

ふらの ビジョン

FURANO VISION 2030

2019年3月

1. はじめにP3

- 1-1.ビジョン策定の主旨
- 1-2.計画期間
- 1-3.上位計画との位置づけ

2. 現状と課題P4

- 2-1.これまでの取組
- 2-2.環境の変化
- 2-3.富良野の現状
- 2-4.課題の整理

3. 目指すべき方向と目標P32

- 3-1.基本目標
- 3-2.ビジョン(目指すべき将来像)
- 3-3.ミッション(戦略)
- 3-4.数値目標

4. 4つの視点と中長期的に取り組むコトP36

- 4-1.4つの視点
- 4-2.2030年までに中長期的に取り組むコト

5. 5つの戦略(重点項目)P38

- 5-1.富良野らしいライフスタイルの創出
- 5-2.心地よい賑わいをもたらす空間デザインの創出
- 5-3.来訪者の滞在を演出するサービスの集積
- 5-4.持続性を確保する仕組み
- 5-5.住民生活の質を高める仕組みづくり

6. 参考資料

1. はじめに

1-1. ビジョン策定の主旨

- ・観光を、そして富良野を取り巻く状況は激変している
- ・観光産業全体は、世界のGDPの10%を占め、燃料・化学産業に続き世界で3番目に多い輸出産業で、自動車や食品産業を上回るほどの注目産業となっている
- ・日本は人口減少時代に突入した一方で、世界は人口が増加を続け、その結果、人が移動し交流人口が増えるほどに化石燃料を使うことで地球温暖化を助長し、異常気象が世界中で起きている状況
- ・そのため、国連総会ではSDGs(17のゴールと169のターゲット)を掲げ、地球規模での持続可能な目標を2030年までに持続可能な地域づくりが求められている
- ・グローバル化する国際社会の中で、お互いが共存していくには、持続可能の概念を新たにに取り込みながら、富良野がこれまで実践してきた「もったいない」の視点を持続させた地域づくりを加速していかなければならない
- ・富良野市でも人口減少が進み、地域社会や観光を取り巻く環境が大きく変化する中、活力ある地域社会を維持・拡大させるには、関係人口を拡大させ、地域経済を持続的に活性化することが重要である
- ・観光は、関係人口の増加に大きく貢献し、雇用の創出につながると共に、関連産業の裾野が極めて広く、地域全体に大きな経済効果をもたらすエンジンになるものと期待される

→まず富良野市の20～30代の若者に集まってもらい、ワーキンググループを設置し、エリアごと、季節ごと時間ごと、ターゲットごとに2030年の将来像を自由にヒアリングして骨子となるアイデアの集約を行った

→本ビジョンが関係する皆様の新たな指針となれば

1-2. 計画期間

・2018年～2030年の13カ年

※富良野市の次の観光振興計画を考える時、2つの方法を検討

- ①過去の経験や現状分析を積み重ねて未来を予測する方法
- ②目標となる状況をまず想定し、そこから現在を振り返って行動すべきことを考える方法

→変化が激しく、遠い目標が定めにくい環境にあって、かつ人口減少に突入した富良野市においては、従来型の振興計画のつくり方ではなく、②2030年の富良野の観光の姿を想定し、中長期の戦略を策定することとした

- ・本ビジョンは2030年の目指すべき姿をイメージし、その姿に近づくための戦略を考えるバックカスティングの手法で策定する
- ・また、従来の「地域の事情」視点から、「顧客中心」の視点で再整理を行った
- ・関係者・市民が、顧客と一体となって富良野市の目指すべき姿を実現するため、観光振興施策の総合的かつ戦略的な推進を図るためのビジョン2030を策定

※バックカスティングとは？未来を予測する際、目標となるような状態を想定し、そこを起点に現在を振り返って今何をすべきかを考える方法で、いわば未来からの発想法です。

1-3. 上位計画との位置づけ

- ・本ビジョンは、「**第5次富良野市総合計画**」に基づき、観光の振興を総合的かつ戦略的に推進するためのビジョンとして位置づけ

2. 現状と課題

2-1. これまでの取組

- ・前計画（2008年～2017年）では「農村観光環境都市」をテーマに4つの重点施策に沿って、観光振興に取り組んできた

①滞在型・通年型観光の推進に向けて

- ・花・自然環境・田園風景の魅力創出と観光交流
- ・閑散期の食のイベント・滞在プログラムの充実
- ・宿泊拠点の魅力アップ

②受入環境の整備に向けて

- ・人材育成
- ・観光経済調査を通じて動向把握やワンストップ化

③観光客の誘客に向けて

- ・国別への効果的な発信と受入環境の整備

④持続可能な観光の振興に向けて

- ・広域周遊・滞在プログラムの提案



2. 現状と課題

2-1.これまでの取組

観光地としての富良野の特徴

自然・環境

北海道らしいスケール感と、バラエティに富んだ自然環境

【気候・風土】

- 四季の変化が明瞭で梅雨がない
- 高い晴天率、広々とした空
- 夏季は気温が高いが湿度が低く過ごしやすい
- 夏季と冬季で全く異なる風景

【地形・景観】

- 大雪山系・十勝岳連峰、夕張山系から成る山岳地帯と早い紅葉の風景
- 道立公園の芦別岳や泥炭地
- 石狩川水系の空知川・富良野川

【丘陵・田園風景】

- 香料抽出のためのラベンダー栽培・産業の歴史
- 美しい丘陵風景・山部や大沼の美しい水田風景

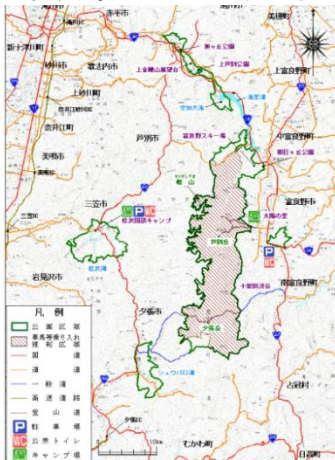
富良野の気候

富良野（富良野市東町、標高174m）の気候													[隠す]
月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年
最高気温記録 °C (°F)	6.9 (44.4)	13.3 (55.9)	15.3 (59.5)	29.2 (84.6)	31.0 (87.8)	36.3 (97.3)	35.0 (95)	36.3 (97.3)	32.3 (90.1)	25.7 (78.3)	20.4 (68.7)	13.6 (56.5)	36.3 (97.3)
平均最高気温 °C (°F)	-4.1 (24.6)	-2.8 (27)	2.1 (35.8)	10.9 (51.6)	17.9 (64.2)	22.6 (72.7)	25.7 (78.3)	26.5 (79.7)	21.6 (70.9)	14.8 (58.6)	6.2 (43.2)	-1.1 (30)	11.69 (53.05)
日平均気温 °C (°F)	-8.8 (16.2)	-8.1 (17.4)	-2.7 (27.1)	5.2 (41.4)	11.7 (53.1)	16.5 (61.7)	20.1 (68.2)	20.9 (69.6)	15.7 (60.3)	8.9 (48)	1.8 (35.2)	-5.2 (22.6)	6.33 (43.4)
平均最低気温 °C (°F)	-15.1 (4.8)	-14.9 (5.2)	-8.4 (16.9)	-0.4 (31.3)	5.6 (42.1)	11.1 (52)	15.5 (59.9)	16.3 (61.3)	10.6 (51.1)	3.7 (38.7)	-2.4 (27.7)	-10.4 (13.3)	0.93 (33.69)
最低気温記録 °C (°F)	-34.5 (-30.1)	-34.0 (-29.2)	-28.3 (-18.9)	-17.8 (0)	-3.1 (26.4)	1.0 (33.8)	6.3 (43.3)	6.5 (43.7)	-0.5 (31.1)	-5.3 (22.5)	-21.3 (-6.3)	-28.4 (-19.1)	-34.5 (-30.1)
降水量 mm (inch)	49.6 (1.953)	37.1 (1.461)	49.4 (1.945)	53.5 (2.106)	66.5 (2.618)	54.5 (2.146)	100.0 (3.937)	148.7 (5.854)	134.8 (5.307)	96.9 (3.815)	105.0 (4.134)	69.3 (2.728)	965.3 (38.004)
降雪量 cm (inch)	166 (65.4)	137 (53.9)	125 (49.2)	25 (9.8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (0.8)	78 (30.7)	171 (67.3)	704 (277.1)
平均月間日照時間	67.6	91.4	133.4	162.9	193.1	181.8	164.5	161.1	138.2	118.2	69.4	50.4	1,532

出典: 気象庁

富良野の地形・景観

富良野芦別道立自然公園



2. 現状と課題

2-1. これまでの取組

観光地としての富良野の特徴

農業・文化 多様な農畜産物と加工食品、演劇文化

【農畜産物と加工品(例: 野菜・肉、ワイン・チーズ)】

- 富良野盆地特有の寒暖差を活かした質の高い農産物
- 「ふらの大地和牛」などのブランド肉
- ワインやチーズなど農業や畜産と親和性の高い6次産業

【演劇文化や自然循環の中での暮らし(例: 倉本聰氏)】

- 富良野自然塾が提唱している豊かさの再定義や森と人の関わり
- 「北の国から」の舞台となった経緯から演劇文化も市民に根付いている
- 森林や田園など自然との関わりを求めた移住や別荘地形成



多様な農産物に加え、6次産業化の取組みが盛んである
(昭和47年からワインを醸造、昭和61年チーズの製造)



倉本聰氏が理念として掲げる「森と人の生き方」をもとにした
自然塾や作品などが多くの人の共感を集めている

2. 現状と課題

2-1.これまでの取組

観光地としての富良野の特徴

滞在環境

通年型リゾートとしての潜在能力ある都市基盤

【宿泊施設】

- 多くのベッド数を有する大型ホテルタイプ(多数、北の峰・富良野前)
- 昭和の時代に設立の家族経営ペンションタイプ(多数、北の峰)
- 外国人需要も見込んだコンドミニアムタイプ(少数、北の峰)
- 富裕層やバカンス需要に対応したリゾートホテル(少数、周辺郊外)



