでいる海外の実情を観るという意味が主であることは、1875(明治8)年に岩倉具視が出した報告書「米欧回覧実記」(1)の表紙に“観光”とあることからうかがえるが、わが国の意気を示す(誇示する)という意味を合わせもっていたようである。

(2) 富良野市における観光振興の意義

富良野市は、豊かな自然環境や美しい山岳景観を生かしながら、スケールの大きな彩のある四季の変化、紅葉、白銀の魅力、豊富な味覚、温泉などの多彩な観光資源に恵まれており、観光関連産業や地域の活性化に重要な役割を担っていることから、観光は本市発展の重要な柱となっている。

この豊かな自然景観を生かし、農業、観光の振興を図り、都市と農村の交流を進め、食観光、体験観光、教育観光などの創出に努め、経済の活性化や移住者が安心して住むことができるような環境づくり、「農村観光都市」(2)の形成を目指すことが、富良野市の観光振興の意義である。

(3) 農村観光都市形成に向けて

富良野市が目指すまちの姿 - 農村観光都市 -

「美しく恵まれた農村を舞台に、多様な観光と農業が連携することによって、住んでいる市民が誇りを持ち、訪れる人や住んでみたいと思う人をやさしく迎える魅力あられる地方都市」(農村観光都市)の形成を、富良野市が目指すまちの姿として設定する。

今まで「農業」と「観光」が本市の基幹産業と位置づけられ、緊密な連携の下に産業振興を図ってきたが、更なるまちづくり推進に向け、平成18年6月「農村観光都市形成に向けて」とし、農業の振興が観光の発展につながり、観光の結びつきが農業の振興につながることを認識するために「明文化」し、持続可能な農村観光都市形成を目指していく。

富良野市観光推進の概念

豊かな優良農地等、地域資源の持続がなくては観光は成立しない。

農業者や地域住民の参画がなくては、優良農地等地域資源は守れない。

農業者や地域住民の参画は、経済的効果がなくては望めない。

農村観光都市形成についてのポイント

持続可能な観光推進とは、現状の富良野市の農業、商工業、市民生活の中で可能な観光資源を見出していく。また、観光資源に負荷をかけないような受入とする。経済効果を促進するため、滞在日数の増加を念頭に入れる。

季節による落ち込みをなくし、平準化を目指す。

地域のコミュニティを確立する。住民は観光客を暖かくおもてなしし、普段の生活を楽しむことが必要である。観光客については、地域のルールを遵守し快適に過ごす。



2 富良野市観光振興計画策定の経緯

(1) 富良野市観光振興計画の背景

富良野市観光経済調査(平成12年度実施)(1)

平成12年度に行われた「富良野市経済調査」では、市内の観光客関連売上高(観光客総消費額)は年292億円で、その経済波及効果は総売上高で年471億円(1.61倍の乗数効果)に達しており、市内企業においては観光客から直接売上を得ている事業所だけでなく、全体の半数の事業所が観光客入込み増加によって業績を高めている。また、観光経済効果に相当する事業者は1,822人(市内総従業者の14%)である。そして本市経済(市内総生産)において観光関連産業総売上高は15%前後のウエイトを持っていると考えられることから、本市にとって重要な産業の1つという結果が得られた。

この結果により、富良野市における観光経済を振興する基本的な取り組み姿勢を次のように設定した。

基本的な取り組み姿勢

“観光”は本市における基幹的な産業の1つに位置づけられ、かつ21世紀の本市発展を支える成長要因と期待できる。この事実(=調査結果)を広く市民に周知するとともに、市民間のビジネス交流を促し、市民の取り組みを支援しながら観光経済の振興を図っていく。これにより、本市経済の持続的な発展を目指すこととする。

観光経済を振興する基本的な方向

(観光消費対策)

“観光客消費”を増加させる。=入込み数増だけでなく“消費単価”を高める。

(観光産業対策)

“観光関連産業”を充実する。地域産業が=それぞれに観光客“おもてなし”に取り組む。

(波及効果対策)

“市内経済波及効果”を高める=市内企業との取引や、市民雇用・市内消費を拡大する。

(経済調整対策)

“マクロ的に観光経済”の均衡を図る。=観光客消

(1)平成12年観光経済調査	
観光消費がもたらす効果	
直接的な効果	
総観光消費額	・・・292億円
観光関連産業で生じた所得	・・・70億円
観光関連産業での雇用者数	・・・1,322人
波及効果	
原材料購入等波及効果額	・・・95億円
原材料購入等で生じた所得	・・・30億円
観光関連産業市内所得による波及効果	・・・62億円
観光関連産業市内所得により生じた所得	・・・16億円
原材料購入等所得による波及効果	・・・22億円
波及効果による雇用者数	・・・500人
観光消費による経済波及効果	
総額(+ + +)	・・・471億円
所得総額(+ +)	・・・116億円
雇用者数合計(+)	・・・1,822人

費、観光関連産業、経済波及等の展開を均衡させる。

富良野市観光振興の基本姿勢（平成13年度策定）

富良野市観光経済調査を踏まえる中で、観光経済振興の課題と方向性を基調に、また富良野市総合計画等との整合性をとりながら、時代に適応した観光振興を積極的に推進するとともに、この雄大な自然環境を保全しながら、有効活用を図る上で、多様化する観光ニーズに対応した体験観光を中心に、滞在型・通年型・拠点型観光を目指しながら、市や観光協会、市民などそれぞれが役割分担する中で、来訪された観光客が富良野に来て良かったと心の底から満足いただけるような観光地づくりと、市民が住んでよかったと言える安らぎあるまちづくりを官民一体で目指す。

自然環境の保全と活用

富良野らしい雄大な田園景観を市民の財産として継承し、また同時に保全していくことが本市にとっての責務である。この緑豊かな自然や雪国の特性を活かした自然とのふれあいや生活の中から観光の目的ニーズにあったアウトドア、スポーツ等の体験型観光、四季を通じて楽しめる魅力的なイベントの開催、グリーンツーリズム、さらには新鮮で豊富な食材の提供など、ニーズの多様化に積極的に対応する必要がある。

21世紀における産業間連携と発展

観光は即効性のある産業として、経済効果を大きく伸張させることで、農業や他産業への波及効果にも著しく市内経済の発展に重要であることから、すそ野の広い地場産業との連携を深めるとともに、産業間のネットワーク化や各種施策との整合性を図る必要がある。

多彩に売り込む観光プロモーション活動とおもてなしの充実

国内外からより多くの観光客を誘致するため、効果的な宣伝啓発活動やインターネットなどを通じた観光情報の発信、安心して快適な観光を持続するための交通アクセスの改善、また観光関連施設の整備充実や観光関係者のきめ細かいサービスの提供などおもてなしの一層の向上



(1)フェリー

商船三井フェリー株式会社では、苫小牧～大洗間で運行しているフェリー「さんふらわあ」に「ふらの」と命名した。2007年1月に就航している。

を図る。さらに、効果的なPR戦略と国際観光の振興に向け、外国人観光客などへの積極的なプロモーション活動を図るため、近隣市町村や観光関連団体、道内外の都市との連携を深めるとともに、空港やJR、フェリー(1)、バスなどとの連携により利便性の向上に努める必要がある。

富良野市観光振興計画(外客誘致編)

(平成17年8月策定)

富良野市観光振興計画(外客誘致編)は、「外国人観光客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律(平成9年度制定)」及び同基本方針、「北海道観光のくにづくり条例(平成13年度制定)」、「北海道外客来訪促進計画(平成10年度策定、17年度改訂)」や、「富良野市観光の基本姿勢(平成13年度制定)」の趣旨を踏まえ、市や観光協会、観光事業者、市民がそれぞれの役割に従い、国際観光を総合的、計画的に推進していくための方策を明らかにするとともに、計画期間中において市や観光協会などが取り組む地域の観光振興事業計画等の振興施策や目標などを示すものとした。

富良野市観光経済調査(平成18年度実施)

平成18年度に行われた「富良野市経済調査」では、観光経済を振興する基本的な取り組み姿勢を次のように設定した。

基本的な取り組み姿勢

本市における基幹的な産業の1つに位置づけされる“観光産業”は、域内の産業連関を強めてきており、引き続き本市の発展を支える成長要因としてより確かな存在として有り得る。それは、大都市からの観光客の消費によって支えられていることを市民それぞれの立場でしっかりと認識して、おもてなししなければならない。

この調査結果(現況と変化)を広く市民に周知するとともに、市民間のビジネス交流を深めることを促し、市民・企業の取り組みを支援しながら観光経済効果波及を高める振興を図っていく。これにより、本市経済の持続的な発展を目指すとともに、新たな展開に挑戦していかなければならない。

観光経済を振興する基本的な方向

(観光消費振興)

冬季における観光客入込み数を拡大するとともに、観光客入込み数の季節平準化に取り組む。

(観光産業振興)

観光経済効果が低い部分(卸売業、製造業、一般サービス業など)について、商品・サービスの改善や新規事業開発、異業種間の交流を促す。

(経済波及効果振興)

観光経済に、より多くの市民がより深く参入でき、より多くの市内企業がより深く参入できる取り組みを促す。

(長期滞在・定住振興)

大きな規模となっている、長期滞在意識、移住・定住意識を表明する大都市居住者のニーズへの具体的な対応に取り組む。

観光地域づくり実践プラン

行政・観光団体・観光事業者・市民が一体となって、外国人観光客の増加や地域の経済活性化等を目的としたハードやソフト事業を総合的に取り組んでいかなければならない。また、達成度調査により計画の見直しを図っていくことで、地域づくり(観光地域づくり)の方向性を定めていく必要がある。

平成19年度達成度調査の結果において、オンラインによる予約システムの確立、滞在中のホスピタリティの向上(インフラ整備、富良野らしさの追求)、プロモーション方法の使い分けなどが課題として出されており、今後対応していく必要がある。

(2) 富良野市観光振興計画の視点

計画の着実な実行に向けて、本計画では次の視点を重視し策定を行った。

「オール富良野」の計画策定

市はもとより、ふらの観光協会、富良野商工会議所、旅館組合、料飲店組合、NPO法人をはじめ、運輸、体験、情報、文化、農業、森林などさまざまな分野の関係者や市民が連携して推進する「オール富良野」の計画として策定する。

計画策定に伴うプロセスの重視

富良野市観光振興計画策定の場を、さまざまな関係団体の意見交換の場とするとともに、意見の積み上げによる具体的戦略、推進施策の設定により、活用される計画づくりを進める。

具体的数値目標の設定による成果の重視

観光推進のための4つの柱を設定し、それぞれの柱に対応した具体的数値目標を設定することにより、洗練された国際観光地を着実に目指すこととする。

(3) 富良野市観光振興計画の各施策の活用と修正

本計画は平成20～29年度までの10年間の計画とするが、観光動向や観光客のニーズに変化があるため、必要に応じ調査を行い推進施策等を修正する。

本計画は平成20～29年度の10年間の計画とする。毎年、観光入込及び宿泊者調査を実施し報告する。

5年に一度、観光経済調査を実施し、富良野市観光の方向性を修正する。

必要に応じアンケート調査を実施し、観光客のニーズ把握などに努める。

(1) 富良野市国際観光促進協議会

(H17.9.30 設立)

地域の幅広い関係者が一体となって、魅力ある地域づくりと観光交流の拡大を推進し、経済の活性化、生活環境の向上、また、国民、海外旅行者の観光ニーズを捉え、観光戦略を立案。

(4) 富良野市観光振興計画策定の経過

平成19年6月21日、富良野市国際観光促進協議会総会(1)において、平成19年度事業として富良野市観光振興計画の策定が承認された。

今回の計画策定に伴い、北海道大学観光学高等研究セ

(1) 富良野美瑛広域観光推進協議会
(H 6 . 5 . 2 5 設立)

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し、平成 6 年に設立された。美瑛町・上富良野町・中富良野町・南富良野町・占冠村・富良野市の 6 市町村及び観光協会、関係機関・団体で構成。現在では国内外のプロモーションを中心に活動を展開している。

(2) 北海道大学観光学高等研究センター

観光による地域活性化の創出、観光分野の国際協力、優秀な人材の育成などに資する学内共同教育研究施設として、平成 1 8 年 4 月に設置された。この富良野市観光振興計画策定にあたり、総合学習会の講師や中間報告会の助言等、多大なご指導をいただいた。

ンターの指導助言をいただくとともに、2 回の総合学習会により現在の観光の現状と今後の方向性について学習し、3 回の幹事会により富良野市観光の目指す姿の確認、観光振興の 4 つの柱、具体的数値目標の設定を行った。

また、国土交通省北海道運輸局の後援をいただいた富良野美瑛広域観光推進協議会(1)主催の 3 回の地域振興セミナーに参加し、今後の観光の方向性やインバウンドの現状(中国・上海) 更には観光振興による地域再生といった研修も行ってきている。

その後、富良野市国際観光促進協議会構成員の各分野及び 5 名の市民(商工業振興・文化・情報・農業・森林) によりプロジェクト委員会を設置し、観光の現状と課題の整理をし、具体的数値目標を達成するための具体的戦略及び推進施策の設定を行った。

平成 2 0 年 3 月 3 日には、富良野市国際観光促進協議会幹事及びプロジェクト委員を対象に中間報告を行うとともに、計画の素案に対し、北海道大学観光学高等研究センター(2)の指導助言をいただいた。さらに、5 月パブリックコメントの募集を行い、富良野市観光促進協議会における審議を経て、平成 2 0 年 6 月発表に至っている。



山部自然公園太陽の里キャンプ場

第1章 富良野市観光を取り巻く状況

1 観光マーケットの動向

(1) 総市場規模の展望

- 少子高齢化～地域社会と産業構造の変化 -

2005年国勢調査により、日本の人口動態統計の年間推計でも死亡数が出生数を上回る自然減に転じており、急速に少子高齢化が進展している。

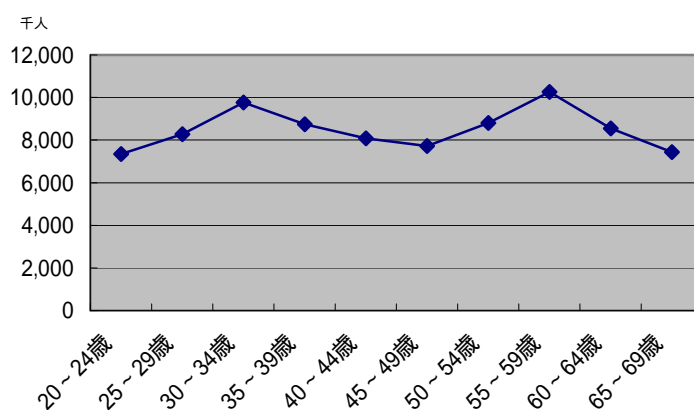
人口減少と長寿化が進むことで、地域社会の構造と産業構造も変化すると予測され、大都市圏と一部を除いては、ほとんどの地域で経済規模は縮小すると考えられる。

これに伴い、国内の旅行マーケットも変化してきている。

若年層の減少による修学旅行人口の減少、団塊世代の増加、次の団塊ジュニアの旅行離れなど、旅行動向が急速な変化をしてきている。

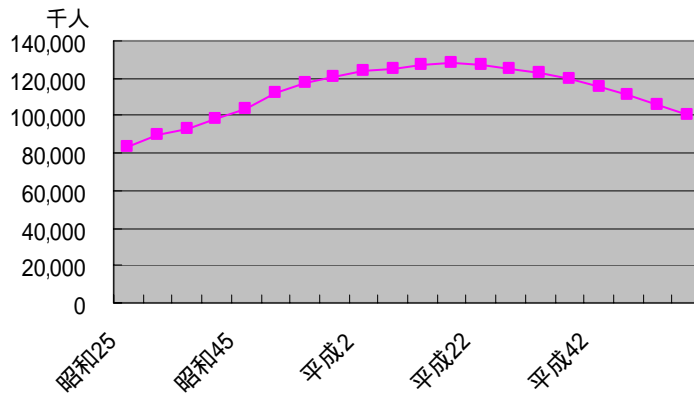
このことから、地域は経営の転換を図ることが重要で、「定住人口」重視から「交流人口」重視への経営転換を図ることが重要となってきている。