ホテルタイプ



ペンションタイプ



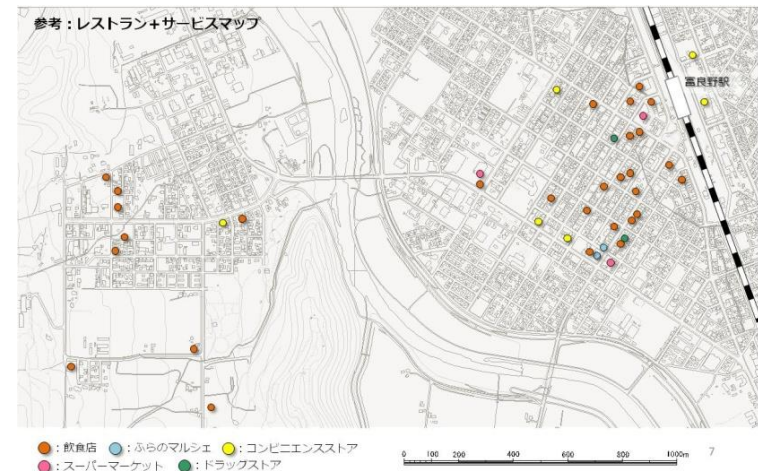
コンドミニアムタイプ



リゾートホテルタイプ

【街中環境】

- 飲食店・ナイトライフ
 - ・地元住民向け飲食店の集積はあるが、特に北の峰エリアでの観光客向けのレストランやナイトライフを楽しめる店舗は少ない
- 北の峰地区・中心市街地
 - ・スキー場のベース部分やスキー場からほど近い市街地は、基盤目状に区画整理がなされており、計画的なリゾート開発を可能とする素地ができています
- 交通
 - ・中心市街地から北の峰地区までの移動手段が課題となっている
- 公共空間
 - ・フラノマルシェ内や無頭川モールでは、屋台等の滞留型のアクティビティが生まれる広場整備がされている
 - ・北の峰ターミナルは核となる空間であるため、広場空間を創出できる素地がある
- 案内所
 - ・現在、駅前にあるインフォメーションセンターを旧三番館跡(コンシェルジュフラノ)に機能拡充中である



2. 現状と課題

2-1. これまでの取組 観光地としての富良野の特徴

アウトドア 大自然を舞台とした夏期と冬期で異なる多様なアウトドア活動

【国際水準のスキー場】

- 良質なパウダースノーを有する、国際大会が開催されたスキー場
- 市民に浸透しているスキー文化

【アウトドア・レジャー】

- 日常生活の中で豊かな自然環境を体験できる
- 山・川・湖・空など豊かな自然環境で行うアクティビティ（ラフティング、クロスカントリー等）

富良野スキー場



夏期のアウトドア



（Eバイク）

冬期のアウトドア



2. 現状と課題

2-2. 環境の変化

①人口減少⇔生産性向上

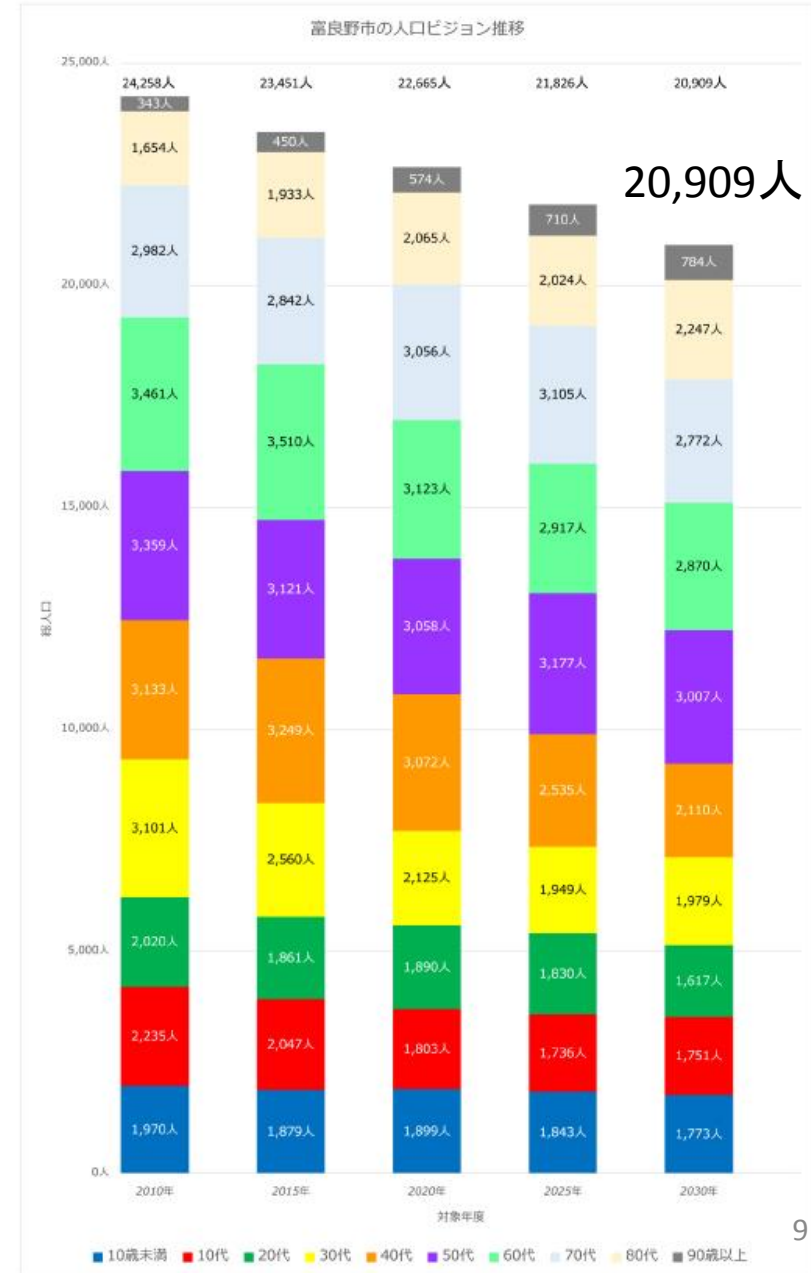
- ・少子高齢化による人口減少による働き手の不足
- ・日本経済の多くの市場が縮小に向かう中、外国人旅行者の訪日意欲に支えられ、成長産業となっている「観光」
- ・サービス産業の生産性向上が求められている
- ・労働生産性の低さは人手不足にも直結し、事業存続さえ危ぶまれる事態も
- ・観光による地域振興を実現するには、少子化社会の中でも国際競争に勝ち抜き「稼げる産業」へと転化していくことが求められる

②グローバル化⇔IT・人材

- ・グローバル化とインバウンド受入
- ・市場は国際化が進み、グローバルな競合の参入も増え、状況は変化し続けている
- ・国内は経済の縮小が進み、賃金総額はこれ以上増えないことが予想される中、旅行機会は大きく増えることがなく、インバウンド市場の取り合いと国内市場のリピーター対策が重要となる
- ・日本の人口減少問題は、世界中の過去の歴史でも前例のない時代を迎えており、過去の延長線上ではなく、縮小や熟成に向かいながらボーダーレスに向かうグローバル社会到来を見据える必要がある

③デジタル化⇔生産性向上・人材

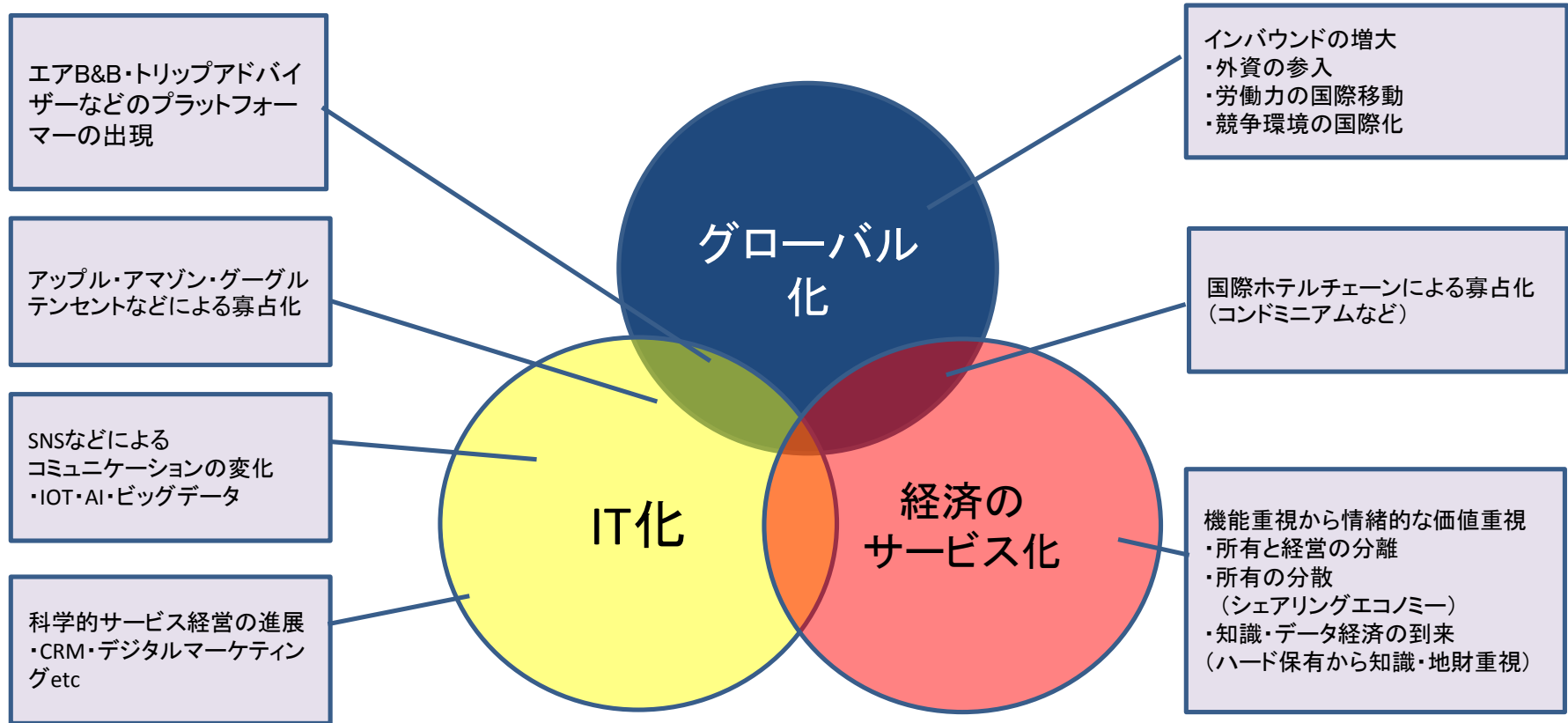
- ・AI進化・モバイル・ビッグデータ活用のデジタル革命
- ・人口減少による担い手不足は深刻で、経済はIT化やAI化の対応スピードより速く縮小し、その傾向は抑えられないと予想する



2-2. 環境の変化

グローバルに拡大する産業の構造変化

・観光産業(サービス産業)は、国際的に大規模かつ複層的な環境変化が生じている。富良野を観光振興で活性化するには、国際的な波に耐えうるビジネスモデルを呼び込み・構築していくグローバルな視点が求められる



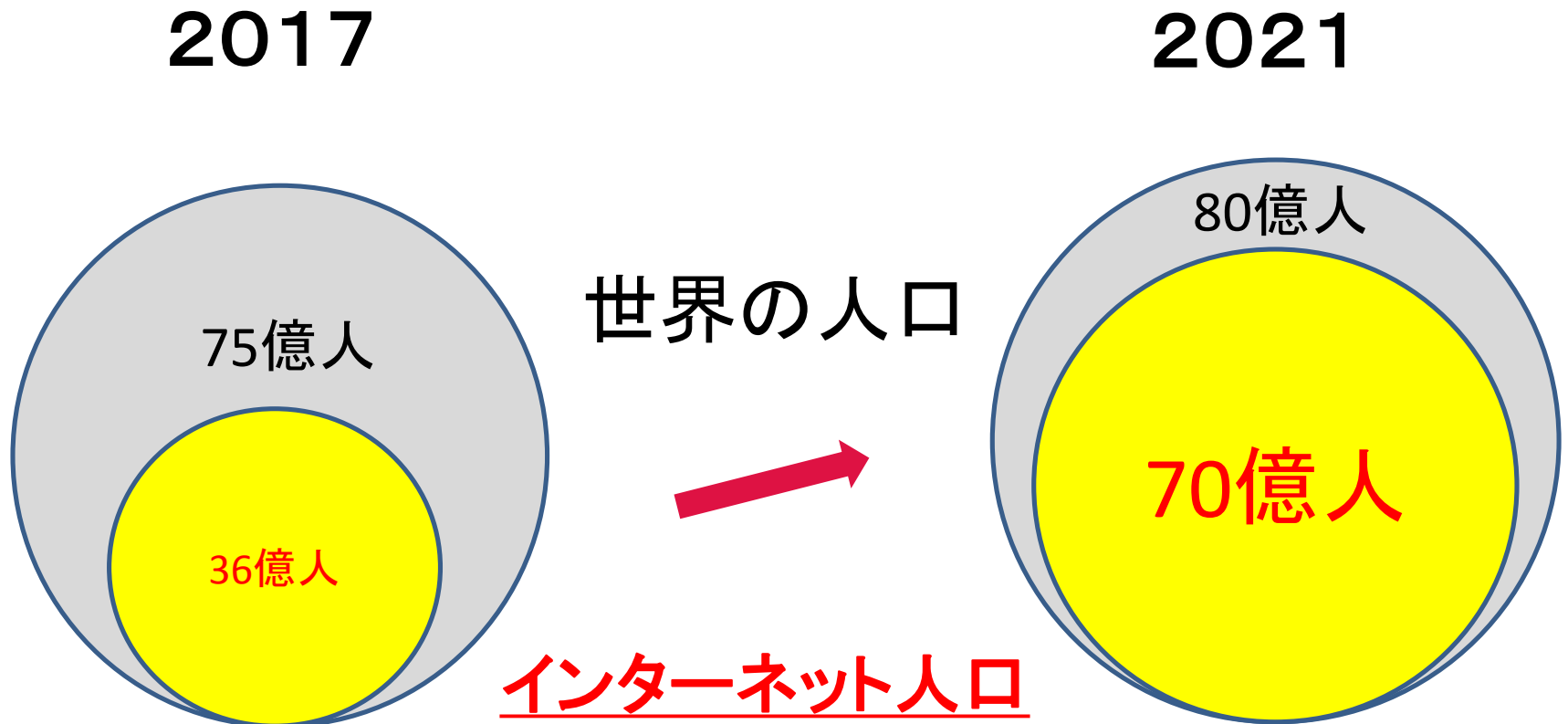
※出典:公益財団法人日本交通公社観光財源研究会資料

- ・科学的な経営は大規模な企業や資本が先行してプラットフォームを築いている
- ・ビッグデータなどのAI/IOTは現在進行形
- ・生まれた時からネットにつながっている世代(デジタルネイティブ)が市場の中心となる社会への対応が求められる

→日々変化する国際化・IT化・経済のサービス化の流れを取り込み、個々の事業として強い経営体制を整えることがポイント

2-2. 環境の変化

個人旅行化→ほとんどの人類がインターネットにつながる時代に

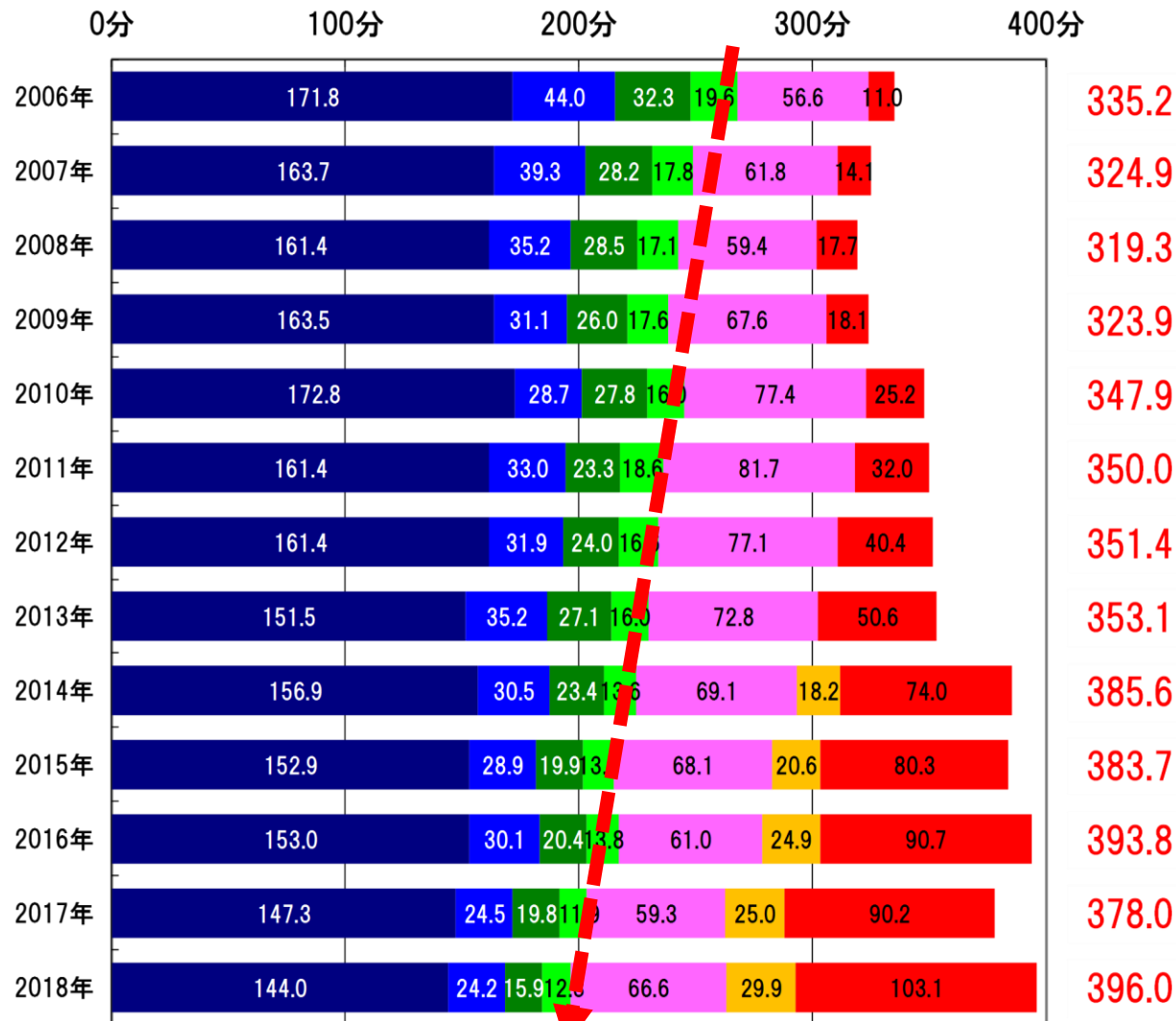


※出典:ゲーグル:富良野の魅力の届け方

2. 現状と課題

2-2. 環境の変化

IT化：日本人のメディア接触時間：インターネット過半数超え



※出典：博報堂DYメディアパートナーズ「メディア定点調査」

■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ 携帯電話／スマートフォン

2-3. 富良野の現状

国内市場は縮小し、インバウンド・FITがメインに

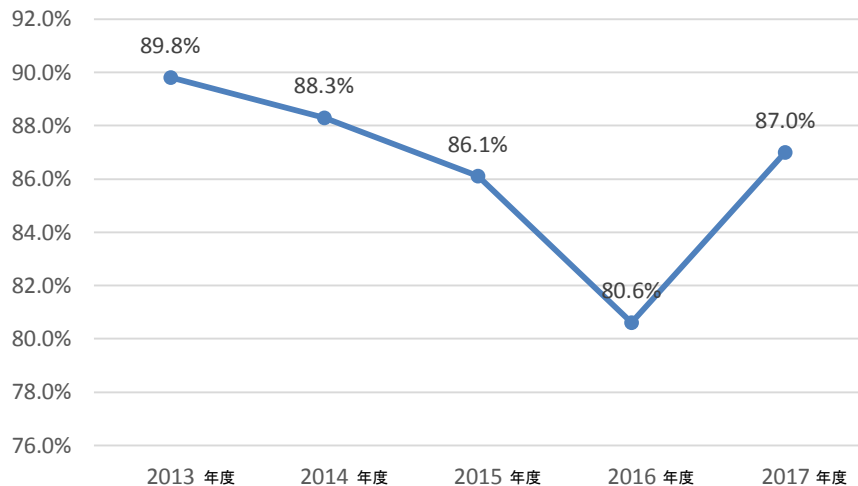
- ・入込状況は、近々5カ年は横ばい状況
- ・外国人宿泊数は好調に推移も延泊は横ばい
- ・季節格差による春・秋の宿泊者数減少、客室稼働率も低い
- ・旅行消費額は順調に推移
- ・総合満足度は高いものの、再来訪意向(リピーター)が弱い
- ・宿泊・宿に対する満足度が低い
- ・2次交通が弱く、満足度が低い
- ・人口減少による観光サービス産業の人手不足