年代別人口



資料：国勢調査平成17年度（2005年）

日本の将来推計人口



資料：国立社会保障・人口問題研究所編集・

財団法人構成統計協会発行「日本の推計人口平成18年12月推計」

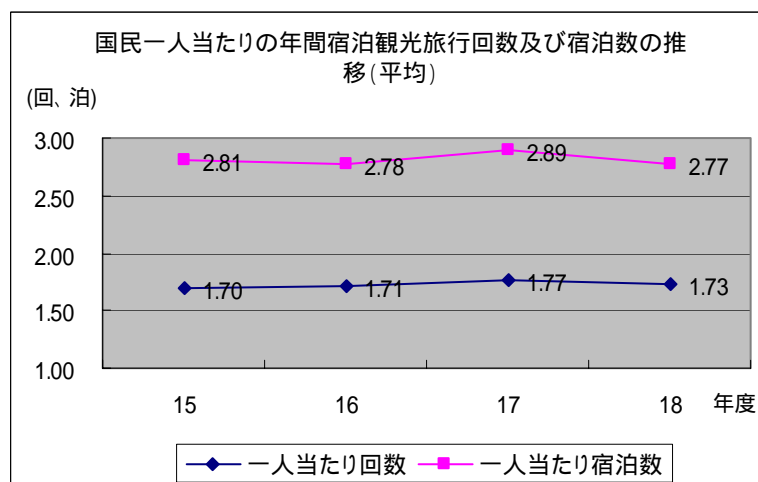
(2) 全国の宿泊観光客数の推移

- 縮小する国内観光宿泊需要 -

平成18年度の国民一人当たりの宿泊観光回数および宿泊数は、減少傾向にあり、国内宿泊観光旅行回数は、1.73回と推計され、対前年比で2.3%減となった。また平均年間宿泊数は、2.77回と推計され、対前年比4.2%減となった。

景気の伸び悩みも影響し、宿泊観光旅行の市場は縮小の傾向にある。

また、近年の特徴として、インターネットを利用し、宿泊施設等へ直接予約する旅行形態が増加している。



資料：国土交通省「平成19年版観光白書」

(3) 旅行目的の動向

- 旅行ニーズの多様化 -

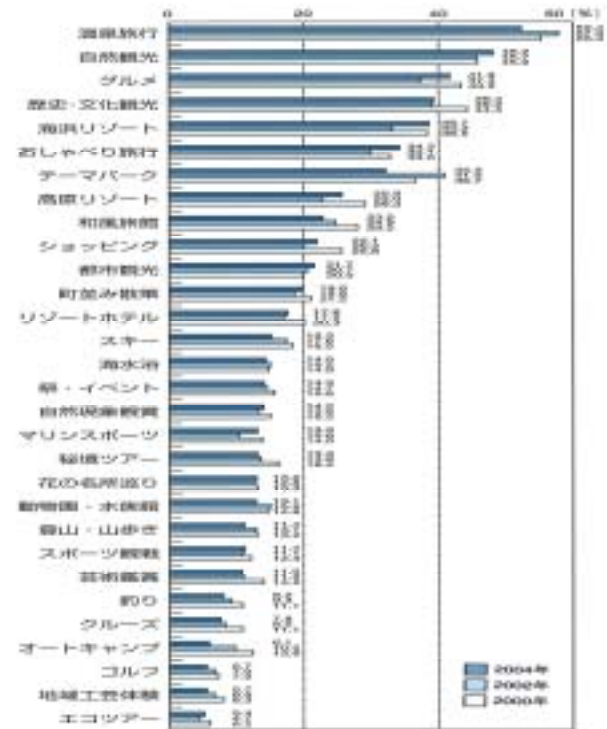
全国の18歳以上の男女を対象とした旅行者動向調査によると、宿泊観光旅行において、「行ってみたい旅行のタイプ」の最上位は「温泉旅行」であるが、2位以下との差が少なく、ニーズが多様化していることがわかる。

また、特定の目的地を対象とせず、仲間や家族と楽しく過ごすことを目的とした「おしゃべり旅行」が上位にもあるように、「何をみたか」というよりも「何を体験したか」「どんな時間を過ごしたか」ということが重要視される傾向にある。

特に、地域の人々との交流や出会い、その地域固有の歴史や文化、自然に触れ、学び、楽しむ、「体験観光」が注目を集めている。

行ってみたい旅行タイプ（複数回答）

旅行タイプ名	内容
温泉旅行	温泉を楽しむ旅行
自然観光	自然や景勝地を見てまわる観光旅行
グルメ	おいしいものを食べる旅行
歴史・文化観光	歴史や文化的な場所を見てまわる観光旅行
温泉リゾート	海辺でゆったり過ごす旅行
おしゃべり旅行	仲間や家族と楽しく過ごす旅行 (みるもの、遊ぶものにはこだわらない)
テーマパーク	テーマパークや遊園地で楽しむ旅行
高級リゾート	高級でゆったり過ごす旅行
和風旅館	落ち着いた和風旅館に泊まる旅行
ショッピング	ショッピングを楽しむ旅行
都市観光	街や都市で楽しむ旅行
遊園地	楽しい遊園地を楽しむ旅行
リゾートホテル	リゾートホテルに泊まる旅行
スキー	スキーを楽しむ旅行
海水浴	海水浴
祭・イベント	祭やイベントを楽しむ旅行
自然現象観察	珍しい自然現象を見に行く旅行
マリンスポーツ	マリンスポーツを楽しむ旅行
秘境ツアー	秘境を訪ねる旅行
花の名所巡り	桜やハルビなどの花の名所を訪ねる旅行
動物園・水族館	動物園や水族館で楽しむ旅行
登山・山歩き	登山や山歩きを楽しむ旅行
スポーツ観戦	スポーツ観戦を楽しむ旅行
芸術鑑賞	演劇、音楽、展覧会等を楽しむ旅行
釣り	釣り(海、川、湖)を楽しむ旅行
クルーズ	専用船による観光旅行
オートキャンプ	オートキャンプ
ゴルフ	ゴルフを楽しむ旅行
地域土産体験	地域の伝統工芸を訪ね、体験する旅行
エコツアー	自然を楽しむ、自然や環境を学ぶ旅行



(4) 環境に関する関心

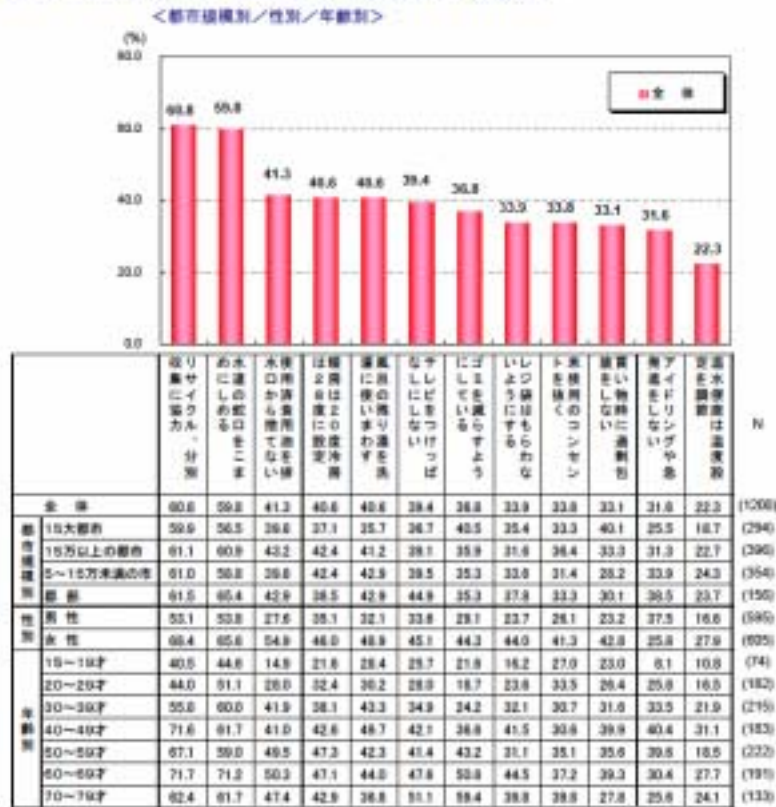
平成19年実施の「環境問題への関心度」についての全国世論調査によると、環境問題に関心があると回答した人が81%となっているように、国民の多くが環境問題に関心を持っていると考えられる。特に中高年の関心度は他の年代に比べ高い。また、その多くが、環境保護に関する具体的な行動を行っている。

北海道では平成20年に洞爺湖サミットが開催されるなど、国や北海道を挙げて環境保護に対する取り組みが行われ、今後もより環境問題への関心度は高まっていくものと推測される。



資料：日本リサーチセンター

図表3 日頃心がけている、環境保護につながる具体的行動（複数回答）



資料：日本リサーチセンター

(5) 日本人の海外旅行者数の推移

- 上昇から横ばい -

日本人の海外旅行者は、原油の値上げによるサーチャージの影響や賃金格差や不況の影響を受け、横ばい傾向にある。

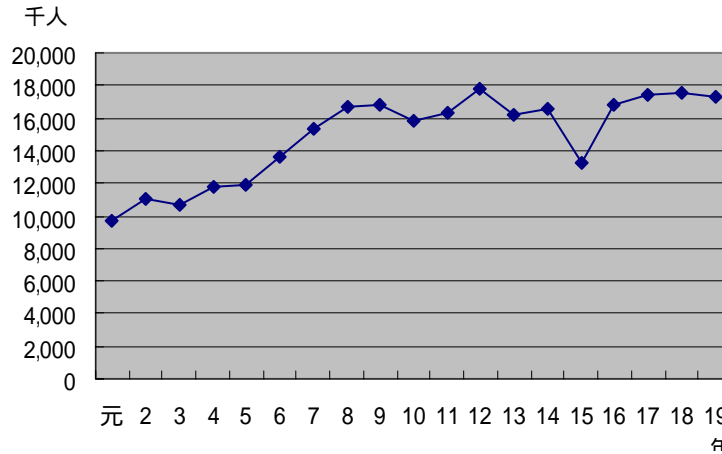
平成19年の海外旅行者数は前年比1.3%減の1,729万8千人となった。円安基調が続き、海外旅行に割高感が働いたことと、40歳未満の海外旅行が伸び悩んだことなどが、出国日本人数の伸び悩みにつながっている。

海外旅行規模は、国内旅行に比べれば規模は小さく、海外旅行の動向が、国内旅行に与えるインパクトはまだまだ小さいと思われる。

しかし、海外を旅行する人が増えることで、観光客の観光地を見る視点、サービスへの期待値は高く、厳しくなるものと考えられる。

富良野市でも、他のヨーロッパの都市などと比較されることを意識しながら観光振興を図ることが重要である。

国民の海外旅行の動向



資料：国土交通省「平成19年版観光白書」

(1) BRICS(ブリックス)

B : Brazil (ブラジル)

R : Russia (ロシア)

I : India (インド)

C : China (中国)

S : South Africa (南アフリカ共和国)

の5カ国を指す(南アフリカ共和国を除く4カ国を指す場合もある)。人口が多く、今後世界経済に大きな影響力を与えるような国家群へと成長していくのではないかと考えられている。

(6) 訪日外国人観光者数の推移

- のびるアジア圏と BRICS (1) -

訪日外国人旅行者数は、ここ数年増加を続けている。

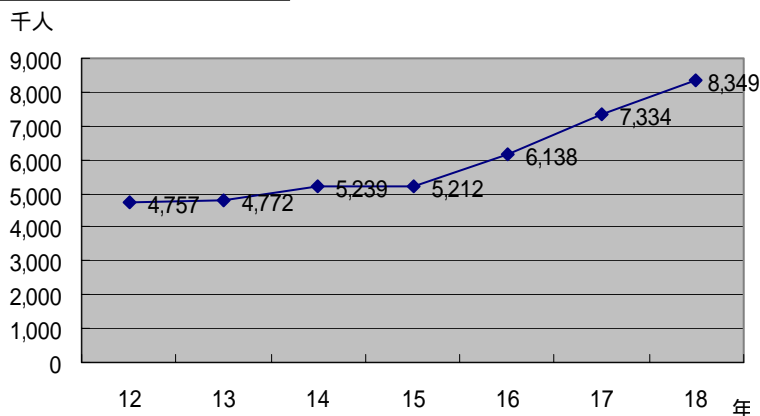
平成18年度は、前年比13.8%増で前年より100万人の増で過去最高の834万人と大幅に増加した。

要因は、国による「ビジットジャパンキャンペーン(VJC)」の推進や訪日ビザ発給などの条件緩和措置などが挙げられる。

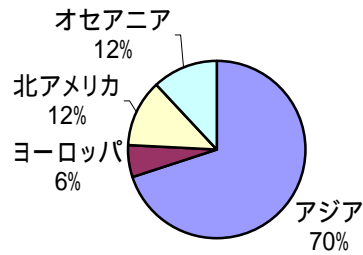
このうち7割は、韓国や台湾、中国などアジアからの旅行者が占めている。円安で日本の物価に割安感が出たことと、アジア各国の経済成長で購買力が高まったことが背景にあるとみられる。

また、VJC重点12市場からの訪日客数は、訪日外客全体の88.3%を占め、12市場のうち米国を除く11市場(韓、台、中、香港、タイ、シンガポール、豪、加、英、独、仏)で過去最高となった。

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行者数地域別割合



資料：国際観光振興機構（JNTO）

（８）国・地域別訪日外国人観光客数の推移

- 伸びる東アジア圏 -

わが国を訪れる外国人旅行者数を、国・地域別に見ると韓国・中国が大きな伸びを示している。

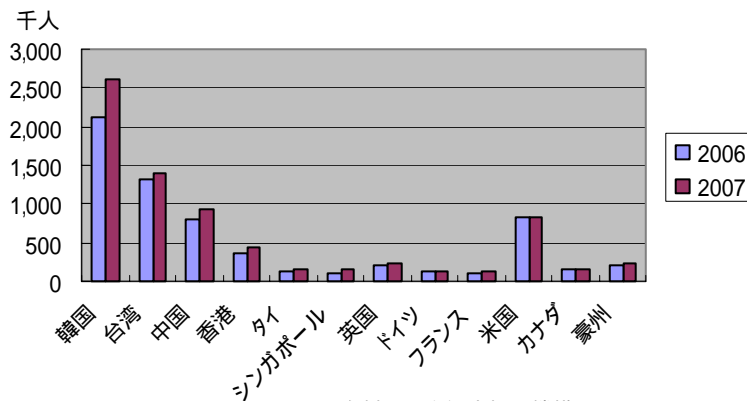
訪日韓国旅行者数は、VJC宣伝効果、査証免除効果、週休二日制の定着、円安基調などにより、260万人を突破している。（過去最高の260万1千人）

また、訪日中国人旅行者数は、好調な経済、国交正常化35周年イベントの開催、VJC宣伝効果、日中間の輸送力増強などが影響し、90万人を突破している。（過去最高の94万3千人）

その他、訪日フランス人旅行者数、訪日ガイドブックの発行、ポップカルチャーを含めた日本文化への関心の高まり、円安基調などにより、過去最高の13万8千人を記録している。

国の観光立国政策の推進により、今後も訪日外国人旅行者は増加することが予想され、特に東アジア圏が今後も注目される。

VJC重点市場における訪日旅行者数推移



資料：国際観光振興機構（JNTO）

2 国の取り組み

観光立国推進基本計画の概要

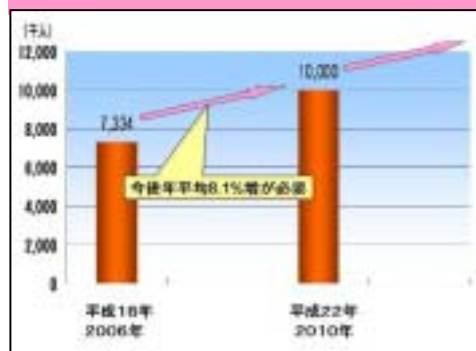
基本的な方針

国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに、国民の海外旅行を発展等

計画期間における基本的な目標

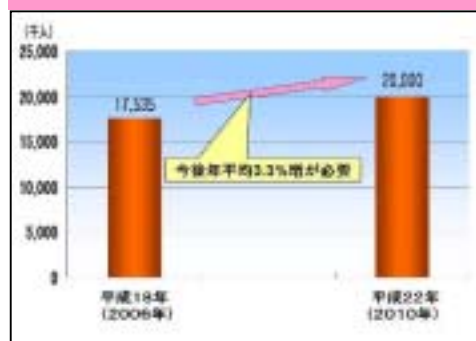
訪日外国人旅行者数

平成22年までに1,000万人にし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にする。



日本人の海外旅行者数

平成22年までに2,000万人にする



国内における観光旅行消費額

平成22年までに30兆円にする



(1) 国の観光立国政策

平成14年(2002年)2月の前小泉首相による国会での施政方針演説における観光立国宣言、同年12月の「グローバル観光戦略」策定および平成15年(2003年)3月から始まった「ビジットジャパンキャンペーン」以降、訪日外国人数を平成22年(2010年)までに倍増の1,000万人にすることを目指した取り組みが積極的に展開されている。

平成20年(2008年)の北京オリンピック、平成22年(2010年)の上海万博など、東アジアにおける国際的イベントにあわせ、訪日ビザ規制緩和を踏まえた重点的キャンペーンの展開などによる日本への誘客が取り組まれることが予想される。

一方、観光立国としての基本的なあり方を検討すべく、「観光立国懇談会」が平成15年(2003年)1月に発足し、同年4月下旬「観光立国懇談会報告書～住んでよし、訪れてよしの国づくり」がまとめられた。また、観光立国実施のための施策を実施するために、平成16年(2004年)5月、観光立国関係閣僚会議の下に「観光立国推進戦略会議」が設置され、同年11月には、国際競争力のある観光立国の推進に向けた4つの課題と55の提言からなる「観光立国推進戦略会議報告書～国際競争力のある観光立国の推進」がまとめられている。

そして、平成18年12月には、観光立国推進基本法が成立し、観光立国の実現は、21世紀のわが国経済社会の発展のために不可欠な国家的課題とされ、翌年の平成19年6月には、観光立国推進基本計画の閣議決定がされている。

観光立国推進基本計画において、国は、必要な施策を総合的に策定・実施し、地方公共団体・民間の取り組みを支援するとともに、「日本ブランド」としてわが国の魅力を発信する役割を担うこととされている。

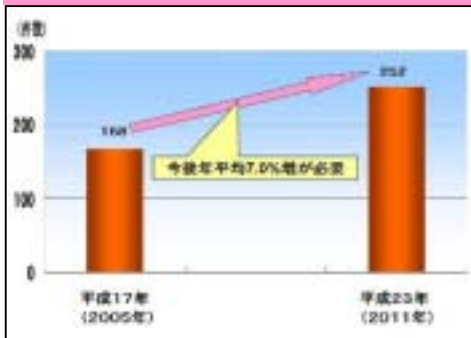
そして、平成20年10月のめどに観光立国を総合的かつ計画的に推進する機関として、国土交通省に「観光庁(1)」の設置を目指している。

あわせて、国は、国際競争力の高い魅力ある観光地の

日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数平成22年までに年間4泊にする。



我が国における国際会議の開催件数平成22年までに5割以上増やす



計画期間 5年間

施策 目標を達成するための具体的な施策を記述

その他 毎年度点検を行うとともに、おおむね3年後を目途に見直し等

形成を目指して、地方自治体、民間事業者、NPO等、地域の関係者が連携して、魅力ある宿泊拠点の形成、回遊性・周遊性の高い地域づくり、地域固有の体験・学習・交流プログラムの開発・提供を柱とした、2泊3日以上行程で回遊することができる「地域観光圏」の整備により、観光客の来訪および滞在の促進に関する基本方針を策定しており、整備事業の実施に必要な関係法律の特例等について進めている。

これを受けて、本市を含めた美瑛から占冠まで沿線6市町村においても、地域観光圏整備計画の策定に向けて合意形成を進めていく必要がある。

(1) 観光庁の設置

観光立国推進基本計画を着実に実施するとともに、同計画に盛り込まれている関係施策が有機的に連携してその効果を上げることができるよう、政府全体の観光関係施策を一元的に調整する組織体制が必要不可欠となっている

(2) 景観法

都市、農山村等における良好な景観形成を図るため、良好な景観の形成に関する基本理念および国等の責務を定めると共に、景観計画の策定、景観計画区域、景観地区等における良好な景観形成のための規制、景観整備機構による支援等所要の措置を講ずるわが国で初めて景観の総合的な法律である。

(2) 景観法 (2) の策定

美しい景観の形成については、平成15年(2003年)に策定された「美しい国づくり政策大綱」において、「国土を国民一人一人の資産として、わが国の美しい自然との調和を図りつつ整備し、次の世代に引き継ぐ」という理念が示された。また同時期に策定された「観光立国行動計画」では、「観光を推進する上でも、良好な景観の形成は、地域の魅力をつくりだしていくことが極めて重要である」とされている。すなわち、良好な景観の形成は、美しいまちづくりを推進し、ひいては、観光立国や地域活性化の推進にもつながる重要な施策として位置づけられている。

3 道内自治体の取り組み

宿泊者数	()内はうち外国人
平成14年度	410万人(3.9万人)
平成15年度	406万人(3.0万人)
平成16年度	390万人(3.8万人)
平成17年度	394万人(5.1万人)
平成18年度	414万人(5.5万人)

(1) 函 館

「朝」と「夜」の観光資源を活かし滞在したくなるまちに長年にわたる継続した「朝市」の取り組みや、「夜景」の質的向上、歴史的建造物のライトアップ、イルミネーションイベントなどにより朝夜の観光資源を活かし、「函館」ブランドとして発展・向上させるとともに、東洋と西洋、歴史と伝統など多様な文化が交わる国際観光都市として、外国人観光客の誘致に積極的に取り組み、約400万人の宿泊者数を維持している。

「朝」の魅力創出・向上

昭和62年、力を結集し強力な組織を造るため、函館朝市協同組合連合会を設立。平成7年から信用と営業の秩序を保ち利用者に安心して利用してもらうため、遵守事項を定めた推奨店制度を導入している。事業者・地元客・観光客の意識調査や接客マニュアルの作成、勉強会を行うなど事業者の意識改革を行ってきた。

また、観光客の利便性増進のため、朝市ガイドマップの発行やホームページでの情報発信、湯の川温泉街との間に無料シャトルバスの運行等を行い、修学旅行生の職場体験学習の受入や、いか釣・調理体験施設の設置、イベントの開催などに取り組んでいる。現在は早朝から活気に溢れ観光客を中心に年間約200万人が訪れる観光スポットとなっている。

「夜景の街」ブランドの向上

函館市では、歴史的建造物等のライトアップや観光街路灯の整備を実施していたが、平成15年度に夜景診断調査を行い、建築物の更なる整備や企業・市民も交えた整備により、函館山からの美しい夜景の向上や夜景見学と連携した夜間の市街地散策を促して、宿泊者数維持に貢献している。函館の夜景は台湾からの観光客を中心に、韓国等、外国人にも人気が高い。



はこだてクリスマスファンタジー

「冬夜景」の魅力創出

低迷する函館の冬季観光を改善するため、観光コンベンション協会や市民ボランティアが、「はこだてクリスマスファンタジー」・「五稜星の夢」・「はこだて冬フェスティバル」などイルミネーションイベントを実施。冬期間継続的にイベントを行うことにより観光客数は伸び、平成9年度に約52万人であった冬期間の宿泊者数は、現在約82万人となっている。

国際観光都市

海外から豪華客船が入港する際に、高校生や善意通訳会による観光ボランティア案内や市長をはじめとする官民一体となった訪問団を編成し、航空会社や旅行社に対し、観光客の送客を依頼する海外プロモーションを実施し、台湾人を中心に外国人観光客が増加している。

外国人宿泊者延数

平成14年度	2.0万人
平成15年度	2.5万人
平成16年度	3.5万人
平成17年度	4.0万人
平成18年度	4.3万人

(2) 小樽

小樽運河をはじめ、明治から昭和初期の歴史的建造物が残るノスタルジックな運河の街

市民手作りのイベントである「小樽雪あかりの路」は、毎年、韓国をはじめ、海外から多くのボランティアが参加する人気イベント。小樽運河では、約400個の浮き玉が幻想的な雰囲気を出している。また、ガラス細工やオルゴール展示・制作体験などのまちめぐりにも人気を博している。外国人宿泊者延数は、平成18年43,110人で平成13年の約3倍になった。

小樽運河とその周辺地区

小樽運河には、63基のガス灯が設置されており、夕暮れ時には灯がともり、運河沿いの倉庫群のライトアップとあわせ、運河周辺はノスタルジックな世界が創出されている。運河から「寿司屋通り」やガラス細工やスイーツのショップが立ち並び、多くの観光客でにぎわう「堺町周辺」は、ゆっくりじっくり散策を楽しむことができる。

ガラスとオルゴール制作

小樽市内には、多くのガラス工房があり、ガラスの制作行程を見学できるほか、体験もできる。また、オリジナルオルゴールを制作することができる。

朝里川温泉郷

朝里川温泉郷は、小樽市内中心部から車で約25分程度にある小樽唯一の温泉郷で、春は桜、夏はゴルフ、テニス、秋は紅葉、冬はスキーと四季を通して楽しむことができる。



「小樽雪あかりの路」韓国人ボランティア

「小樽雪あかりの路」の開催

市民手作りのイベント「小樽雪あかりの路」。運河を彩る浮き玉キャンドルやキャンドルロードなど、期間中約15万本ものキャンドルが小樽の夜を幻想的に照らす。特に韓国人ボランティアスタッフは大活躍しており、毎年40名以上の参加者がいる。

外国語併記の観光案内・誘導標識の整備

市内14か所の観光案内標識及び42か所の誘導標識に英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）、露語を併記するとともに、多言語対応のホームページやパンフレットを作成している。

外国人宿泊者延数

平成14年度	23.2万人
平成15年度	22.2万人
平成16年度	38.1万人
平成17年度	49.0万人
平成18年度	55.9万人

(3) 札幌

北海道観光の拠点・魅力ある四季の薫るまち

北海道観光の拠点として、大通公園で行う様々なイベント、多彩な食文化を集積している繁華街、豊かな山々に囲まれた温泉などの観光資源をPRし、外国人宿泊者延数は、55万人を突破。

大通公園

市内中心部に東西約1.5キロメートルに長く伸びた大通公園は、花壇や噴水、遊水路などさまざまな施設があり、また、ライラック、ハルニレ、ケヤキなど92種類約4,700本の木々を鑑賞することができる。「さっぽろ雪まつり」や「さっぽろライラックまつり」、「夏の納涼ビアガーデン」などさまざまなイベント会場にもなっている。

札幌の食文化

札幌には、カニなどの海産物、新鮮なネタが揃う寿司、札幌ラーメン、ジンギスカン、スープカレーなど数多くの食文化が存在する。

また、繁華街「すすきの」は、日本有数の飲食店集積地域であり、4,000店以上の飲食店が軒を連ねて、市民や観光客を毎日迎えている。

自然に囲まれた保養地「定山溪」

周辺をダムやスキー場などに囲まれ、その中核として観光客が利用。札幌の奥座敷として魅了しつつ、「溪流鯉のぼり」「もみじ大茶会」など、行事も多く開催している。

観光案内所におけるワンストップサービス

札幌駅構内にある「北海道さっぽろ観光案内所」では、英語、中国語、韓国語に対応すると共に、北海道との連携により道内全域の情報を提供。また、JR総合案内所を併設していることから、外国人向けレイルパスの発行などもワンストップで行う。



雪像コンクールに参加している外国人

国際雪像コンクール

さっぽろ雪まつりの1イベントとして行われるもので、世界各地からチームが参加して雪像制作を競うとともに、参加者同士や観客との交流・友好を広げている。

外国人宿泊者延数

平成14年度	1.2万人
平成15年度	3.7万人
平成16年度	6.9万人
平成17年度	9.7万人
平成18年度	11.6万人

(4) ニセコ

豪州人が魅力を再発見したリゾート地

豪州人スキー客がパウダースノーの魅力を発見、情報発信。豪州客の急増及び外国人投資による地域活性化が進んでいる。加えて外国語対応の標識や海外へのプロモーション活動を行うなどニセコ町・倶知安町の両町をあげて外国人の誘致に取り組み、平成18年には平成14年の約9.4倍の11.6万人の外国人が宿泊。

世界に誇るパウダースノー

雪に品質があるとすれば、ニセコの雪はまさに世界最高水準。量、質ともに極上のパウダースノーを堪能できる。世界の「スキーリゾート」を経験してきた豪州スキーヤーも絶賛。

通年楽しめる体験観光

冬のスキーによる観光しかなかったニセコ地域に、豪州人がラフティング、カヌー、乗馬・ホーストレッキング



家族で訪れる外国人

グなど体験観光も取り入れ、安全性やサービスの向上を付加し、通年型体験観光の人口増加に寄与。

気軽に夜のニセコを満喫

冬季における域内交通（二次交通）は、路線バスのほか、スキー場間を連絡するニセコフリーパスポート号、温泉施設をいける湯めぐりバス、夜間に倶知安市街地に行けるくっちゃんナイト号の運行など観光客への利便性は高く、車内アナウンス、停留所表示、PRパンフレットは日本語と英語で対応している。

ニセコ高校での観光プロジェクト

(株)ニセコリゾート観光協会は北海道ニセコ高等学校と協力し、ニセコ湯めぐりパスの「英語表記での案内チラシ作成」「ニセコの町木である白樺を使用したパス券の制作」に取り組んでいる。

海外キャラバンの実施

倶知安・ニセコの行政機関と経済団体、観光事業者が結集し、有限責任中間法人ニセコ倶知安リゾート協議会を発足させる。「N I S E K O」というブランドを世界に発信するプロモーション組織で、豪州・アジアをはじめ世界にPR活動を展開する。

今日からすぐに日本で生活ができる環境サポート

海外から観光客をもてなすため、飲食店・観光業従事者に対し、商工会議所主催で英語教室を開催。また、外国人の方が気軽に長期滞在でき、また永住していただけるよう、英語・日本語併記の「くっちゃん生活ガイドブック」を作成。

宿泊者数（うち外国人宿泊延数）

平成14年度	95万人(3.8万人)
平成15年度	89万人(3.9万人)
平成16年度	85万人(5.9万人)
平成17年度	85万人(6.1万人)
平成18年度	82万人(5.9万人)

(5) 阿寒湖温泉

住民による滞在延長に向けた取り組みを実行するアイヌ文化を感じるまち

住民自ら、観光客の滞在時間・日数延長に向けたアクションプラン“阿寒湖温泉再生プラン2010”を策定し着実に実行。「花いっぱい運動」や「マップづくり」など女性もまちづくりに積極的に参画し、温泉街の魅力が格

段にアップ。

観光カリスマの強力なリーダーシップのもとにアイヌ文化を活かした阿寒湖温泉活性化を進め、世界に通用する「阿寒湖温泉」ブランドを構築・発信。滞在時間も徐々に延伸。



イオマンテの火まつり

イオマンテの火まつり

新しい感性を採り入れ既存イベントをブラッシュアップすることにより、発信力を強化するとともに、お客様の参加度向上と感動の共有によって満足度向上を図る。

また、タイムツ行進を一般参加可能にすることで、旅館から商店街へとお客様を誘導。商店街でも歓迎タイムツを点灯するなど地域が一体となってホスピタリティ向上と地域経済の活性化を推進。

あかん感動ノオト

ハンディタイプの「遊ぶ・食べる・買う・泊まる」ガイド。散策路マップや滞在メニューの紹介など着地情報を網羅し、滞在中の多彩なアクティビティなどをサポート。

また、初めてのお客様へ安心感を与える店主の顔写真入りとするとともに、各店の創意工夫による特典付きとすることで商店街活性化を推進。

ニューツーリズム

旅館で発行したミールクーポンにより飲食店での夕食をセレクト可能にする泊食分離推進事業（社会実験）の経験を活かし、宿泊とミールクーポン、体験メニューなどをパックした着地型旅行商品販売に取り組み、個人の長期滞在者へ対応。

観光サポーターの育成

地域在住外国人や外国語が得意な住民により外国人旅行者支援組織「阿寒湖温泉VJCSサポーターズ」により外国人観光客に対応している。通訳や翻訳、外国語ガイド放送のナレーションなどを行うほか、地域住民を対象とした外国語学習機会“オープンハウス”などを企画運営。

宿泊者数

平成14年度	128万人
平成15年度	123万人
平成16年度	121万人
平成17年度	124万人
平成18年度	119万人

(6) 知床・網走・東オホーツク

東オホーツクの自然環境を活かした体験型観光により滞在力を強化

オホーツク観光の拠点である網走と世界自然遺産に登録された知床を中心とし、ラムサール条約湿地に登録された瀧沸湖(とうふつこ)といった豊かな自然環境を核とした体験型観光、エコツーリズム等の取り組みによる滞在型観光への移行と冬期間の厳しい自然環境を活かした観光により、年間宿泊者数は約120万人を維持している。

冬季資源を活かした観光

11月～4月の冬期間閉鎖されている知床横断道路を開通前に歩く「知床雪壁ウォーク」、氷結した網走湖面をレジャーフィールドとして活用する「北の新大陸発見! あったか網走」、流氷が接岸する厳冬期の網走港を氷像や雪像で飾る「あばしりオホーツク流氷まつり」など、厳しい自然環境を観光資源として活かす取り組みを進めた結果、冬の入込客数が夏の入込客数にほぼ並ぶまでになった。