2. 現状と課題

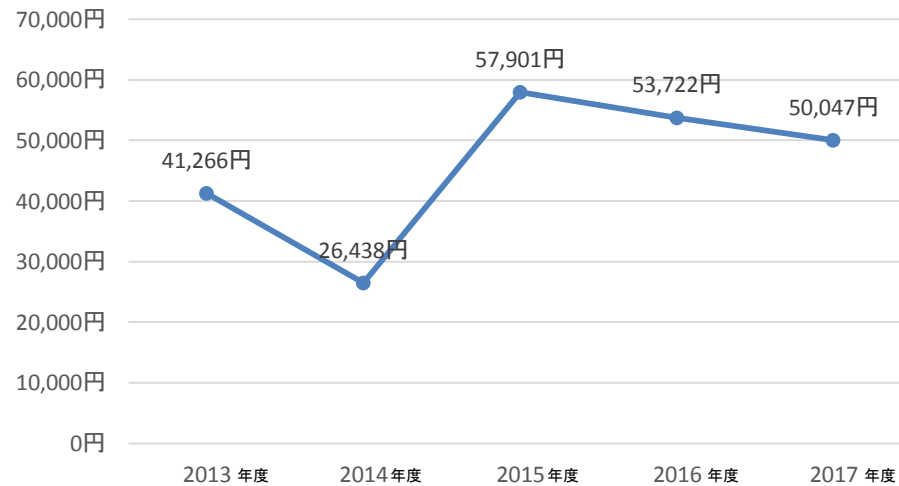
2-3. 富良野の現状

満足度調査・消費額調査

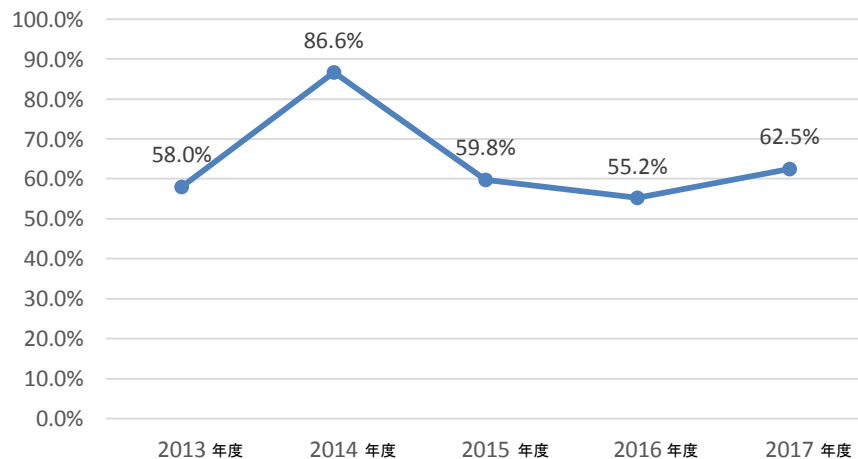
総合満足度



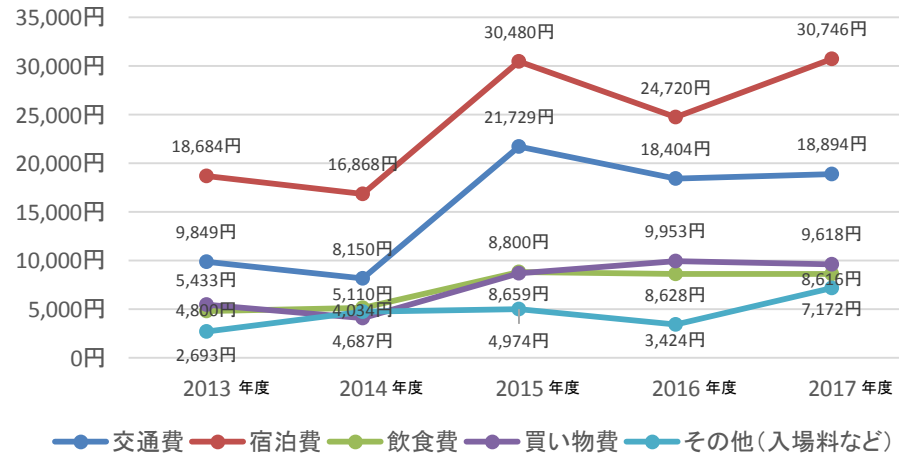
1人あたりの旅行消費額



リピーター率



旅行消費額内訳



※参考: 富良野美瑛広域推進協議会による満足度調査

2-3. 富良野の現状

満足度調査から見える旅行者の不満



中長期的に解決すべき富良野の課題

		(富良野・美瑛観光圏) 2017年度・全体 (n=429)						
		再来訪意向 との相関		個別評価				
				「大変そう思う」 (%)	加重平均値 (点)			
■	本地域に 対する思い	①この地域は期待に応えてくれる	高	0.30	高	18.88	5.59	
		②この地域に愛着を持っている	高	0.42	高	17.25	5.26	
		③この地域は自分にとって大切だ	高	0.43	高	17.48	5.17	
◆	本地域での 景観や食事、 体験、宿泊 などの評価 について	景観や雰囲気	自然景観や雰囲気が感じられた	低	0.14	高	43.12	6.21
			街並み景観や雰囲気が感じられた	低	0.22	高	22.61	5.54
		宿泊施設	宿泊施設の質がよいと感じた	低	0.16	低	10.02	5.04
			宿泊施設でのおもてなしが感じられた	低	0.06	低	10.96	5.15
		食事・飲食店	この地域ならではの食事を味わえた	高	0.31	高	17.02	5.30
			食事の味やボリュームがよかった	高	0.29	高	15.62	5.32
		物販・土産施設 体験プログラム・ ツアー	この地域ならではの土産品が手に入った	高	0.31	高	15.62	5.37
体験プログラムやツアーの内容がよかった	高		0.33	低	7.93	5.19		
●	本地域での 移動や 情報収集時に 感じたこと	域内移動	地域内の移動が快適だと感じた	低	0.14	低	14.45	4.98
			地域内の案内標識が豊富で便利だと感じた	低	0.19	低	10.49	4.89
			地域内の案内標識に地域らしさを感じた	低	0.20	低	12.12	4.85
		情報収集	地域に行ってから容易に情報を収集できた	低	0.24	低	10.96	4.92
			地域に行ってからユニークな情報を収集できた	低	0.22	低	9.56	4.69
			平均値		0.25		15.45	5.22

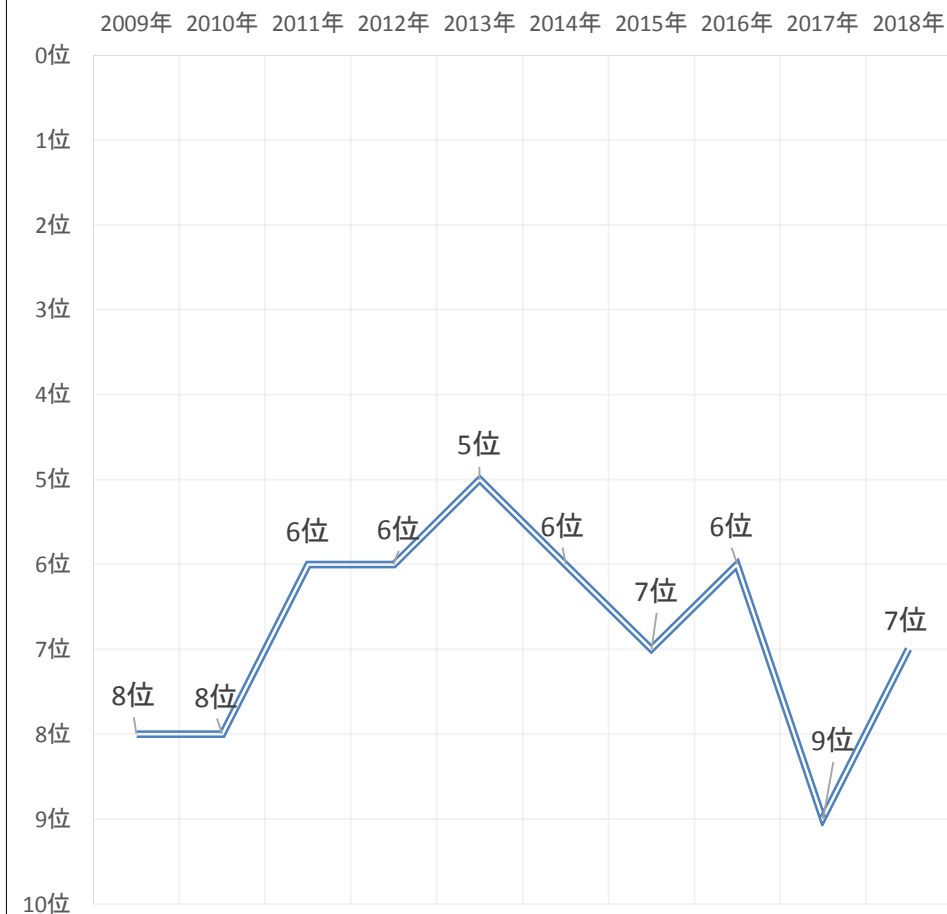
- 地域に着いてからのユニークな情報
- 地域内の移動が不満
- 宿泊施設の質とおもてなし