体験型メニューの充実

オホーツクの自然と緩やかな時の流れを体感できるホーストレッキング、星空の元でオホーツクの自然を観察するナイトウォッチング、流氷のオホーツク海でのダイビングなど、自治体や観光関係事業者は体験型観光を促進し、滞在型の観光地を目指す。また、エコツーリズムの普及・促進を目指し知床エコツーリズム推進協議会が発足。森づくり体験を行いながらのネイチャーウォークなど、新たな価値を持った旅を提案している他、知床財団においてもフィールド講座等の体験プログラムを実施している。

環境への配慮

野生生物や自然環境への自動車排ガス被害などを減らすため、平成11年度から知床五湖以奥の自動車通行規制を実施。20分間隔でシャトルバスが運行し、平成19年の利用者は約3万人。斜里町観光協会なども、平成18年度からバイオディーゼル燃料を使用した乗合タク



知床五湖に写る知床連山

シーを運行。平成19年の利用者は388人。

また、オホーツク地域に様々な恩恵を与えてきた流氷が地球温暖化等の影響により減少の一途をたどっていることへの危機感から、「流氷を守ろう！」を合い言葉に北海道網走支庁とオホーツク圏観光連盟などの連携による「オホーツク流氷トラスト運動」が発足。ホテル・旅館などに呼びかけ、宿泊施設の温室設定を見直すなど幅広い取り組みを行い、「環境先進地オホーツク」の実現を目指す。

宿泊者数

平成14年度	72万人
平成15年度	70万人
平成16年度	62万人
平成17年度	68万人
平成18年度	74万人

富良野市、美瑛町の合計

外国人宿泊者延数

平成14年度	1.1万人
平成15年度	1.1万人
平成16年度	1.7万人
平成17年度	2.3万人
平成18年度	3.4万人

北海道統計

(7) 富良野・美瑛

こころを満たす大地で田園休暇、ゆったり体験・ゆったり交流

スケールの大きな自然が織りなす風景、咲き乱れる花々、パッチワークのように続く丘。北の国のやさしい原風景として、ありのままの自然が癒しの時間を与え、四季それぞれに大自然を満喫できるさまざまな体験プログラムや期間限定イベントによる効果で、宿泊延数が増加。外国人宿泊延数は平成14年から平成18年には3倍以上に増加している。

外国人も含めた人にも優しい地域づくり

国際競争力のある一人ひとりに対応できる地域づくりとして、外国人のために国際観光センターを設置、空港間バスやナイトシャトルバスなどの交通アクセスの利便性を高めると共に、臨時バスと連動した夜のにぎわいを演出する多様な交流イベントを実施し、環境にも外国人にも優しい地域づくりを進める。

ふらのびえい人になる冬のキャンペーン

冬観光の活性化を図る民間による「新しい冬の富良野美瑛観光を考える実行委員会」が平成16年に動き始めたキャンペーンイベント。白金温泉めぐり、かなやま湖での氷上バカンスなど、過酷な冬の自然条件を逆手にとった冬限定体験メニューにより、観光客と地域住民の交流イベントとして、冬の魅力を発信している。



ファーム富田・彩りの丘

シーニックバイウエイの運営

田園景観を保持するための環境整備として、国道23

7号を「花人街道237」として、景観阻害看板の撤去等、魅力ある空間づくりを関係機関と連携し、広域周遊可能なドライブルートの確立とPR、滞在を助長する夜のイベント開催などの取り組みを実施している。

多様な体験プログラムの実施

豊かな自然を生かした四季折々のアウトドア体験や自然を生かした食・クラフト作りなどのインドア体験も豊富。また、多くの美術館・写真ギャラリー・工房が点在し、さまざまな旅行ニーズに対応している。

広域観光・外国人への対応

平成6年度、広域観光キャンペーン推進を行う富良野美瑛広域観光推進協議会を発足し、6市町村による「富良野・美瑛」ブランドのイメージ確立と効果的なプロモーションを展開。また、美瑛町で「日本で最も美しい村連合」の取り組みや、富良野市では「京都」との広域タイアップにより更なる旅行客の誘致を推進している。



春・朝日ヶ丘公園の桜

4 富良野市観光のはじまり

1966年（昭和41年）の市制施行を契機に、本市は新たなまちづくりビジョンを求められた。この時大勢を占めたのが、「観光資源の開発・活用」・「観光路線の確保」・「観光施設の整備」によって、「観光都市」を目指すという意見だった。

こうして、他市町村に比べて観光開発が立ち遅れていた本市は、市制施行以後、基幹産業である農業の振興とともに、観光資源の開発とその活用によるまちづくりに着手することになった。本市の観光開発は「冬型観光を中核とする夏型観光の導入により産業化を目指した資源の開発」が目標であった。この構想に基づいて、市は冬季観光の充実を目指して、民間資本による大規模なスキー場の整備を行い、1975年（昭和50年）の国体冬季大会スキー競技会や1977年（昭和52年）からその後1年おきに開催されたFISワールドカップ（1）スキー大会の誘致を実現した。この大会を機に、オーストリアのスキーのまちシュラートミンク市と姉妹都市の調印が行われ、両市の親善友好を誓い合った。



（1）ワールドカップスノーボード
2006年、2007年の2回開催。アルペンスキーは10回開催。

市は基幹産業である農業を基盤とした観光の振興と農業者の収入向上を目的に、1972年（昭和47年）にぶどう果樹研究所を設置し、ワインの醸造に取り組んだ。原料用ぶどうを市内の農家で生産して、これを市が買い上げて醸造・販売するシステムを作り、1978年（昭和53年）に「ふらのワイン」がはじめて市販された。これは昭和50年代以降に全国で盛んに「一村一品運動」の本市におけるはじまりで、その後「ふらのぶどう果汁」・「ふらのチーズ」・「ニンジンジュース」などの地場産にこだわった特産品が生み出されていった。



（2）北海道中心標

この頃、市民によるまちづくりの活動も活発化していた。富良野商工会議所を中心に「北海道中央経緯度観測標」（2）を郷土のシンボルにしようと、「北海へそ音頭」・「北海へそ踊り」が創作されて、1969年（昭和44年）には第1回北海へそ祭りが開催された。その後、中心標公園の造成、北海へそ踊り保存会の発足に発展し、「へそのまちふらの」として知られるようになった。1978年（昭和53年）には、「日本のへそ」として知ら



(1) 北の国から「石の家」

れる兵庫県西脇市と「へそ」が結ぶ縁で友好都市締結を調印し、毎年交流が行われている。

1981年(昭和56年)から「大量生産・大量消費」社会に対する警鐘や素朴な家族愛と人間愛をテーマにしたテレビドラマ「北の国から」(1)が全国放送されると、ロケ地の麓郷などに全国から旅行者が訪れるようになった。ドラマで紹介された「北海へそ祭り」と「ラベンダー」も有名になり、本市は「北の国から」ブームによって、全国でも有名な一大観光地に変貌を遂げた。こうして念願であった通年観光が実現されるとともに、農業と並ぶ基幹産業に成長を遂げた。



夏・ぶどうヶ丘公園のラベンダー

5 富良野市観光の現状

(1) 観光入込客数の推移

- 周遊型観光から長期滞在型観光へのシフト -

(1) 観光地域づくり実践プラン

国土交通省所管の事業で、「国際競争力のある観光地づくり」をより推進するため、外国人観光客の増加、地域の経済活性化等を目的とした、観光を軸とした地域づくり（観光地域づくり）の取組みを支援。

(2) 観光ルネサンス事業

国土交通省所管の事業で、「国際競争力のある観光地づくり」をより推進するため、観光地の活性化に取り組む「民間」の活動を支援。外国人観光客にも対応した受け地基盤整備に対する補助制度。

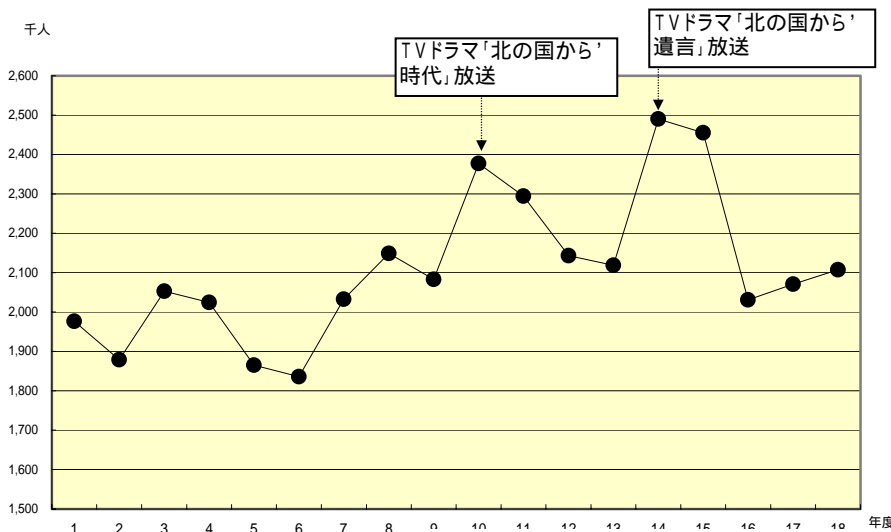
本市の観光入込客数は、ここ10年200万人強で推移しており、テレビドラマの放送のあった年については、観光入込客数が大きく増加し、平成14年(2002年)には過去最高の249万人を記録している。その後、平準化してきており、観光入込客数は減少したが、平成17年と平成18年は2年連続で前年を上回る観光入込客数となっている。

また、宿泊客数と宿泊客延数については、平成18年度に過去最高を記録しており、長期滞在型観光の兆しが見えてくる。

このような富良野市観光入込客数の推移の背景としては、前述してある通り、テレビドラマの放映効果が大きく影響しているが、近年においては国土交通省の所管事業である「観光地域づくり実践プラン(平成17年度採択)」「(1)」や「観光ルネサンス事業(平成18年度採択)」「(2)」により、行政、民間、観光事業者等が一体となって、積極的な取り組みを行ってきた成果でもある。

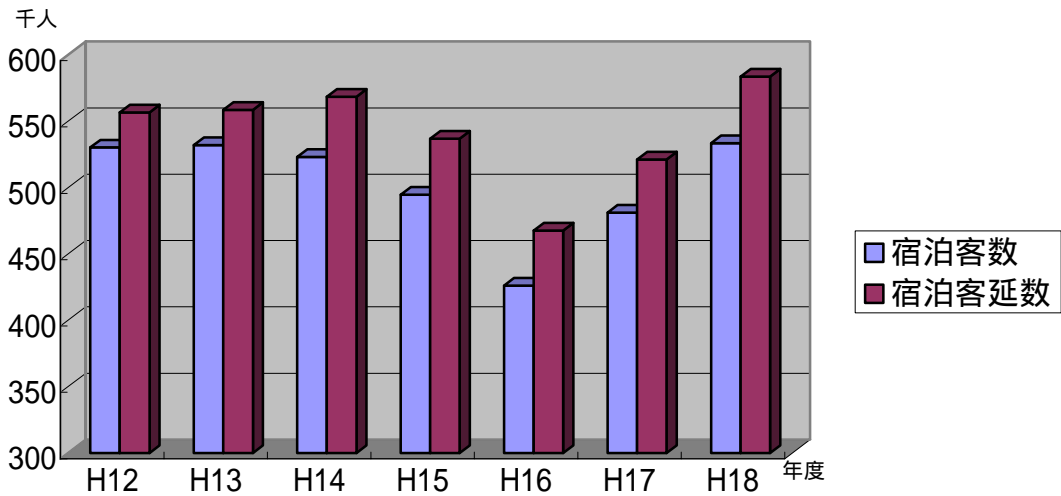
また、旭川市「旭山動物園」の全国的な人気による相乗効果も一因といえる。

富良野市観光入込客数の推移(H1～H18)



資料：「富良野市観光入込調査 平成18年度(2006年)」

富良野市宿泊客数及び宿泊客延数



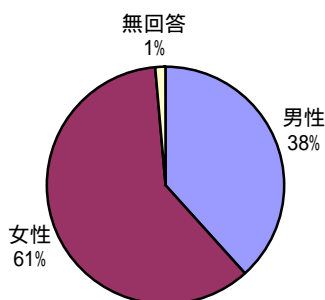
資料：「富良野市観光入込調査 平成 18 年度（2006 年）」

(2) 観光客の特徴

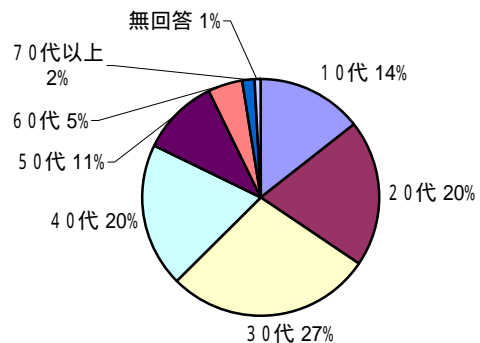
- 日帰り・宿泊 3 : 1、30 代女性、家族旅行が中心、リピーターが多く、旅行目的は自然観賞 -

本市の観光客の特徴を端的に表せば、「日帰り・宿泊 3 : 1、30 代女性、家族旅行が中心、リピーターが多く、旅行目的は自然観賞」ということになる。特にリピーターといわれる 2 回以上本市に来ている観光客が 5 割以上を占めていることは、本市の観光の質の高さを示している。また、観光客の約 4 分の 3 を日帰り客が占めるが、近年では宿泊客数の伸び率が日帰り客数の伸び率を上回っている。今後は、増加が見込まれる中高年層や団塊の世代をターゲットの中心に据えて、取り組みを強化していく必要がある。

性別の割合

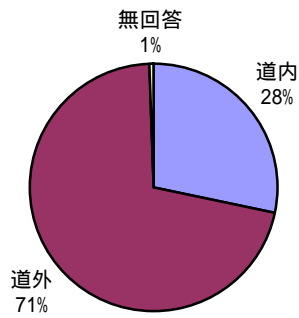


年齢層別の割合

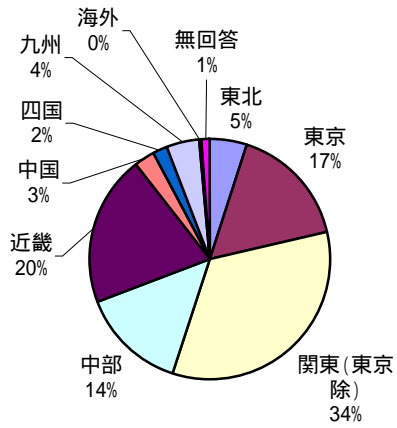


資料：富良野市観光経済調査 平成 18 年度（2006 年）

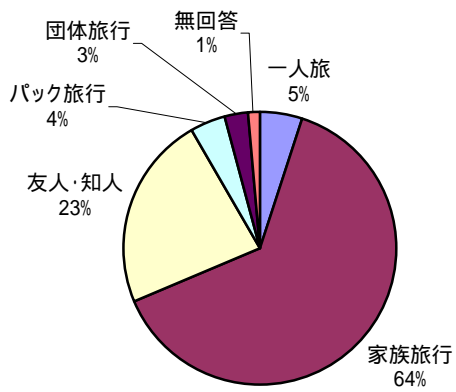
観光客の居住地割合



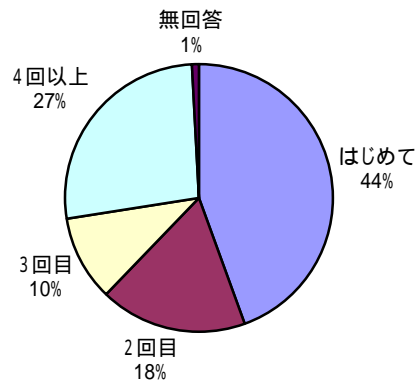
道外地方別割合



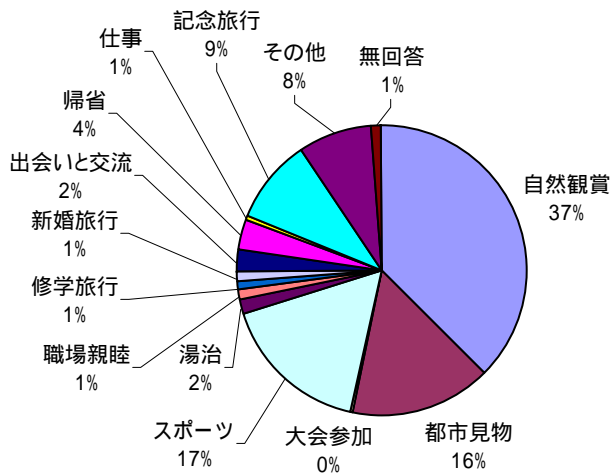
旅行形態割合



来富観光回数の割合

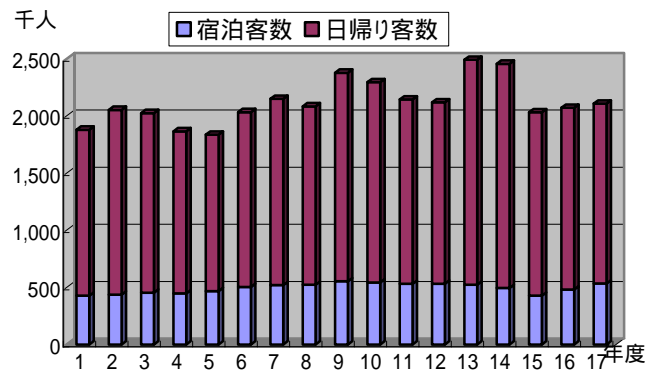


観光目的別割合



資料：富良野市観光経済調査 平成18年度(2006年)

宿泊客数及び日帰り客数の推移



資料：富良野市観光入込調査 平成18年度(2006年)

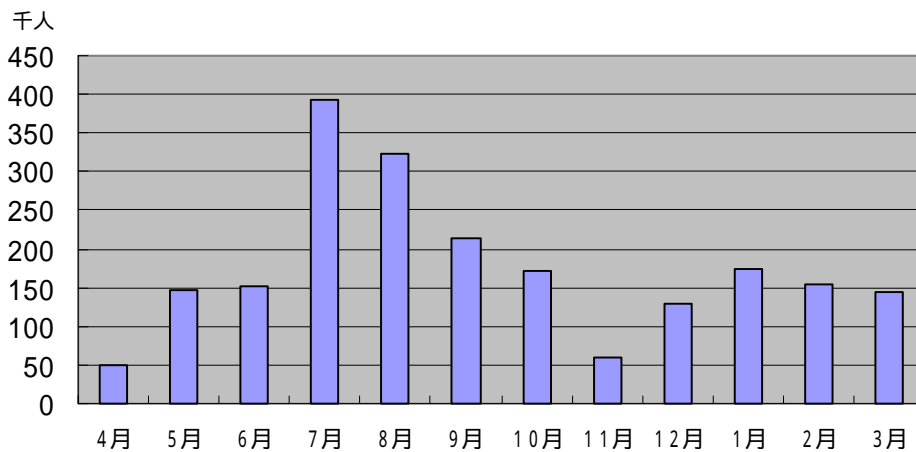
(3) 季節別・交通機関別観光入込客数の状況

トップシーズンは7～8月。閑散期は4月と11月。

富良野観光のオンシーズンは、花観光の季節である7月から8月にかけてで、特にラベンダーの咲く7月がピークである。7～8月の観光入込客数が全体の3割以上を占めている。この時期は観光客が集中し、宿泊施設は飽和状態となることから、閑散期の魅力の創出及び情報発信をすることにより、時期的な集中の緩和を促し、観光の通年化を図ることが重要な課題である。

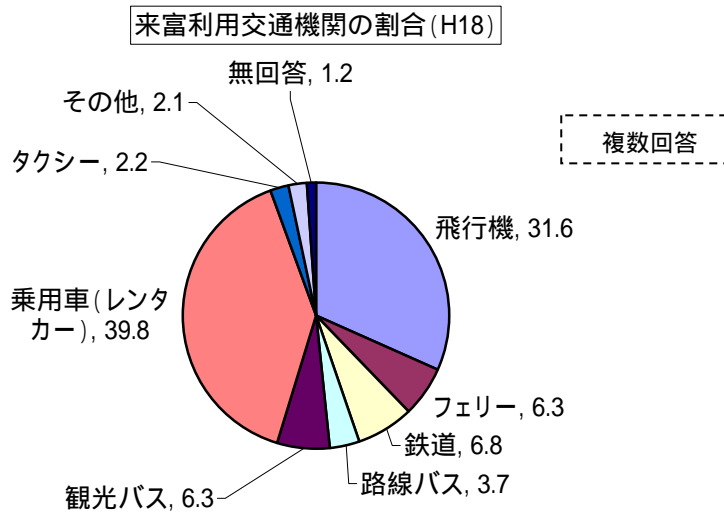
冬季の観光客は、スキー人口の減少により、減少傾向にあったが、近年においてはオーストラリアをはじめとする海外スキー客の誘致により、わずかながらではあるが増加傾向にある。

月別観光入込客数(平成18年度)

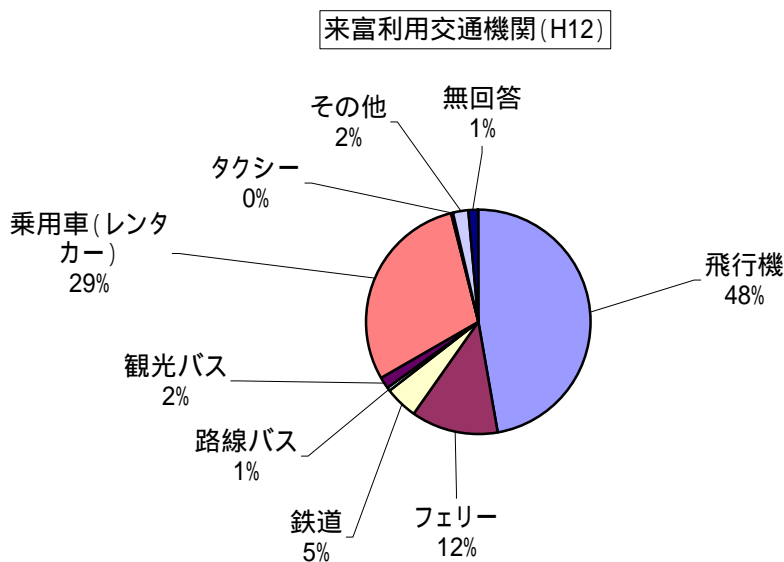


資料：富良野市観光入込調査 平成18年度(2006年)

鉄道も増加し、利用交通機関の多様化が進んでいる
 観光客が来富する際に利用する交通機関の近年の傾向
 として、レンタカー、鉄道、観光バスのすべての利用が
 増加している。特にレンタカーの利用は前回の調査から、
 10.7%も増加している。これは個人旅行の増加に伴
 い利用交通機関が多様化していることが伺える。



資料：富良野市観光経済調査 平成18年度(2006年)



資料：富良野市観光経済調査 平成12年度(2000年)

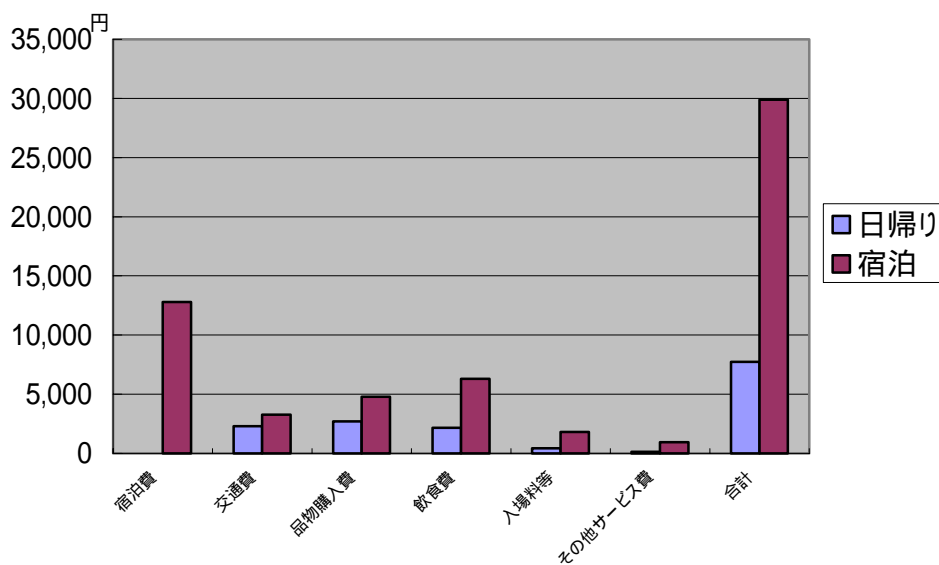
(4) 観光消費経済波及効果

総観光消費額は増加、一人当たりの消費額も増加

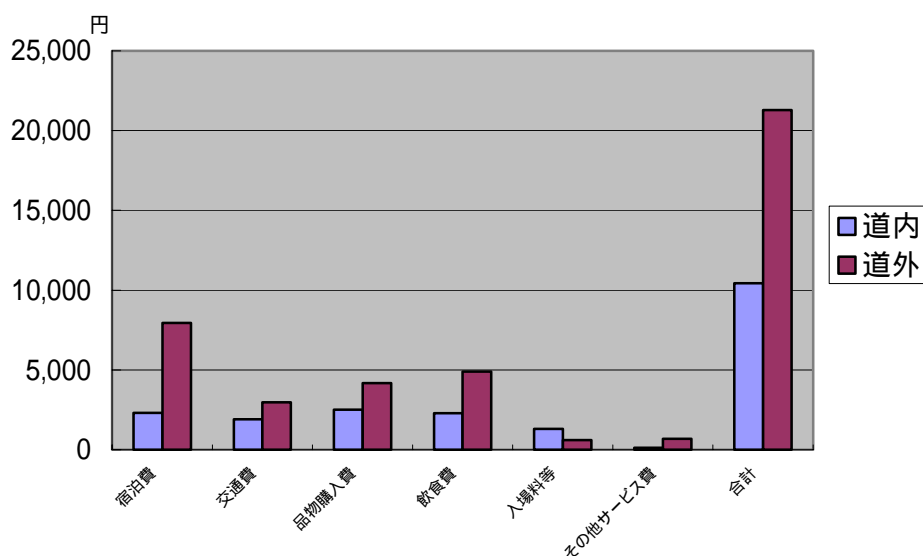
本市の総観光消費額(平成18年度)は301億円で、
 前回調査(平成12年度)から、3.0%増加している。

一人当たりの消費額についても、宿泊客29,897
 円、日帰り客7,748円、道内客10,443円、道
 外客21,279円といずれも前回の調査から増加して
 いる。

一人当たりの平均観光消費額(宿泊・日帰り別)



一人当たりの平均観光消費額(道内外別)



資料：富良野市観光経済調査 平成18年度(2006年)

観光消費がもたらす効果

直接的な効果

総観光消費額	・ ・ ・ ・ ・ 301 億円
観光関連産業で生じた所得	・ ・ 88 億円
観光関連産業での雇用者数	・ ・ ・ 2,093 人

波及効果

原材料購入等波及効果額	・ ・ 148 億円
原材料購入等で生じた所得	・ ・ 56 億円
観光関連産業市内所得による波及効果	・ ・ ・ 80 億円
観光関連産業市内所得により生じた所得	・ ・ ・ 24 億円
原材料購入等所得による波及効果	・ ・ ・ 40 億円
波及効果による雇用者数	・ 1,138 人

観光消費による経済波及効果

総額 (+ + +)	・ ・ 569 億円
所得総額 (+ +)	・ ・ 168 億円
雇用者合計 (+)	・ ・ 3,231 人

観光経済波及効果額は569億円。観光による市内の消費、所得、就業者数が増加

平成18年度の観光による市内で生じる産業全体の波及効果を含む総消費額は569億円となり、その乗数効果は1.89、生じた雇用者数は3,231人と推計される。

総観光消費額(301億円)が直に生み出す観光関連産業の市内での所得は、88億円(観光関連産業市内所得)と推計され、前回調査時と比べて大きな増加となった。

この観光関連産業市内所得は直接の波及効果として市内において、80億円の消費と、観光関連産業の所得も含めた112億円の所得を生み出すと推計され、前回調査に比べ30%の増加となった。また、後者は、観光関連産業市内所得額に対して、1.27倍の乗数効果をもたらしている。

また、市内で生じる観光関連産業に関する原材料購入等とそれが波及しもたらす原材料波及効果の合計は、148億円と推計され、この6年間に観光関連産業による営業経費の市内支払割合と原材料の市内調達率割合が大きく増加し、観光関連産業による市内での支払・調達活動の高まっていることを示している。そして、原材料購入等波及効果合計額は、市内観光関連産業に生じる原材料等需要額105億円に対して1.41倍の乗数効果をもたらしている。この原材料購入等によって生み出される市内全産業前段階の消費は40億円、同所得は56億円と推計され、上述した要因に加えて全産業市内所得化率が高まったことも起因している。また、この所得は、市内原材料等需要による所得額に対して、1.79倍の乗数効果をもたらしている。

観光経済効果額に対応する就業者の総数は3,231人であり、このうち市内に常住する就業者数は2,673人で、観光関連産業と原材料購入等産業とも、観光による産業所得総額及び市内配分人件費比率が大きく増加したことが要因となっている。

また、これらは事業所従業者総数12,567人(平成13年度事業所統計)に対して25.7%に相当し、常住従業者総数13,720人に対しては19.5%に相当することから、観光のみに専従とみた場合の市内に

常住する就業者総数が大幅に増加して、常住就業者総数の2割に達している。

(5) 旅行者の持つ富良野のイメージ

- 環境にやさしいまちで第1位 -

ブランド総合研究所の「地域ブランド調査2007」で「環境にやさしいまち」の項目で富良野市が第1位(1)となっている。その背景としては、富良野市がゴミのリサイクル率90%以上と環境への取り組みを行っていることと、富良野を舞台としたTVドラマが放映され、そのドラマのイメージによるものと思われる。

また、富良野市観光経済調査で、富良野に来る観光の目的として最も多かったのが「自然観賞」であるように、雄大な自然景観、農村景観が富良野のイメージとなっている。

(1) 環境にやさしいまち全国1位
株式会社ブランド総合研究所では、国内の1000の市区町村を対象にした認知度や魅力度、イメージなど全63項目からなる「地域ブランド調査2007」を実施し、全国の消費者約3万人から回答を得た結果、富良野市は「環境にやさしいまち全国1位」に輝いた。

市のイメージ項目の上位ランキング

	1位	2位	3位
歴史・文化のまち	京都市	鎌倉市	奈良市
学術・芸術のまち	京都市	宝塚市	つくば市
観光・レジャーのまち	札幌市	函館市	小樽市
環境にやさしいまち	富良野市	四万十町	軽井沢町
デザインやセンスの良いまち	横浜市	神戸市	渋谷区
教育・子育てのまち	文京区	八王子市	国立市
住民参加のまち	夕張市	岸和田市	杉並区
IT・先端技術のまち	つくばみらい市	豊田市	日立市

資料：地域ブランド調査2007（2007年）

(6) 富良野の自然、気候風土、生活文化

- 大雪山国立公園と富良野芦別道立自然公園に

囲まれた農村地帯 -

市域の約7割が山林という恵まれた自然条件である。また、肥沃な大地は農業に適し、農用地面積は9,857haあり、農業は本市の基幹産業となっている。

気候は、北海道の内陸部で大雪山系と夕張山系に囲まれた地形のため、典型的な大陸性気候で、気温の日較差や年較差が大きい。そのため、質の高い農作物が収穫でき、富良野ブランドとして、全国各地に出荷されている。

また、このような自然景観、農村景観が観光資源とな

って、毎年、多くの観光客が訪れている。

今後、担い手の育成や有休農地の活用が重要な課題であり、観光での側面支援も必要である。

(7) 農業との連携

- 農業体験によるニューツーリズムの創出 -

グリーンツーリズムが一般的になり、全国各地で行われており、今では修学旅行生だけでなく、一般の観光客の需要も高まってきている。北海道でも各地で行われており、単純に農業体験だけでなく、自然体験や環境、文化など他の観光資源と組み合わせるなど他地域との差別化を図ることが課題である。また、農業者の理解と関係機関のネットワークの構築も重要な課題である。

富良野の農作物をよりブランド化していく中で、観光での取り組みは必要であり、実際、現在の富良野ブランドを支えているのは、観光によるイメージ付けが大きく起因しているといえる。

(8) 観光客が不満を感じている点

- 食とホスピタリティ -

富良野を訪れる観光客が不満を感じている点としては、「食」が最も多くあげられており、次に「観光サービス」があげられる。具体的には、「食」については、富良野としての特色がなく、どこの宿泊施設でも同じようなものが出されるなどがあげられる。