2. 現状と課題

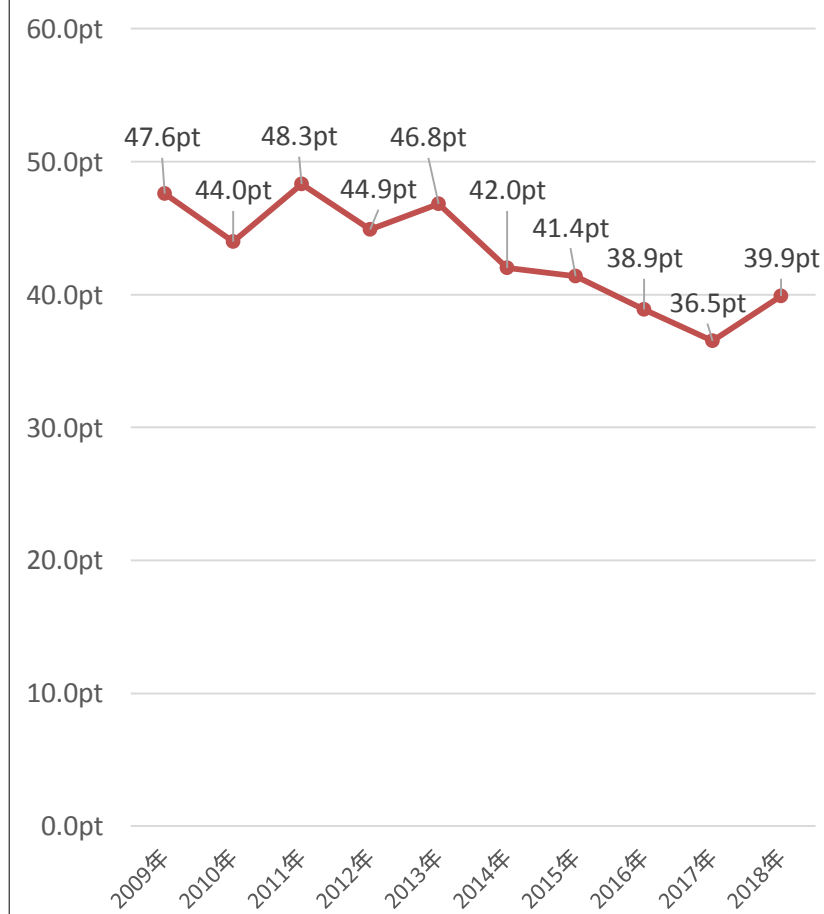
2-3. 富良野の現状

地域ブランド調査 過去10年間の変遷

富良野市順位



魅力度数値 ※pt=ポイント

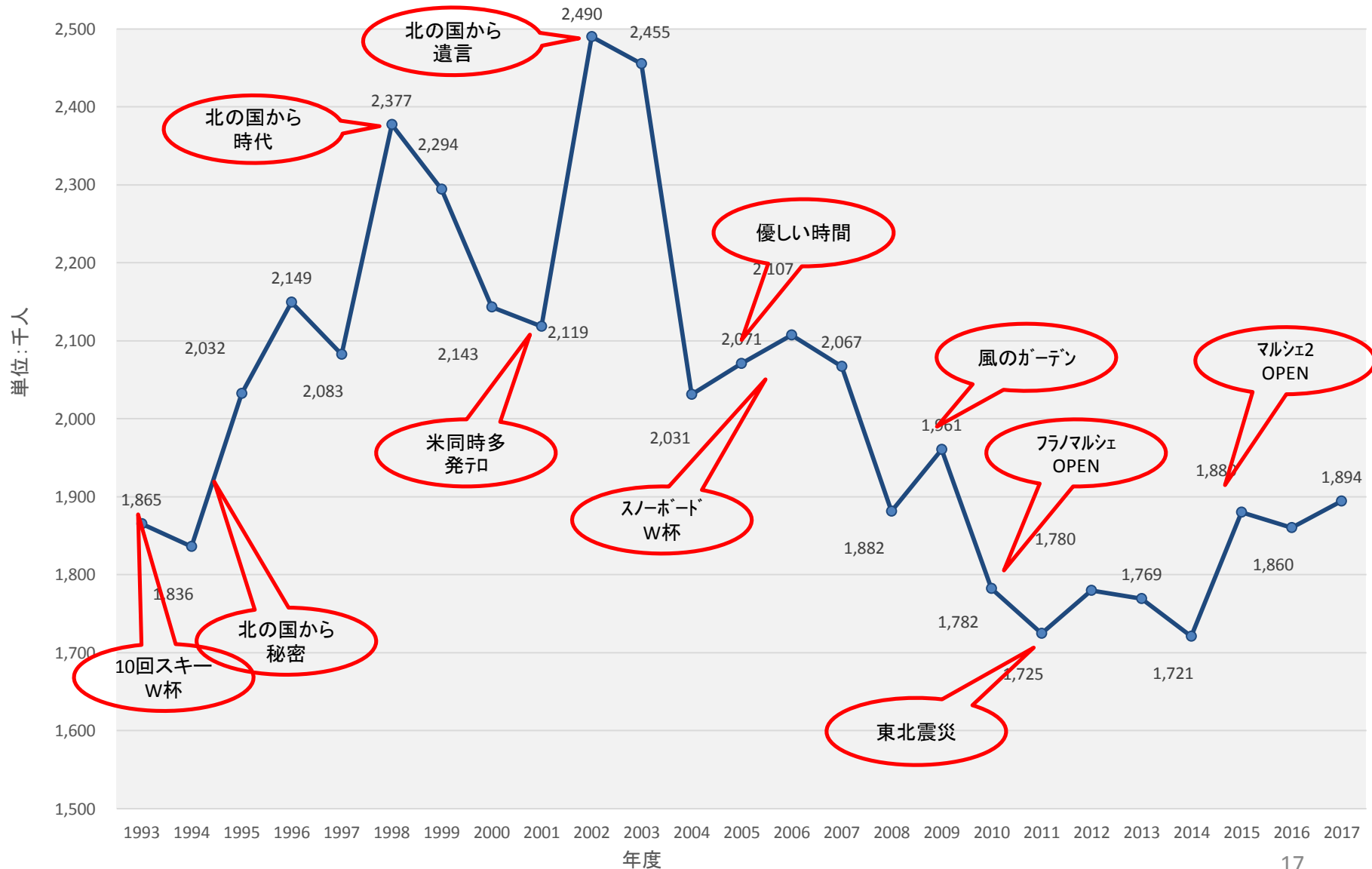


※参考:株式会社ブランド総合研究所による地域ブランド調査結果をグラフ化

2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

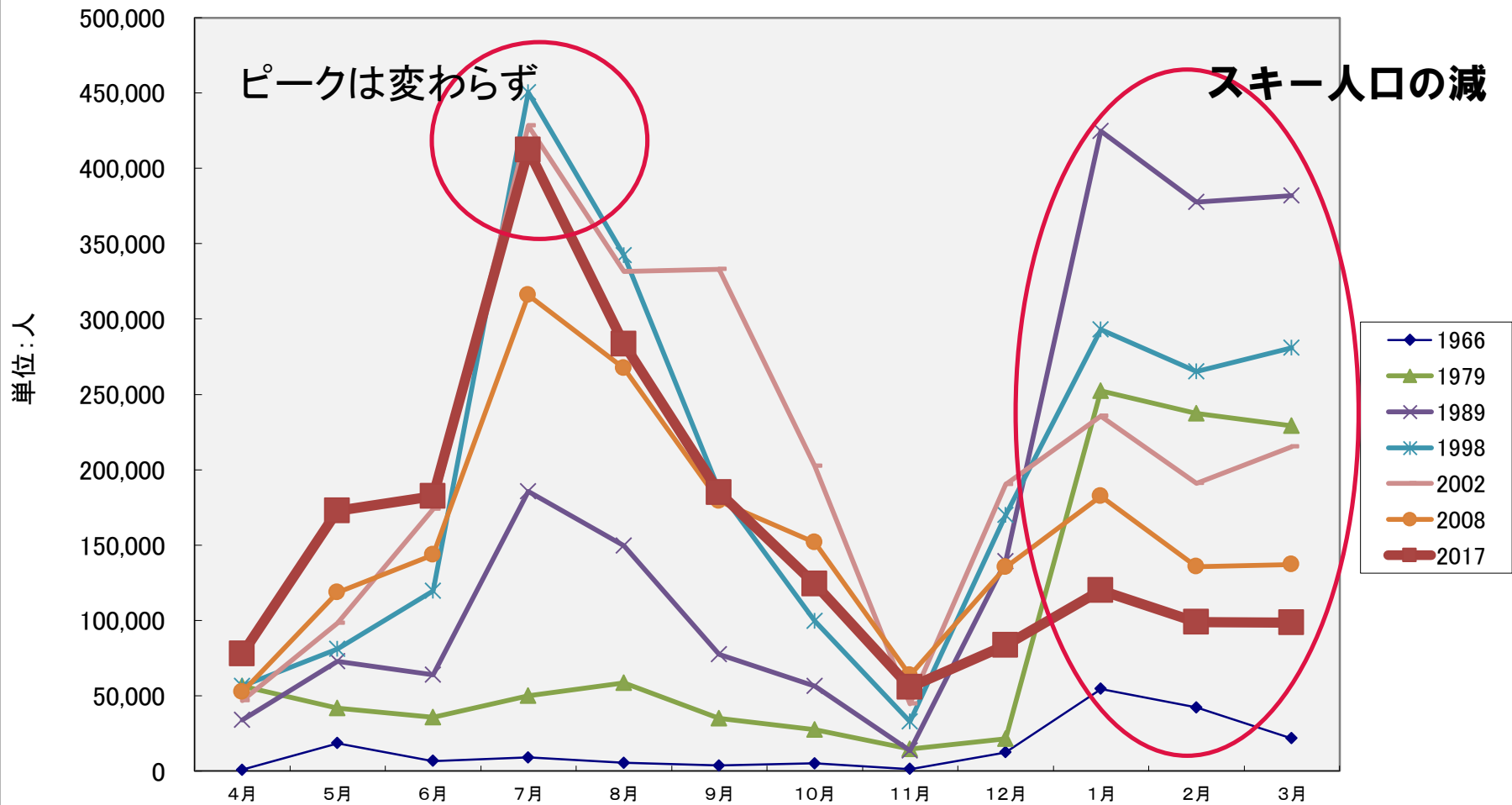
富良野市 観光入込客数の推移(1993~2017)