また、食材がすべてを富良野で調達できるということで、ご当地グルメとしてカレーの取り組みも行われており、ご当地グルメの確立も課題である。

「観光サービス」については、各施設の従業員はもちろん、市民全員が観光客に対しておもてなしの心を持って歓迎するような体制をつくっていく必要がある。

(9) 観光案内所

- 長期滞在者に対する生活情報の発信、今後増加する

中国人、韓国人などの多言語対応 -

平成18年度から、ふらの観光協会内に外国人に対応するインフォメーションとして「国際観光センター」が開設された。

増加しているオーストラリア人をはじめとした長期滞

在観光客は、長期滞在するため観光情報だけでなく、快適に日常生活を過ごすため、生活情報を必要としている。インターネットや地域 FM を活用し情報発信していくことが必要となっている。

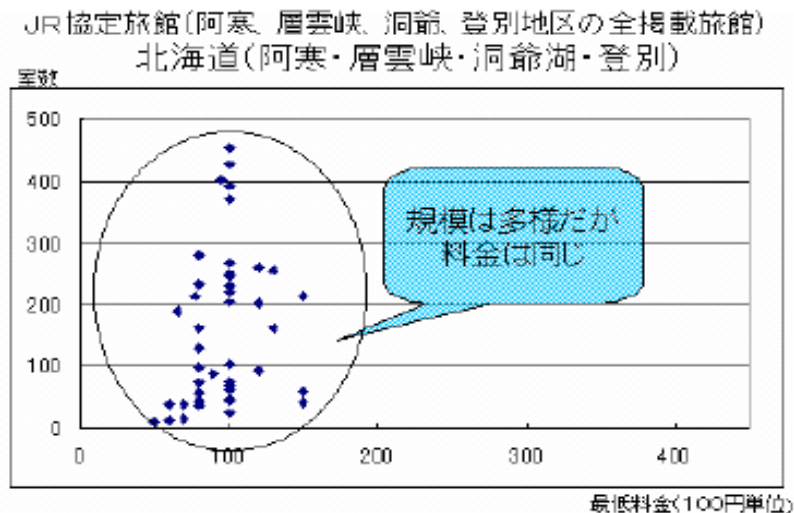
また、今後、増加すると予想される中国人や韓国人などに対して言語対応等ができるよう環境整備をしていくことが必要である。

(10) 宿泊観光の促進

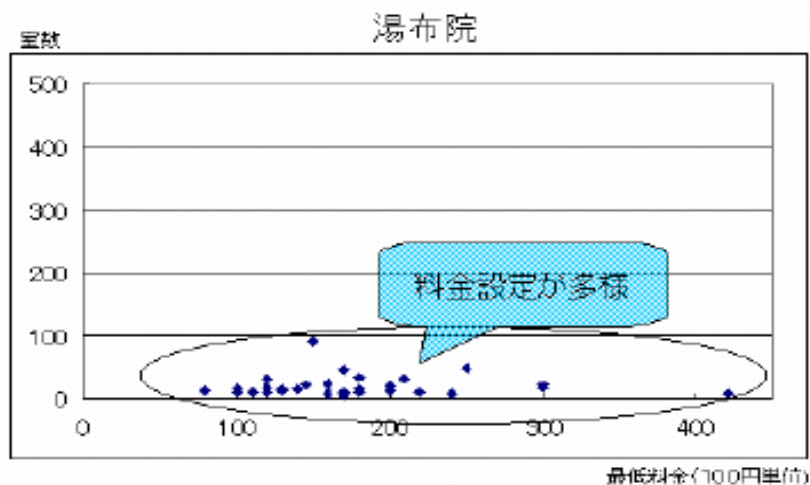
- 宿泊施設の長期滞在対応、料金の多様化 -

旅行形態が個人旅行にシフトしてきており、また、オーストラリア人に代表されるように外国人観光客が増えているなど長期滞在の傾向も見られるようになってきている。長期滞在に対応した宿泊施設やサービスを整備していく必要がある。

また、北海道の宿泊施設は、施設のバリエーションはあるもののホテルも旅館もペンションも料金設定が似通っており、そのため、サービスもバリエーションがないという課題がある。富良野の宿泊施設もこの傾向にあり、料金を多様化することで、よりよいサービスが提供できる環境をつくる必要がある。



JR協定旅館(湯布院地区全旅館)



資料：日本政策投資銀行北海道支店「北海道観光の今後の展開」

(平成13年)

(11)交通アクセス

- 国際線の定期便就航で外国人旅行客が増加 -

本市は、北海道の中心に位置するため、道央や道北、道東と鉄道や一般道で結ばれており、全道各地から観光客が訪れている。道外客や外国人客については、旭川空港や新千歳空港から、レンタカーやバスなどを利用して来訪している。

また、平成18年から、旭川空港に韓国との定期便が就航し、夏はゴルフ、冬はスキーを目的とした韓国人観光客が多く訪れている。

(12)外国人観光客

- 夏は東アジア、冬はオーストラリアと韓国 -

本市の外国人宿泊客数は年々増加してきており、平成18年度については13,426人と、対前年度比23%増の過去最高の数値を記録している。

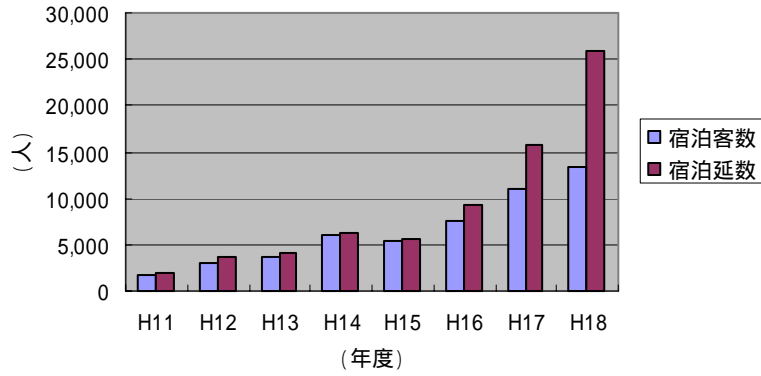
外国人宿泊客の内訳は、アジアからの来訪が8割以上と大半を占め、次いで主にオーストラリアのオセアニアが13%となっている。

オーストラリア人観光客は1週間以上の滞在が中心であり、日常的な居心地の良さを提供するとともに、飽きさせない仕掛けが必要である。

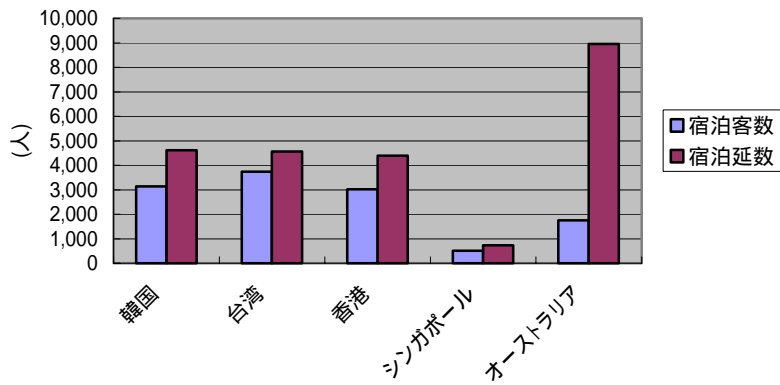
今後は中国人観光客が増えることが予想され、各国に

応じた誘客プロモーションや受け入れ環境の整備が必要になってくる。

【訪日外国人宿泊者数・延数】

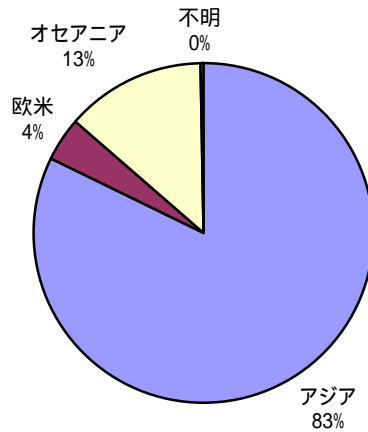


【H18国別宿泊客数】



資料：富良野市観光入込調査（平成18年度）

平成18年度外国人宿泊客内訳



資料：富良野市観光入込調査（平成18年度）

(13) 国際コンベンションの状況

- 洞爺湖サミットを利用した世界への発信 -

本市では、これまで国際会議は行われていないが、洞爺湖サミットを活用し、国内外の会議の誘致を促進する。

(14) 修学旅行客

- 修学旅行対象生徒数が減少する中、富良野は -

少子化により、修学旅行対象生徒数の減少傾向は続き、都市間競争の激化も予想されるが、富良野の雄大な自然に触れ、その中で環境に対する意識を高めるなど、心に残る修学旅行として、将来のファンからリピーターとなっていく富良野市観光の原点と位置づけられるものである。国際化の進展や教育の多様化も踏まえ、より一層の本市への修学旅行の誘致強化と受け入れ環境の充実を図る必要がある。



秋・富良野の木々

第2章 富良野市観光振興における課題分析

本章では、第1章における「富良野市観光を取り巻く状況」の分析をもとに、富良野市観光の特色を「強み」「弱み」「機会」「脅威」の4つの視点により再整理を行う。

1 富良野市観光についてのSWOT分析

(1) SWOT分析

一般的には企業などが外部から影響を受けると考えられる「機会(チャンス)・脅威」と、内部に持つ「強み・弱み」をそれぞれ整理しながら、チャンスを生かして強みを伸ばす、あるいは、弱みを改善するなどの分析を進めるマーケティング手法である。

SWOTとは、「強み(Strengths)」「弱み(Weaknesses)」「機会(Opportunities)」「脅威(Threats)」の頭文字から名付けられている。

本市は、農村景観や山岳景観、ラベンダーを中心とした花などの空間に加え、テレビドラマやワールドカップスキー大会などにより、知名度は全国区となっており、アジア圏においても人気の観光地になってきている。

しかし、今後の市場の変化や増え続けると予想される外国人観光客に対する対応、長期滞在に対応した宿泊施設や観光客に満足いただける体験メニューの充実、観光関係者のスキルアップや人材育成など課題も多々ある。

今後激化する観光地間の誘客競争の中で、観光客に選ばれる洗練された観光地づくりを推進するため、現在の課題を整理する目的で「SWOT分析」(1)という手法を用いて客観的に分析を行うものとする。



秋・富良野の紅葉

2 富良野市観光の「強み」「弱み」「機会」「脅威」

第1章における整理・分析をもとに、富良野市観光の「強み」「弱み」「機会」「脅威」を次のように整理する。

富良野市観光の強み (Strengths)	富良野市観光の弱み (Weaknesses)
富良野独自の自然景観 環境の保全と確立されたイメージ 質の高い農作物と加工品、特産品 安全・安心の食の提供 国内外における高い知名度 ユニークな伝統芸能 演劇を中心とする芸術文化 観光協会・NPO法人等観光関連団体の充実 他自治体との広域的な連携	外国人旅行者への対応 宿泊施設の受け入れ態勢 体験メニューの掘り起こしと情報の一元化 交通アクセス整備 観光の閑散期 観光客の旅行形態 観光地としての人材育成 災害時等、緊急事態への対応
富良野市観光の機会 (Opportunities)	富良野市観光の脅威 (Threats)
観光客の自然・健康志向 東アジアやオセアニアからの観光客の増大 団塊の世代の退職に伴う市場の拡大 ビジットジャパンキャンペーンによる外国人 観光客の拡大 基幹産業である農業との連携 高規格道路の開通	観光地間の競争の激化 富良野らしい自然環境の破壊 国内のスキー、スノーボード人口の減少 少子化や若年層の旅行離れ 原油の高騰 自然災害や風評被害

(1) 富良野市観光の強み

富良野独自の自然景観

農村景観や山岳景観、ラベンダーを中心とした花など、自然豊かな「癒し」の空間がある。

環境の保全と確立されたイメージ

ゴミの分別収集やリサイクル率など、環境に優しいまち（全国第一位）のイメージが確立されている。

質の高い農作物と加工品、特産品

雄大な自然の中で育まれた農産品とそれによる加工品は、安全・安心で高い評価を受けている。質の高い特産品は観光客の満足度を向上させている。

安全・安心の食の提供

おいしく、安全・安心な農産品を活用した「食」は、富良野地域の魅力の1つとなっている。

国内外における高い知名度

夏のラベンダー観光や雄大な自然景観、テレビドラマ、ワールドカップスキーなどにより、知名度は全国区であり、またアジア圏を中心に外国人にとっても人気の観光地となっている。

ユニークな伝統芸能

「北海へそ祭り」は北海道を代表する夏祭りに成長しており、北海道内外や海外のお客様に楽しまれている。

演劇を中心とする芸術文化

テレビドラマのロケ地や演劇のロングラン公演など、独自の演劇文化は重要な観光資源となっている。

観光協会・NPO法人等観光関連団体の充実

観光協会、NPO法人等の積極的に事業を推進している。観光ルネサンス事業、ニューツーリズム実証実験事業等洗練された観光地づくりに向けた実践を展開している。

他自治体との広域的な連携

富良野美瑛広域観光推進協議会や京都・北海道国際観光客誘致推進協議会など、それぞれがもつ観光資源を連携することにより効果的な宣伝活動を行っている。

(2) 富良野市観光の弱み

外国人旅行者への対応

今後増え続ける海外観光客への言語対応、パンフレット等の数ヶ国語での対応、案内標識が不十分な状況にある。

宿泊施設の受け入れ態勢

各施設のサービスの差別化により、バリエーションに富んだ受け入れ態勢の整備が必要である。

体験メニューの掘り起こしと情報の一元化

富良野での生活を楽しむためのバリエーションに富んだ体験メニューの掘り起こしと情報の一元化、宿泊していただくための仕組みづくりが必要である。

交通アクセスの整備状況

千歳空港からの交通アクセスや、フェリーを活用した南側からのルート整備などが不十分である。

観光の閑散期

春・秋・冬といった閑散期対策が必要となっている。

観光客の旅行形態

滞在型よりも周遊型の観光が中心となっている。

観光地としての人材育成

観光関係の後継者不足、市民への教育、観光関係者のスキルアップが不足している。

災害時等、緊急事態への対応

災害時の関係者の連携体制が整っていない。

(3) 富良野市観光の機会

観光客の自然・健康志向

観光客の環境や健康などへの関心の高まりや田舎暮らしの人气が上昇傾向にある。癒しを求めた長期滞在観光に対応する必要がある。

東アジアやオセアニアからの観光客の増大

台湾、香港、韓国、オセアニア等からの外国人旅行客が増加している。また、大規模市場である中国の富裕層の増大は注目すべき市場となっている。

団塊の世代の退職に伴う市場の拡大

団塊の世代の退職による市場の拡大は注目すべき市場である。また、移住・定住も視野に入れたプロモーションが必要である。

ビジットジャパンキャンペーン（VJC）による外国人観光客の拡大

国は、2010年に訪日外国人観光客を1,000万人にすることを数値目標に掲げている。今後確実に拡大する外国人観光客の誘客が必要である。

基幹産業である農業との連携

長期滞在型観光により農村体験などの機会が増えるとともに、経済波及効果を含め基幹産業である農業の活性化につながる。

高規格道路の開通

今後開通予定の富良野～旭川道路の開通により、スムーズな観光客の移動が可能となる。

(4) 富良野市観光の脅威

観光地間の競争の激化

国内外問わず、観光地間の誘客競争の激化が予想される。観光客に選ばれる洗練された観光地づくりを推進する必要がある。

富良野らしい自然環境の破壊

現在、富良野らしい雄大な自然景観による誘客を進めており、自然環境の破壊は致命傷となる。環境保全を進めるとともに、自然景観を無視した土地開発の規制が必要である。

国内のスキー・スノーボード人口の減少

スキー、スノーボード人気の低迷によるウインタースポーツ離れは、冬の観光に大きな影響を与える。

少子化や若年層の旅行離れ

少子化による修学旅行生の絶対数の減少や、若者の旅行離れは観光地として大きな影響がある。

原油の高騰

原油の高騰などによる航空運賃等の上昇は、観光客の出費の増大につながり、旅行離れにつながる可能性がある。

自然災害や風評被害

自然災害や風評被害による観光客の減少は、観光地として大きな打撃となる。



冬・風景

第3章 20の具体的戦略

本章では富良野市観光の現状と課題を整理した上で、「滞在型・通年型観光の推進に向けて」「受入環境整備に向けて」「観光客の誘客に向けて」及び「持続可能な観光振興に向けて」の4つの観光推進の柱を設定し、具体的戦略そして推進施策を掲げる。

1 滞在型・通年型観光の推進に向けて

富良野独自の自然・山岳景観やラベンダーを中心とした花を活用した「癒し」の空間、雄大な自然の中で育まれた農産品を活用した食の提供、基幹産業である農業との連携、伝統芸能や演劇を中心とする芸術文化など、富良野市観光の「強み」と「機会」を生かし、長期滞在や閑散期対策により、季節偏差のない通年型の滞在型観光地づくりを推進する。

【数値目標】

国内外の観光客延宿泊数を

700,000泊 にします

平成17年度521,155泊、平成18年度583,604泊であった国内外の観光客延宿泊数を、平成29年度までに700,000泊とする。冬季における外国人観光客の増加や、観光客の宿泊数の伸びが伺えることから、富良野市観光経済調査の宿泊数の伸び率（平成12～18年度）及び宿泊ベッドの稼働率（目標50%）により数値目標を設定した。

【数値目標】

外国人の宿泊延数を 70,000泊 にします

平成17年度12,642泊、平成18年度26,006泊であった外国人の宿泊延数を、平成29年度までに70,000泊とする。これまで国内外の観光客延宿泊数の4%程度で推移してきたが、ビジットジャパンキャンペーンとの連携による外国人観光客の誘客やオーストラリアなどをターゲットとしたスキープロモーションにより、観光客延宿泊数の10%を数値目標とした。

【数値目標】

宿泊客消費単価を 40,000円 にします

宿泊客消費単価は、平成12年度富良野市観光経済調査では27,523円、平成18年度調査では29,897円という伸びが見られ、宿泊数の伸びによる消費単価の拡大が期待できるため、平成29年度の数値目標を40,000円と設定した。

【数値目標】

日帰り客消費単価を 10,000円 にします

日帰り客消費単価は、平成12年度富良野市観光経済調査では7,568円、平成18年度調査では7,748円と若干の伸びが見られる。滞在時間の延長、体験メニューの掘り起こし、土産物の販売拡大など、消費単価の拡大により、平成29年度の数値目標を10,000円と設定した。

具体的戦略1

「滞在型・通年型観光地づくり戦略」

富良野独自の自然・山岳景観やラベンダーを中心とした花による観光、基幹産業の農業との連携による体験や自然体験、安全・安心の食、伝統芸能や演劇を中心とする芸術文化、スキーなどによる冬季観光など、地域の資源をつなぎ合わせることにより季節偏差のない通年型の滞在型観光地づくりを推進する。また、広域的な連携により更なる魅力を発信することにより、2泊3日以上滞在でき周遊可能な観光圏の形成をめざす。

更に、長期滞在の観光客に対し「権利」と「義務」を与えることにより、富良野での生活を楽しんでいただくとともに、市民との交流による地域の活性化を図る。

(推進政策)

1 - 1 滞在型観光地の形成

観光客の長期滞在に対応し、ゆっくり・ゆったりと過ごすことができる「癒し」の観光地づくりを進める。

1 - 2 閑散期対策の推進

夏の花観光だけでなく、スキーなどの冬季観光の推進により、季節偏差のない観光地づくりを進める。

1 - 3 ふらの人認定システムの確立

長期滞在の観光客に対し、「権利」と「義務」を与えることにより、富良野市民と同様の生活を楽しんでいただくとともに、観光客と市民の交流による地域の活性化を図る。

1 - 4 広域的な観光推進

富良野美瑛広域観光推進協議会での広域的な観光の推進により、美瑛町から占冠村までを周遊できる観光地づくりを進める。また、京都をはじめとする道内外観光地との連携により、富良野の魅力を発信する。

1 - 5 地域・エリア別の観光振興計画の策定

地域・エリア別の観光振興計画を策定し、地域資源をつなぎ合わせ、魅力の発信と誘客を進める。

1 - 6 宿泊ニーズへの対応

長期滞在に対応した宿泊施設の整備を行うとともに、富良野市都市計画との連携により、景観に配慮した宿泊環境を整備する。

具体的戦略 2

「富良野グリーンライフ戦略」(1)

雄大な農村景観・山岳景観の中で、基幹産業である農業体験や自然体験、環境に優しいまちとしての環境学習をはじめ、市民が普段楽しむ「あたりまえ」の生活を体験化することにより、ゆっくり・のんびり長期滞在できる環境整備を推進する。

(推進施策)

2 - 1 グリーンツーリズム(農村体験)の推進

雄大な景観の中で農業体験を楽しむことができるシステムを整備するとともに、子どもから大人まで幅広い観光客に対し、農業体験の魅力を発信する。

2 - 2 エコツーリズム(自然環境体験)の推進

雄大な自然の中において、富良野ならではの自然体験を提供するとともに、あわせて自然環境に配慮したまちづくりを推進する。

(1)グリーンライフ

山あいや海辺のまちにおいて、地元住民と一緒に、その土地の生活体験を楽しむ旅をグリーンライフツアーという。

(1) ネオツーリズム

観光が国家的課題と位置づけられるなかで、早急に取り組まなければならないのは「新しい観光の創造」である。旅行会社や観光開発企業などが主導する「従来型観光」に代わって、地域社会やNPOなどの主導によって、さまざまな形の「ネオツーリズム」が重要性を担うようになっている。



(2) 北海へそ祭り

昭和44年8月15日、商工祭りとして開催(第1回大会)。11人のいやがる若者をなだめすかし、囃腹踊りを行う。

平成19年度の39回大会は、3,400人の踊り手、75,000人の観客により盛大に開催された。

2 - 3 富良野独自の版ネオツーリズム(1)の開発・発信

市民が楽しむそのものの生活や、自然と健康の結びつきによるツアーやリサイクルセンターなどを活用した環境学習など、富良野独自の素材をつなぎ合わせた季節ごとの現地発ツアーを開発し発信する。

2 - 4 宿泊につなげる体験メニュー等の開発・発信

観光客に宿泊していただくためのメニュー開発や資源の発掘、連携を推進する。宿泊するための夜のメニュー、チェックアウトまでの朝のメニューを開発、発信する。

2 - 5 体験のメニュー化に向けた環境整備の推進

長期滞在に対応した体験メニューの情報の一元化や、ウォーキングルートやサイクリングルート、トレッキングルートの整備を行う。

具体的戦略3

「富良野独自のイベント発信戦略」

北海道を代表するユニークな夏祭り「北海へそ祭り(2)」や特産品であるワイン・ぶどうを生かしたイベントなどの発信により、他にはない独自の魅力を発信することにより誘客を促進する。

(推進施策)

3 - 1 富良野独自のイベントによる魅力の発信

へそ祭りやワインぶどう祭りなど、独自のイベントの充実により、富良野の魅力を発信し誘客を促進する。

3 - 2 コンベンションやイベントの誘致による地域活性化

既存施設の活用や広域的な施設の連携により、各種大会、会議などによる誘客により、地域の活性化を図る。

具体的戦略4

「富良野独自の教育文化観光戦略」

独自の地域資源である演劇を中心とした文化観光を振興するとともに、森林を活用した学術、健康、癒しをテーマとした観光、大自然を活用したスキーなどのスポーツ観光、さらには合宿誘致などによる誘客を推進する。

また、農業体験や自然体験、スキー体験などを目的とした教育旅行の拡大を図る。



富良野演劇工場

(推進施策)

4 - 1 演劇を核とした文化観光の推進

独自の地域資源である演劇による観光振興を図るとともに、東京大学北海道演習林との連携による学術、創作作家との連携による芸術による観光振興を検討する。

4 - 2 富良野の自然を活かしたスポーツによる観光の推進

富良野の雄大な自然を活かし、スキーをはじめとするスポーツを通じた観光を推進する。また、スポーツ大会や合宿の誘致による誘客についても推進する。

4 - 3 教育旅行誘致の推進

夏の農業・自然体験、そして冬のスキー体験などにより、道内外各地からの教育旅行誘致を推進する。

具体的戦略5

「安全・安心の食の提供戦略」

安全・安心な食や農産品・加工品、質の高い特産品により富良野の魅力を発信するとともに、地産地消などによる農業振興、食や特産品による商業振興を図る。

(推進施策)

5 - 1 安全・安心の食の提供

安全・安心な食や農産品・加工品、質の高い特産品により富良野の魅力を発信する。また、ワインやチーズをはじめとする多くの特産品の販売により、観光客の満足度を向上させるとともに、地産地消などによる農業振興や食や特産品による商業を図る。また、富良野にしかない魅力ある安全・安心な特産品の開発により、観光振興を図る。



ベベルイ・原始の泉

2 受入環境整備に向けて

観光関係者だけではなく、市民全員によるおもてなしにより観光客の満足度を向上させるとともに、交通アクセスや観光施設の整備、観光ルートの設定、情報の提供など、誰もが安心して一人歩きできる観光地の形成を図る。

また、災害時などの緊急事態への対応のため、観光関係者による体制作りを推進する。

北海道じゃらん2006

道内人気観光地調査

「もう一度行きたい道内旅行先」

第1位 函館 (63.0%)

第2位 湯の川温泉 (56.7%)

第3位 礼文島 (48.9%)

【数値目標】

もう一度行きたい道内旅行先

第1位 を目指します

北海道じゃらん2006年道内人気観光地調査では、「もう一度行きたい」と思う道内旅行先ランキング(リピート意向率)第6位(回答41.6%)となっている。

北海道じゃらん2006

道内人気観光地調査

「満足してよかった道内旅行先」

第1位 函館 (68.8%)

第2位 富良野 (60.0%)

第3位 湯の川温泉 (59.9%)

【数値目標】

満足してよかった道内旅行先

第1位 を目指します

北海道じゃらん2006年道内人気観光地調査では、「これまで行って満足した・良かった」道内旅行先ランキング(感動率・満足度)第2位(回答60.0%)となっている。

【数値目標】

サービスに満足したとする

観光客の割合を 80% にします

平成17年8月に策定された富良野市観光振興計画(外客誘致編)において、サービスに満足したとする観光客の割合を80%にするという数値目標を設定しているため、国内外問わず、サービスに満足したとする観光客の割合をこの数値目標に設定する。

平成18年度富良野市観光経済調査

富良野観光の回数

はじめて	44.5%
2回目	17.7%
3回目	10.4%
4回目	26.5%
無回答	0.9%

【数値目標】

観光客のリピーター率を 60% にします

平成18年度富良野市観光経済調査によると、富良野を訪れた観光客のうち、はじめて訪れた方は44.5%、2回目以上の方が54.6%となっている。

具体的戦略6

「市民によるおもてなし戦略」

観光関係者を含む市民の意識の向上により、観光地としてのおもてなしの向上を図る。研修機会の充実やネットワークの構築を図ることにより、情報の共有やクレームへの迅速な対応を行う。

(推進施策)

6-1 市民によるおもてなしの推進

市民によるおもてなしにより、観光客の満足度を上げるとともに、リピーターの拡大に努める。

6-2 おもてなし向上のための研修会の開催

観光関係者のおもてなし向上のため、研修機会の充実するとともに、観光地としての意識の向上、情報の共有、ネットワークの構築を図る。

6-3 クレームの処理と迅速な対応

クレームの迅速な処理および情報の共有により、洗練された観光地づくりを推進する。

具体的戦略7

「人と自然にやさしい環境整備戦略」

サインや情報の充実、観光案内所の充実など観光客が安心して一人歩きできる環境整備を図る。また、オンラインでの予約システムやカード決済ができる環境づくりについても検討する。更にバリアフリーの推進など含め、環境に配慮した施設の計画的な整備充実を図る。

(推進施策)

7-1 観光客が一人歩きできる人に優しい環境整備の推進

子どもから高齢者、外国人の誰が来ても一人歩きできるよう、サインや情報の充実、観光案内所の充実など

を図る。また、オンラインシステムによる予約システムやカード決済ができる環境づくりについても検討する。更に障がい者が安心して訪れることができるよう、バリアフリーの推進など洗練された観光地を目指す。

7 - 2 観光施設の計画的な整備充実

観光客の満足度を上げるため、環境に配慮した施設の計画的な整備を図る。

具体的戦略 8

「観光客への情報発信戦略」

観光客が情報を得るだけでなく、情報交換や仲間づくりの場の機能を備えたインフォメーションセンターの充実を図る。また、ポスター、パンフレットの充実や、ITを活用した情報提供システムの構築を検討する。

(推進施策)

8 - 1 インフォメーションセンターの充実

観光客が観光情報を得るとともに、観光客同士の情報交換、仲間づくりの場としてインフォメーションセンターの充実を図る。また、民間施設との連携を図り、インフォメーションポイント(仮称)の整備を図る。

8 - 2 ITを活用した情報提供システムの構築

携帯電話、i - p o dを活用した情報提供システムの構築により、宿泊、体験、飲食、交通アクセスなどの情報が入手可能なシステムを検討する。

8 - 3 海外観光客にも対応したサインの整備

日本人、外国人観光客が一人歩きできるよう、日本語・英語・韓国語・中国語などの統一したサインの整備を行う。

8 - 4 ポスター・パンフレットの充実

日本人、外国人観光客への対応のため、日本語・英語・韓国語・中国語など、富良野の魅力が伝わるポスター、パンフレットの作成を行う。

具体的戦略 9

「まちなか観光の推進戦略」

まちなかの観光資源の発掘と連携により、魅力を創出するとともに、観光客が周遊できる環境の整備を図る。

(推進施策)

9 - 1 まちなかの観光資源の発掘と魅力の発信

観光資源の発掘と連携により、魅力を発信し、賑わいの創出を図るとともに、イベント開催などによる誘客を推進する。

9 - 2 まちなかの景観の整備

花いっぱい運動やガーデニングコンテストなどにより、まちなかの景観の魅力を高めるとともに、観光客が周遊により楽しめる環境を整備する。

具体的戦略 1 0

「交通アクセスの整備戦略」

空港やJR、バス、フェリーとの連携により、季節に関係なく観光客がスムーズに移動できる環境整備を行うとともに、環境に優しいまちとして新しい公共交通の整備を検討する。

(推進施策)

10 - 1 交通アクセスの整備充実

JRやバス、フェリー会社との連携により、交通アクセスの整備を行い、道内・道外からの誘客、圏域を周遊できる環境を整備する。

10 - 2 観光周遊バス運行の通年化

観光地の周遊バスを通年化することにより、観光客の移動手段の充実を図る。

10 - 3 新しい公共交通の研究開発

環境バスなどの研究を行い、環境に配慮した公共交通の開発を目指す。

具体的戦略 1 1

「安全・安心な観光地づくり戦略」

地震などの災害に対応するため、関係者による体制を整備する。

(推進施策)

11 - 1 災害時等の緊急事態への対応

災害等による観光難民への対応のため、関係者による体制づくりを推進する。

3 観光客の誘客に向けて

富良野独自の自然・山岳景観やラベンダーを中心とした花を活用した「癒し」の空間、雄大な自然の中で育まれた農産品を活用した食の提供、基幹産業である農業との連携、伝統芸能や演劇を中心とする芸術文化など、富良野市観光の「強み」と「機会」を生かし、長期滞在や閑散期対策により、季節偏差のない通年型の滞在型観光地づくりを推進する。

また、今後の増加が予想される外国人観光客の受入のため、国際観光地としての基盤整備を推進するとともにターゲットをしばったプロモーションを展開する必要がある。

【数値目標】

国内外の観光客延宿泊数を

700,000泊 にします

平成17年度521,155泊、平成18年度583,604泊であった国内外の観光客延宿泊数を、平成29年度までに700,000泊とする。冬季における外国人観光客の増加や、観光客の宿泊数の伸びが伺えることから、富良野市観光経済調査の宿泊数の伸び率（平成12～18年度）及び宿泊ベッドの稼働率（目標50%）により数値目標を設定した。

【数値目標】

外国人の宿泊延数を 70,000泊 にします

平成17年度12,642泊、平成18年度26,006泊であった外国人の宿泊延数を、平成29年度までに70,000泊とする。これまで国内外の観光客延宿泊数の4%程度で推移してきたが、ビジットジャパンキャンペーンとの連携による外国人観光客の誘客やオーストラリアなどをターゲットとしたスキープロモーションにより、観光客延宿泊数の10%を数値目標とした。

【数値目標】

宿泊客消費単価を 40,000円 にします

宿泊客消費単価は、平成12年度富良野市観光経済調査では27,523円、平成18年度調査では29,897円という伸びが見られ、宿泊数の伸びによる消費単価の拡大が期待できるため、平成29年度の数値目標を40,000円と設定した。

【数値目標】

日帰り客消費単価を 10,000円 にします

日帰り客消費単価は、平成12年度富良野市観光経済調査では7,568円、平成18年度調査では7,748円と若干の伸びが見られる。滞在時間の延長、体験メニューの掘り起こし、土産物の販売拡大など、消費単価の拡大により、平成29年度の数値目標を10,000円と設定した。