2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

観光入込客数月別推移（1966～2017）

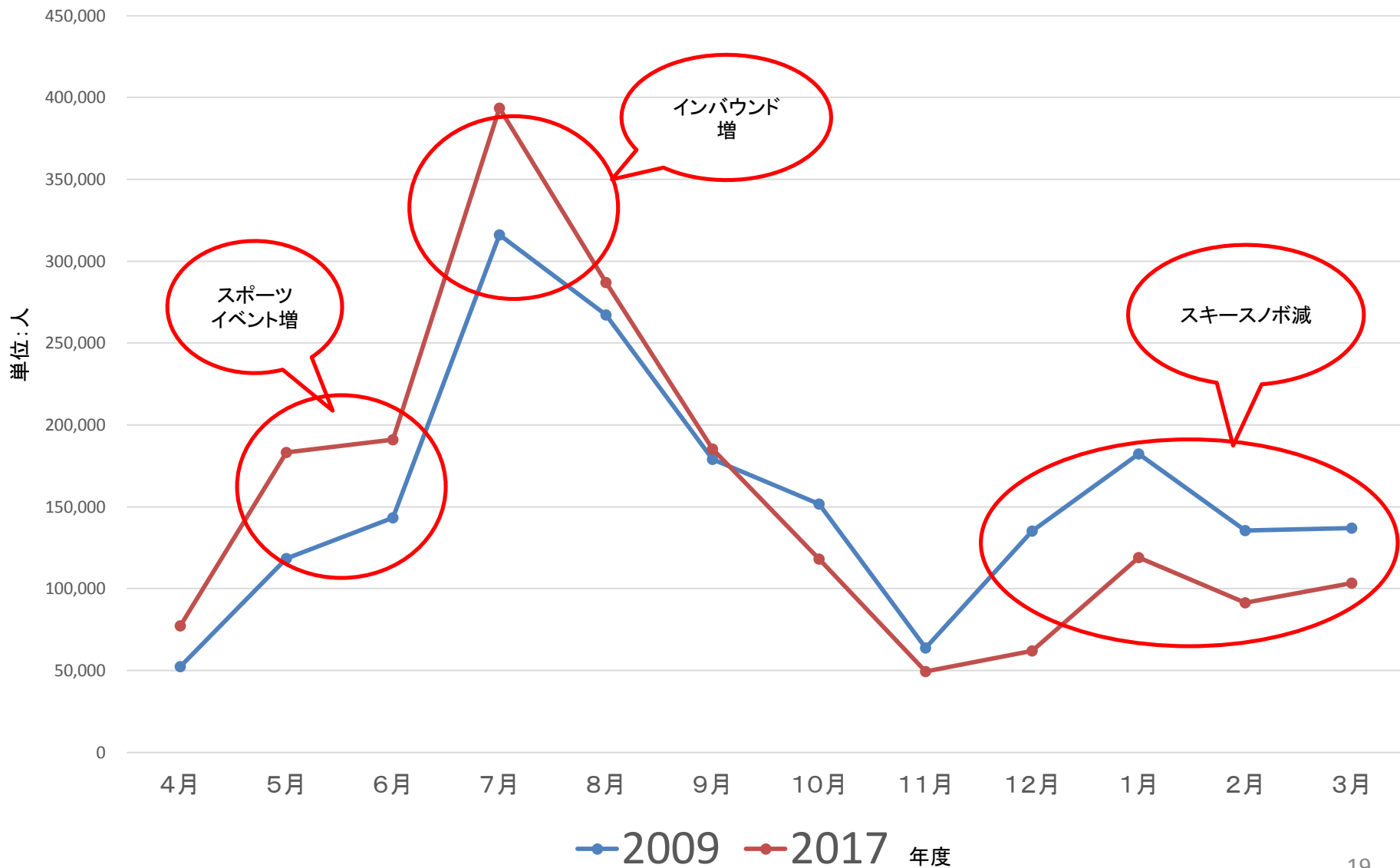


1966	統計調査開始	1998	夏と冬の入込数逆転
1979	北の国から放映	2002	北の国から2002遺言放映(ドラマ終了)・入込数最
1989	スキーブーム	2008	風のガーデン放映(10～12月)