具体的戦略12

「富良野売り込み戦略」

年代や対象、地域など対象別のきめ細かいプロモーションを展開するとともに、ITなどを活用した情報発信など、プロモーション戦略の研究や実践を行う。また、富良野のイメージや現地発ツアーの売込みにより誘客を促進する。

(推進施策)

12-1 ターゲットをしばったプロモーションの推進

団塊の世代を含めた世代別、ファンからリピーターに変えるようなプロモーション、季節ごとのプロモーションなど、ターゲット別のプロモーションを展開する。旅行代理店や雑誌、新聞社などを対象とした招聘旅行も実施する。

12-2 地域別のプロモーションの推進

関東圏、関西圏、九州圏といったマーケットを狙ったプロモーションを展開する。また、道内においては札幌圏を中心としたプロモーションを展開する。

12-3 プロモーション戦略の研究

ホームページやクチコミサイトなど、ITを活用した情報発信、市民によるPR活動など、プロモーション戦略の研究を行う。

12-4 イメージの売り込み

新しい情報を多様なメディアに対し発信するとともに、フィルムコミッションなどと連携するなど、富良野のイメージを発信する。

12-5 現地発ツアーの売り込み

富良野での生活を楽しむなど、現地発の季節ごとのツアーを開発しプロモーションを行う。

具体的戦略13

「FURANOプロモーション戦略」

国、VJC(1)、北海道、あさひかわ観光宣伝誘致協議会、富良野美瑛広域観光推進協議会との連携により、海外観光客の誘客を推進する。また、海外観光客が一人歩きできる環境整備や国際化への対応のための調査研究なども行う。

(推進施策)

13-1 国際観光地としての基盤整備の推進

各国の外国人のニーズにあった地域性豊かな受入基盤の整備を行うとともに、宿泊施設・観光交流施設の充実や外国人対応のスタッフの充実を図る。

13-2 情報案内機能の整備

外国語表記のわかりやすい案内板の整備やインフォメーションセンターの充実などを行う。

13-3 観光ホスピタリティの向上

観光関連従業員の接遇、語学研修の促進とシステムを確立する。また、外国人対応市民ボランティアインタープリターの確立を目指す。

13-4 市内交通システムの充実

主要都市間交通アクセスの充実、JRとの連動、市内循環バスの充実、自然環境に配慮した交通システムの確立を目指す。

13-5 観光プロモーションの促進

国、VJC、北海道、あさひかわ観光宣伝誘致協議会、富良野美瑛広域観光推進協議会との連携により、海外観光客の誘客を推進する。また、北の国からや富良野の季節ごとの魅力を合わせ発信する。

(1) VJC(ビジット・ジャパン・キャンペーン)

外国人旅行者の訪日促進のため、2010年までに訪日外国人旅行者1000万人を達成することを目標としたビジット・ジャパン・キャンペーンを2003年から展開している。



海外スキー客ウエルカムパーティ

(京都市との連携事業)

13 - 6 国際会議・大会の招聘

国際会議・大会、国内会議・大会などの招聘により、富良野の魅力を発信するとともに、地域経済の活性化を推進する。

13 - 7 観光商品開発の推進

現地発個人旅行体験ツアーや広域による観光商品の開発をする。また、地域資源を活用し、グリーンツーリズム、エコツーリズム、自然環境循環ツーリズムの推進、生活体験ツアーの開発を行う。

13 - 8 観光に関する基礎的データの収集及び調査の実施

社会実験イベントによるデータの収集、富良野市観光経済調査、外国人動向調査等の実施を行う。



富良野スキー場

4 持続可能な観光振興に向けて

今後も観光地として発展していくために、市民への教育や観光エキスパートの育成、観光関係団体の育成などの人づくりを行う。また、富良野市観光の持ち味である雄大な自然景観を守るため、環境を題材としたメニューづくりやイベントでのゴミの減量など「富良野スタンダード」を確立する。

また農業や商業と観光の連携により、異業種交流による地域活性化を図るほか、市民による「オール富良野」での観光振興を図る。

観光客のニーズを正確に把握するため、定期的な調査を行い、情報の提供・共有を行う。

【数値目標】

宿泊客数調査を 月1回 行います

観光客の動向やニーズ等を把握するために、月1回宿泊客数の調査を行い、スピーディな情報の共有と対策の構築を図る。

【数値目標】

観光認定ガイドを 100人 にします

観光の最前線で活躍するエキスパートの育成により、洗練された国際観光地を目指す。観光認定ガイドを設置し、100人の登録を目指していく。

【数値目標】

観光マイスター制度を設け
100人 の登録を目指します

観光のエキスパートの発掘、育成により、富良野観光を支える人材を確保する。観光マイスター制度を導入し、100人の登録を目指す。

【数値目標】

観光ボランティアを 100人 にします

観光に関わる市民を育成し、組織化することにより、最前線で活躍する人材を確保する。観光ボランティアを育成し、100人の登録を目指す。

具体的戦略14

「富良野ブランドブラッシュアップ戦略」

豊かな自然景観や山岳景観、ラベンダーを中心とした花、またテレビドラマなどで作り上げられたブランドに磨きをかけるとともに、新たな観光資源を発掘するなど新たなブランドの創出を図る。

(推進施策)

14-1 富良野ブランドの磨き上げ

農村景観や山岳景観、ラベンダーを中心とした花など、自然豊かな環境に優しいまちとして、ゆっくり・のんびり、安全・安心といった富良野ブランドに磨きをかける。

14-2 新たな富良野ブランドの創出

新たな観光資源の発掘とストーリーづくりなど、新たなブランドの創出を図る。

14-3 「北の国から」精神の保持と発信

北の国からで作り上げたイメージ(財産)を引き続き守るとともに、その財産を活用した観光振興を行う。

具体的戦略15

「富良野景観・環境保護戦略」

環境に優しいまち全国1位のまちとして、環境保全を観光に生かすとともに、自然環境を守るための制度の研究などを関係部局、団体とともに図る。

(推進施策)

15-1 自然の保護と観光との連携の推進

環境に優しいまち全国1位の農村景観、自然景観を守り、今後の観光に活かすとともに、ツアーなどを活用した環境保全を推進する。また、各種イベントにおいてゴミの分別や減量化に取り組むなど「富良野スタンダード」を確立する。

15-2 自然環境を守るための制度研究

自然を活かした観光地として、自然環境を守るための

制度の研究などを関係部局、団体とともに行う。

具体的戦略 16

「担い手育成戦略」

観光のエキスパートを育成することにより、観光客の満足度の向上を図るとともに、市民に対する観光地としての教育、人材育成、団体育成により観光による地域づくりを推進する。

(推進施策)

16-1 観光エキスパートの育成

観光の最前線で活躍するエキスパートの育成により、洗練された国際観光地を目指すとともに、観光客の満足度の向上を図る。

16-2 市民団体の育成と活用

観光ボランティア等、人材の育成と団体などの組織強化を行い、市民の活力を活用した観光振興を推進する。

16-3 観光地としての市民教育の推進

子どもから成人までの市民に対し地域学習の場を提供することにより、観光地として洗練された人材育成を目指すとともに、この学習を後継者育成やまちづくりにつなげていく。

具体的戦略 17

「オール富良野での観光推進戦略」

市や観光協会だけでなく、関係団体や市民との連携によりオール富良野での観光振興を推進するとともに、高等研究機関や観光関係企業との連携を図る。

(推進施策)

17-1 オール富良野の体制づくりの推進

富良野市、ふらの観光協会、富良野商工会議所、旅館組合、料飲店組合、NPO法人などをはじめ、運輸、体験、情報、文化、農業、森林などの関係団体や市民との連携により、オール富良野による観光を推進する。また、高等研究機関や観光関係企業との連携により、戦略的な観光振興を展開する。

具体的戦略 18

「農業を中心とした異業種交流戦略」

農業体験、ファームイン、農産加工をはじめとする農業振興、イベントや観光客をターゲットとした商業振興により、地域の魅力発信、地域経済の振興を図る。

(推進施策)

18-1 観光と農業の連携推進

農業体験、ファームイン、農産加工、直売所、特産品、地産地消、食育といった農業分野との観光の連携による地域振興を図る。

18-2 観光と商業(商店街)の連携推進

観光客をターゲットとした商業振興や、イベントを通じた商店街との連携により、地域経済の活性化を図る。

18-3 観光と物産の連携推進

観光客をターゲットとした物産販売により、観光客の満足度を向上させるとともに、地域の魅力の発信、消費単価の増加による地域経済の振興を図る。

具体的戦略 19

「調査分析戦略」

国内外の観光の動向や国や北海道の動き、また観光客のニーズの把握などを定期的に調査・分析するとともに、観光関係者において情報の共有を行う。

(推進施策)

19-1 観光に関する情報の共有

国内外の観光の動向や国・道の動き、また観光客のニーズ等、観光に関する情報の共有を行う。

19-2 観光ニーズの調査・分析

観光客のニーズの調査・分析を定期的に行い、観光関係者への情報の還元・共有を行う。

具体的戦略 20

「移住・定住推進戦略」

長期滞在観光や二地域居住などの延長線上にある「移住・定住」については、関係部局と連携し推進する。

(推進施策)

20 - 1 移住・定住の推進

長期滞在型観光の延長上にある「移住・定住」については、関係部局と連携しこれを推進する。



ピッツア工房

第4章 富良野市観光振興計画の推進体制

1 富良野市観光振興計画の推進体制

(1) 富良野市観光振興における役割分担

富良野市の役割

富良野市は施設の整備運営や情報の発信、さまざまな取り組みの実施主体に対するバックアップなど、全市的に観光事業に取り組む。

富良野市観光振興計画の推進を目的とした民間事業者や各種団体との調整や連携など、コーディネート役を果たす。

国、北海道、他市町村との調整役を果たす。

観光関係団体の役割

観光関係団体は、情報提供や誘客促進のためのPR活動等、観光振興事業を積極的に展開する主体となる。

富良野市観光振興計画を推進するにあたって、具体的戦略に積極的に関与し、実施に向けて中心的な役割を果たす。

観光事業者・民間事業者の役割

観光事業者や民間事業者は、観光推進の主体的役割を担う。

富良野市観光振興計画の推進にあたっては、観光関係団体などと連携し、具体的戦略を実践していく。

市民の役割

富良野の魅力を支える真の主人公であって、旅行者を温かく迎える役割がある。

富良野市観光振興計画の推進にあたっては、おもてなしの向上を図る。

第5章 富良野市観光振興計画の策定

1 計画策定に向けた会議・研修会

富良野市国際観光促進協議会総会

(平成19年 6月23日)

- ・富良野市観光振興計画策定の決定

富良野市国際観光促進協議会・第1回幹事会

(平成19年10月26日)

- ・策定のポイント、方針、方法、フレーム等の確認
- ・スケジュールの確認

富良野市観光振興計画策定に伴う第1回総合学習会

(平成19年11月 9日)

国の動き、北海道の動き、富良野市の動き

富良野市観光振興計画(外客誘致編)

ふらの観光ルネサンス事業

平成18年度富良野市観光経済調査

地域再生計画(長期滞在型ふらの観光)

富良野市観光振興計画策定に伴う第2回総合学習会

(平成19年11月19日)

講演「観光立国時代における

北海道観光と富良野の未来」

講師：北海道大学観光学高等研究センター長

石 森 秀 三 教授

講演「地域資源を活用した

事業創造のための戦略と組織」

講師：北海道大学観光学高等研究センター

内 田 純 一 准教授

富良野市国際観光促進協議会・第2回幹事会

(平成19年12月13日)

- ・情報提供(国土交通省・観光行政研修)
- ・観光振興による目指すまちの姿の設定
- ・プロジェクト委員会の設置の確認

- ・幹事会及びプロジェクト委員会の役割分担

第1回地域振興セミナー

(富良野美瑛広域観光推進協議会主催)

(平成19年12月19日)

講演「観光立国推進基本計画について」

～観光立国推進基本計画と地域観光圏の形成～

講師：国土交通省北海道運輸局企画観光部長

岩月理浩氏

講演「富良野・美瑛観光の未来」

講師：日本政策投資銀行地域振興部参事役

藻谷浩介氏

富良野市国際観光促進協議会・第3回幹事会

(平成19年12月21日)

- ・富良野市観光振興の4つの柱の設定
- ・具体的数値目標の設定
- ・富良野市観光の現状と課題整理

富良野市国際観光促進協議会・第1回プロジェクト委員会

(平成20年1月16日)

- ・幹事会での決定事項の確認
- ・富良野市観光の現状と課題整理
- ・具体的戦略の設定

富良野市国際観光促進協議会・第2回プロジェクト委員会

(平成20年2月1日)

- ・富良野市観光の現状と課題整理
- ・具体的戦略の設定
- ・推進施策の設定

第2回地域振興セミナー

(富良野美瑛広域観光推進協議会主催)

(平成20年2月8日)

講演「北海道観光の現状と施策」

～観光立国推進基本計画等～

講師：国土交通省北海道運輸局企画観光部

地域振興課 長谷川 巧氏

講演「中国人の訪日旅行を見据えて」

～富良野・美瑛に必要なもてなしとニーズ～

講師：中国上海市進才高等学校国際学校

中学校部・高校部校長 王 思椒 氏

富良野市国際観光促進協議会・第3回プロジェクト委員会

(平成20年 2月15日)

- ・具体的戦略、推進施策の整理
- ・富良野市観光のSWOT分析
- ・観光振興による目指すまちの姿の確認

富良野市観光振興計画策定に伴う中間報告会

(平成20年 3月 3日)

富良野市観光振興計画(案)中間報告

助言

- ・北海道大学観光学高等研究センター長

石 森 秀 三 教授

- ・北海道大学観光学高等研究センター

内 田 純 一 准教授

第3回地域振興セミナー

(富良野美瑛広域観光推進協議会主催)

(平成20年 3月 4日)

講演「事業再生から見た、地域再生」

講師：株式会社経営共創基盤

取締役マネージングディレクター

松 本 順 氏

富良野市国際観光促進協議会幹事会・

プロジェクト委員会合同会議

(平成20年 3月27日)

- ・富良野市観光振興計画(案)について報告
- ・キャッチコピーの決定

パブリックコメント

(平成20年 5月 1日～20日)

2 計画策定に関わった方々

富良野市国際観光促進協議会幹事会

(座長) 黒岩 岳雄

(社) ふらの観光協会会長

鈴木 敏文

富良野旅館業組合組合長

松井 敬直

北の峰旅館組合組合長

西川 恵一

(社) 富良野商工会議所運輸観光委員長

大竹 泰文

(株) ふらのバス代表取締役

海原 邦夫

JR 富良野駅駅長

高岡 一男

富良野市物産振興会会長

奥野 岩雄

ふらの農業協同組合組合長

本間 優

富良野料飲店組合組合長

仲世古 善雄

(株) 富良野総研代表取締役

藤本 多佳子

NPO法人グリーンステージ事務局長

広瀬 寛人

海外スキー客誘致協議会会長

佐々木 淳

(社) 富良野商工会議所専務理事

富良野市国際観光促進協議会・プロジェクト委員会

(座長) 黒岩 岳雄

(社) ふらの観光協会会長

松井 敬直

北の峰旅館組合組合長

大竹 泰文

(株) ふらのバス代表取締役

高橋 眞也
 　　ふらの農業協同組合常務理事
 本間 優
 　　富良野料飲店組合組合長
 酒井 良男
 　　(株)富良野総研
 藤本 多佳子
 　　NPO法人グリーンステージ事務局長
 広瀬 寛人
 　　海外スキー客誘致協議会会長
 西川 恵一
 　　(社)富良野商工会議所運輸観光委員長
 平賀 周一
 　　山部商工会副会長
 丸山 一敏
 　　(株)ラジオふらの代表取締役
 森田 武
 　　NPO法人ふらの演劇工房理事長
 穴戸 和史
 　　農　　業
 石黒 誠
 　　カメラマン
 (事務局)会田 系伍
 　　(社)ふらの観光協会専務理事
 佐々木 淳
 　　(社)富良野商工会議所専務理事

富良野市国際観光促進協議会事務局

(富良野市経済部商工観光室商工観光課)

石田 博(経済部長)
 高山 和也(商工観光室長)
 川崎 隆一(商工観光課長)
 川上 勝義(観光企業係長)
 松木 政治(観光企業係)
 志賀 光(観光企業係)

富良野市観光振興計画

発行 平成20年 月

発行者 富良野市

〒076-0018 富良野市弥生町1番1号

TEL 0167-39-2312 FAX 0167-23-2123

富良野市 HP <http://www.city.furano.hokkaido.jp/>