2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

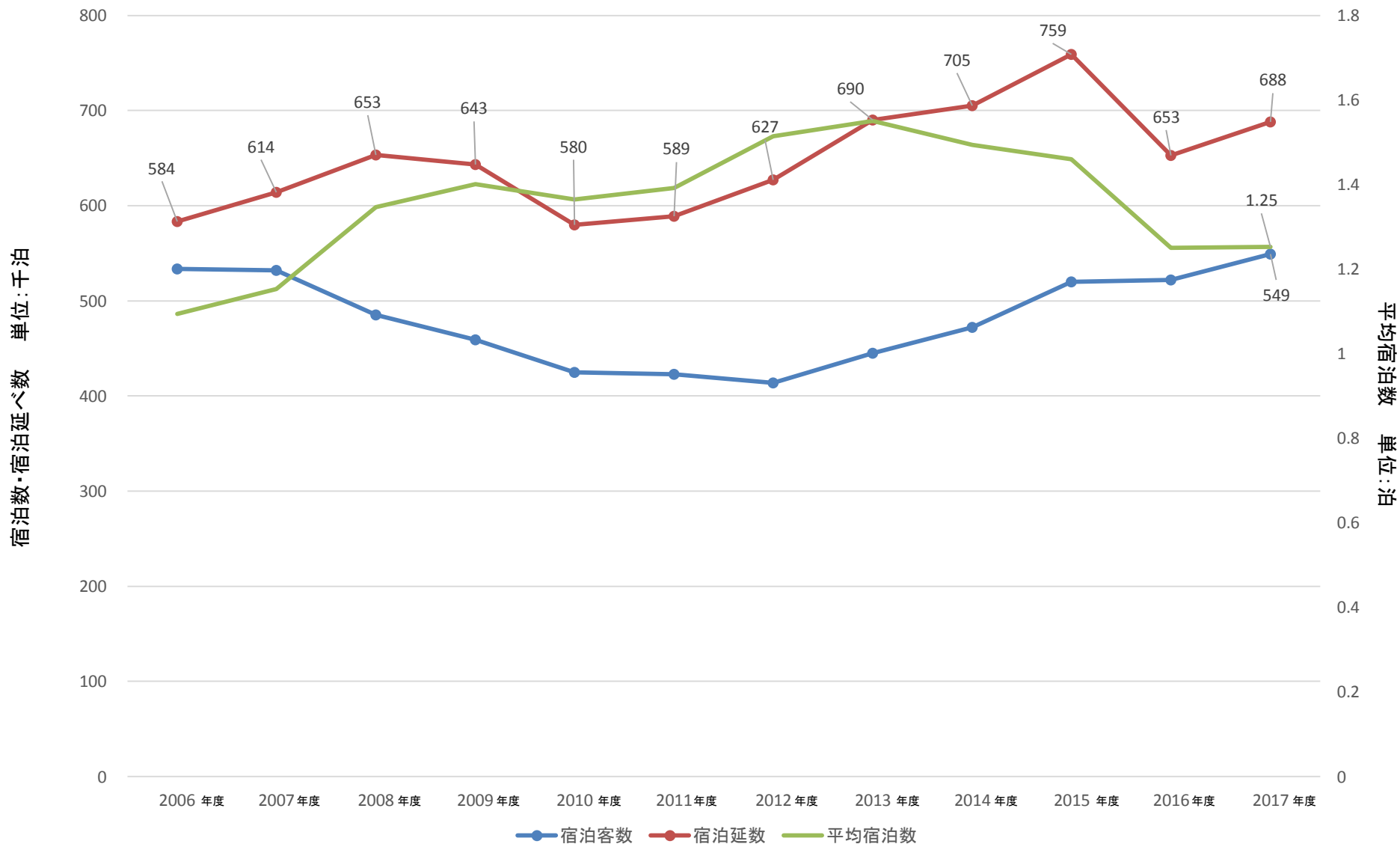
観光入込 2009/2017(年度) 月別比較



2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

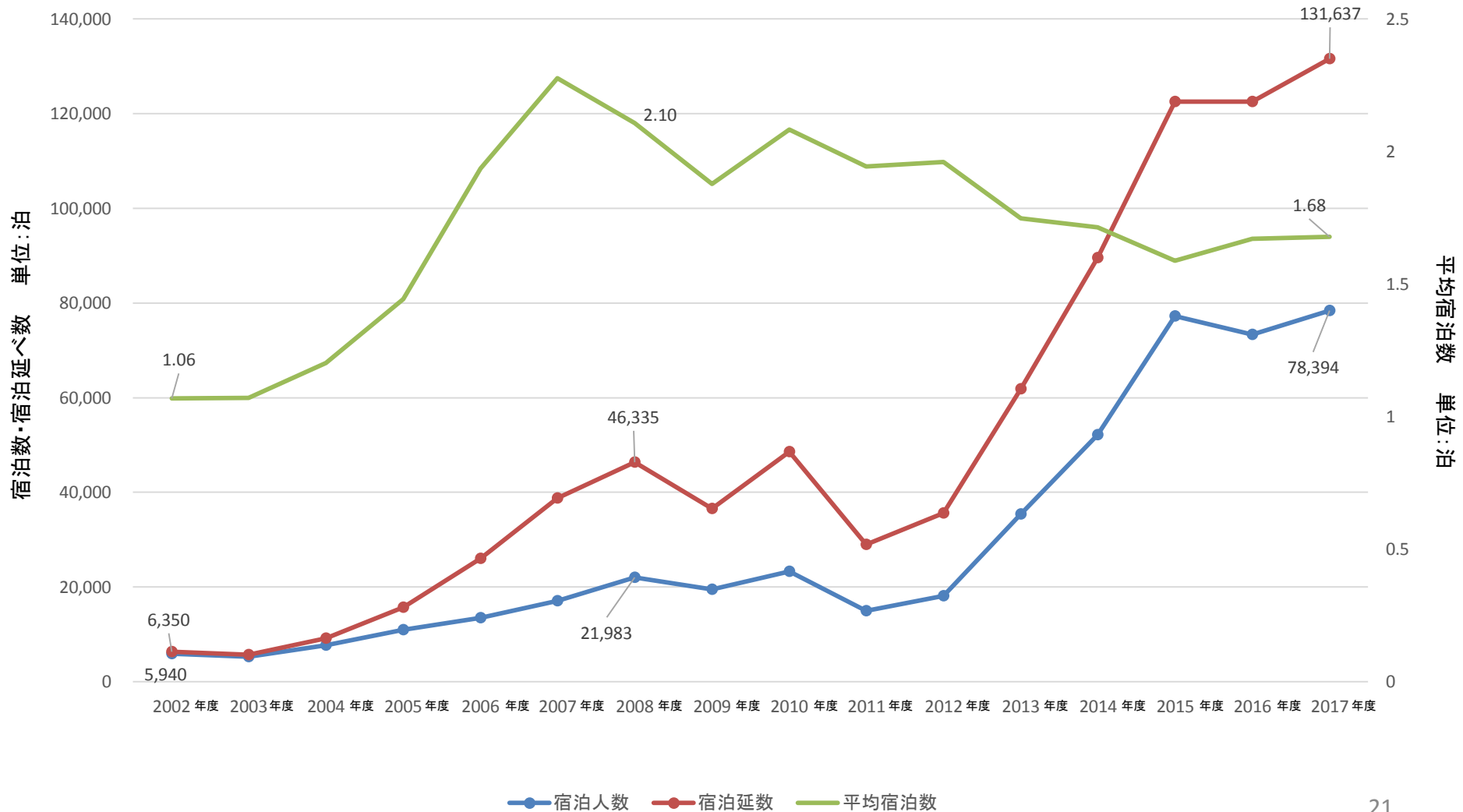
宿泊数・延べ数・平均宿泊数(2006～2017年度)



2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

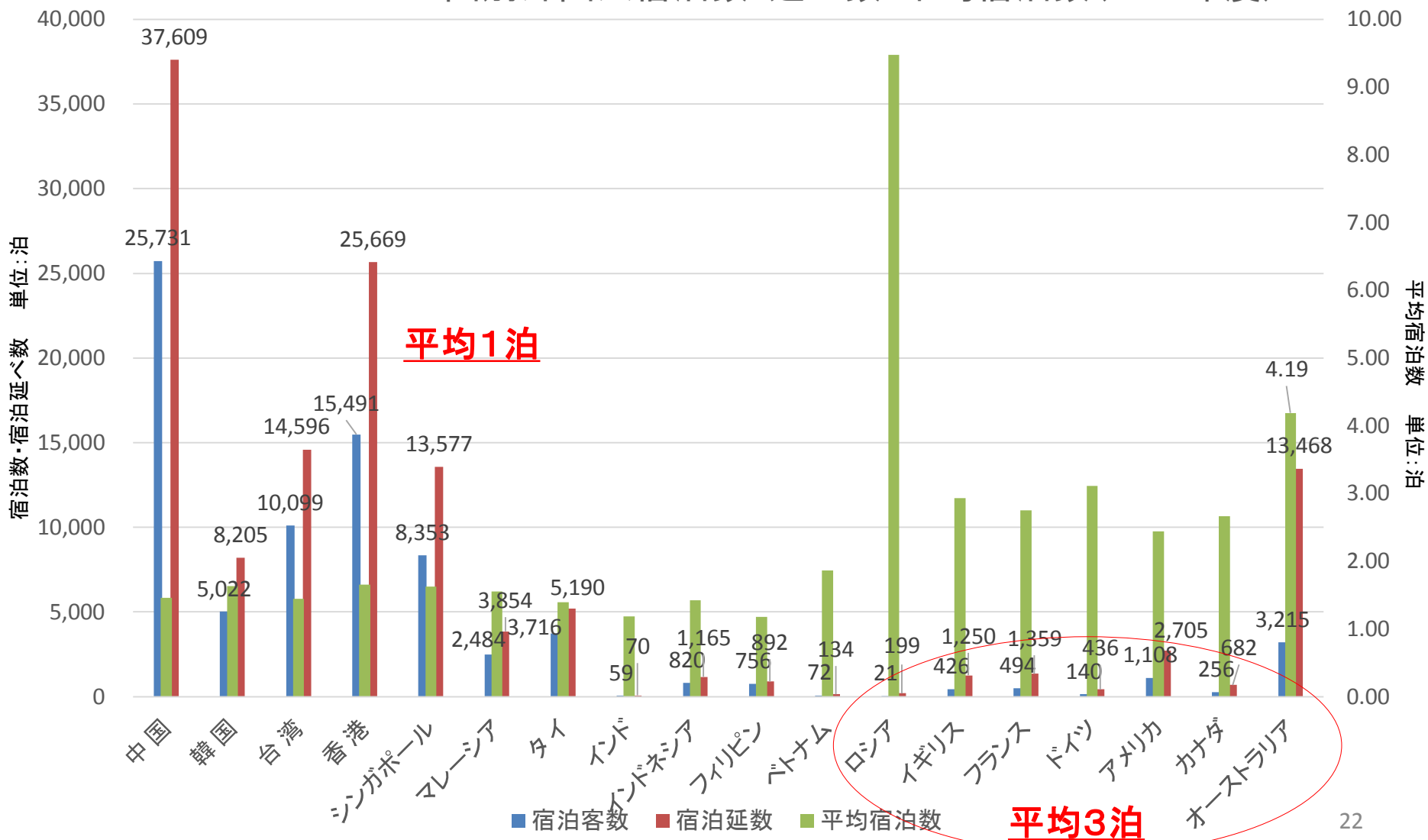
外国人宿泊数・延べ数・平均宿泊数推移
(2002～2017年度)



2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

国別外国人宿泊数・延べ数・平均宿泊数(2017年度)

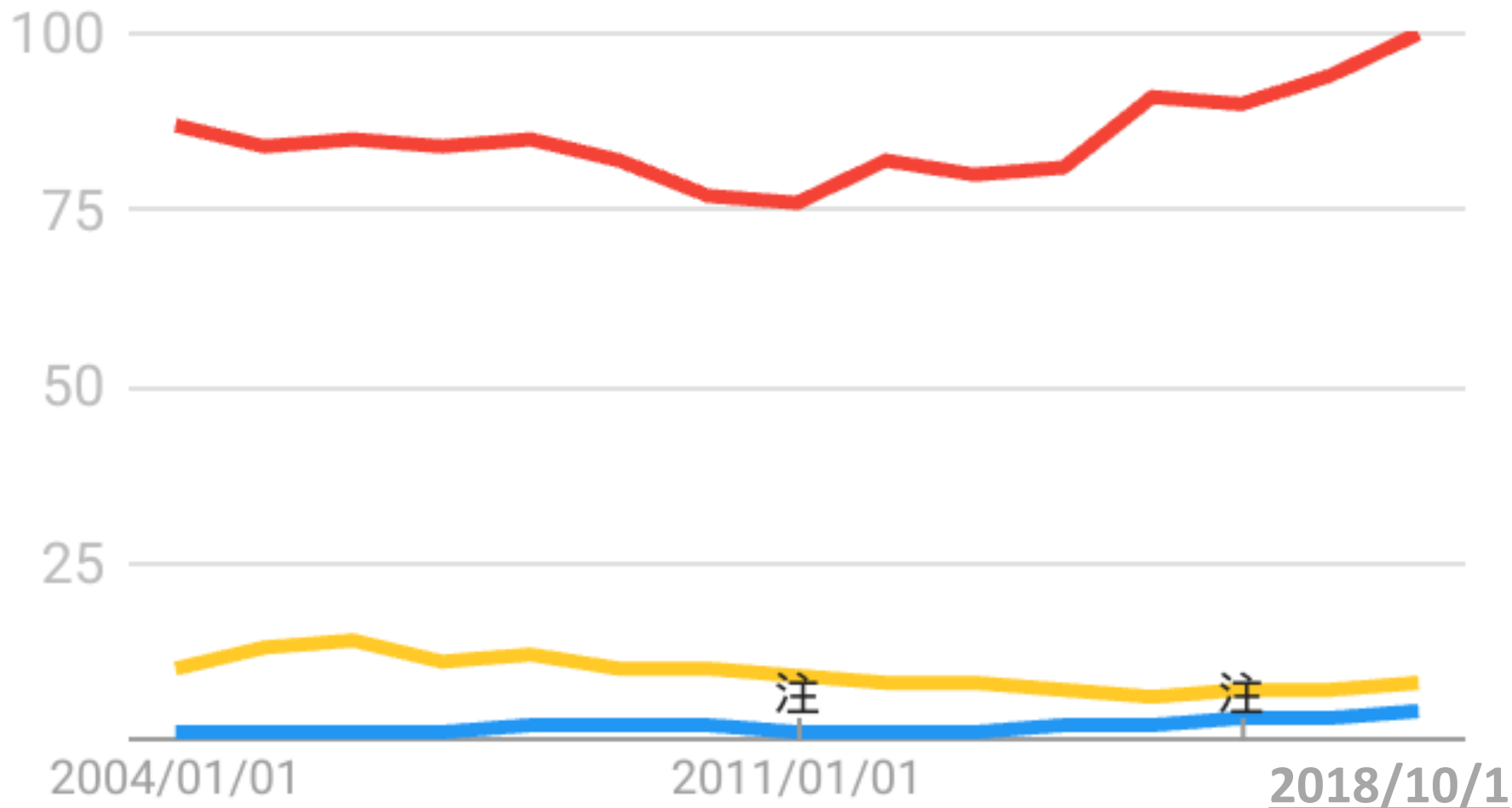


2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

Googleトレンドによる検索比較

furano/富良野/ふらの



※注は調査視点が変更

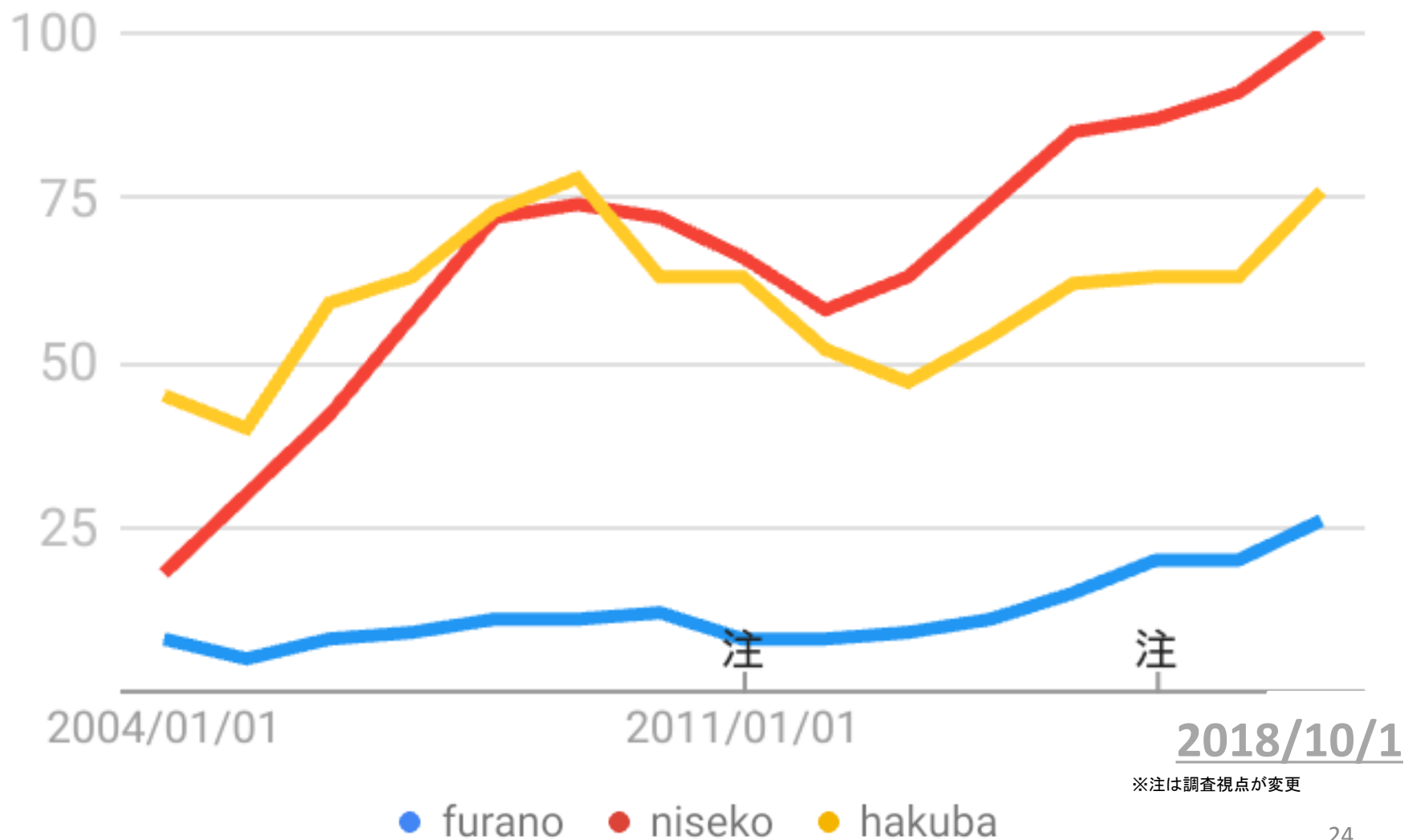
● furano ● 富良野 ● ふらの

2. 現状と課題

2-3. 富良野の現状

Googleトレンドによる検索比較

富良野/ニセコ/白馬



※注は調査視点が変更

2-4. 課題の整理

①ラベンダー・スキー以外の滞在目的の創出

- ・季節変動の解消
- ・他地域との競争力激化
- ・滞在コンテンツ不足
- ・宿泊施設の質の向上
- ・富良野らしい食の充実
- ・農業・地元産品の活用
- ・地元産品を使ったレストラン不足
- ・地元農産加工場が少ない

②少子高齢社会による人口減少

- ・労働力不足・後継者不足
- ・成長産業の選択と投資集中
- ・海外投資増加と住宅のコスト増
- ・主要顧客層であった中高年層の減少

③のんびりできる拠点確保・回遊性の強化

- ・回遊性・滞留性・拠点性の強化
- ・広域周遊（札幌圏・旭川・帯広）との連携強化
- ・JR問題含む2次交通の整備充実（根室線・富良野線の維持）
- ・高規格道路の有効活用
- ・交通拠点（ハブ）としての優位性を生かした広域拠点づくり
- ・旅行者のワンストップサービスの提供
- ・中心市街地の回遊性
- ・旭川空港民営による効率化
- ・空港＝富良野間のアクセス改善

④デジタル＝観光マーケティングの推進・強化

- ・AI・ビッグデータ・顧客データによる戦略立案
- ・富良野の強みとブランドコンセプトに基づく統合的な情報発信
- ・ターゲットを明確にした滞在プログラム開発
- ・滞在プログラムの予約販売体制の強化
- ・外国人旅行者への最適な対応
- ・外国人旅行者のデータ蓄積＋セグメントごとの情報発信
- ・デジタル人材の育成
- ・2030年は、デジタルネイティブ（1990年以降の誕生）世代が、宿泊観光（バカンス需要）の主たる市場である「子供連れ家族旅行」を本格的にスタートすることが予想される
- ・2020年代はIoTをベースにしたビッグデータ、それを基盤としたAIの進化が予想され、社会構造は大きく変化することが予想
- ・モータリゼーションが都市のカタチを変えたように、AI時代の到来はサービスデザインだけでなく、働き方や都市空間の構成やデザインを変える可能性あり
- ・富良野が強みとする農業、建設業をAI/ICTでイノベーション

⑤住んでよし訪れてよしの持続性ある受入体制の強化

- ・観光消費の地域内循環
- ・観光と連動した法定外目的税を使った地域イノベーションのしくみ
- ・DMOを核にした観光地ブランディング
- ・多様なコミュニティ育成とパートナーシップ体制
- ・生産性向上と役割分担の明確化
- ・IoTも活用した観光客の各種行動データの蓄積・分析のしくみ
- ・人手不足と子育て世代への支援のあり方
- ・農業と観光のあり方とメイドインフラノの発信
- ・環境の持続可能性の向上と成長コントロール境界線
- ・観光投資を誘導する土地利用のあり方・空間デザイン

2-4. 課題の整理

農業が生み出す食や景観を背景としたアウトドア活動を 演劇文化と重ねながら楽しむ通年型リゾート

夏期:「田園リゾート」

北海道らしい広大な自然と、豊かな農産物を生み出す
田園風景の中で過ごす、贅沢な時間



冬期:「スキーリゾート」

パウダースノーに恵まれた国際的なスキー場を有する、
リゾートタウンでの滞在



富良野の特徴

アウトドア

大自然を舞台としたグリーン期とホワイト期で異なる
多様なアウトドア活動

滞在環境

通年型リゾートとしてのポテンシャルのある都市基盤

農業・文化

多様な農畜産物と加工食品、演劇文化

自然・環境

北海道らしいスケール感と、バラエティに富んだ自然環境

2-4. 課題の整理

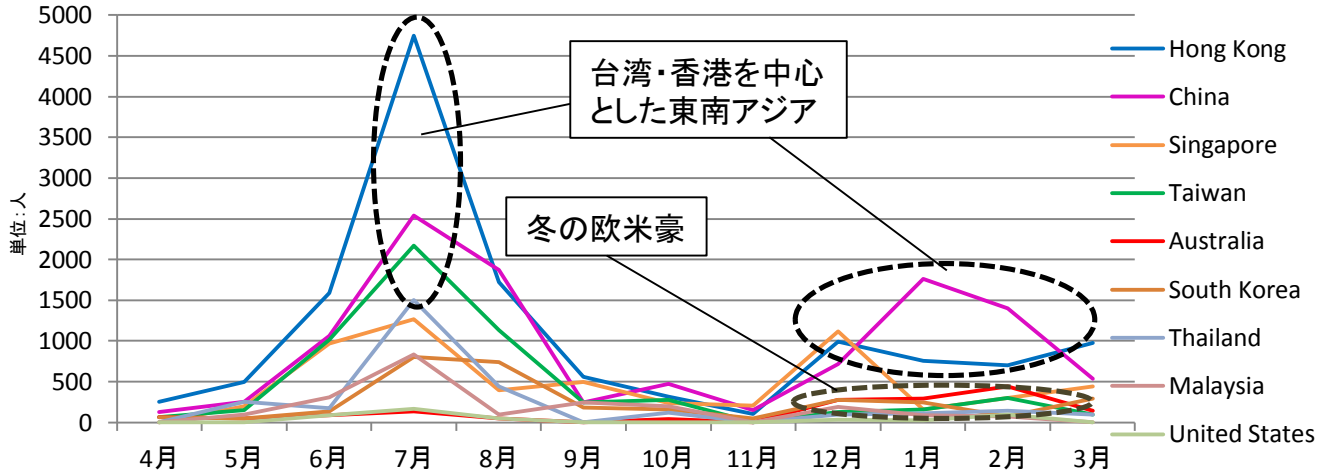
対象となるインバウンドターゲット①

- ・ ボリュームゾーンであるミドル層のやや高め(世帯年収:1000万円強)を当面のターゲットとし、ミドル層の量的確保→店舗・サービス量の増加→競争を経てリゾートとしての質を高める
 そして、中長期的には、アッパー層も取り込めるようなリゾート地を目指す
- ・ 現在訪れている台湾・香港を中心とした東南アジアと冬の欧米豪をベースに各国のマーケットにあった対策をする

【ターゲットとする層の
世帯年収イメージ】

地域	世帯年収
富良野	1000万円強
ニセコ	2000万円
米貝イル	3500万円

【2017年度の訪日外国人宿泊者数】



出典: 富良野市観光入込調査

【現状の海外観光客の客層と対策】

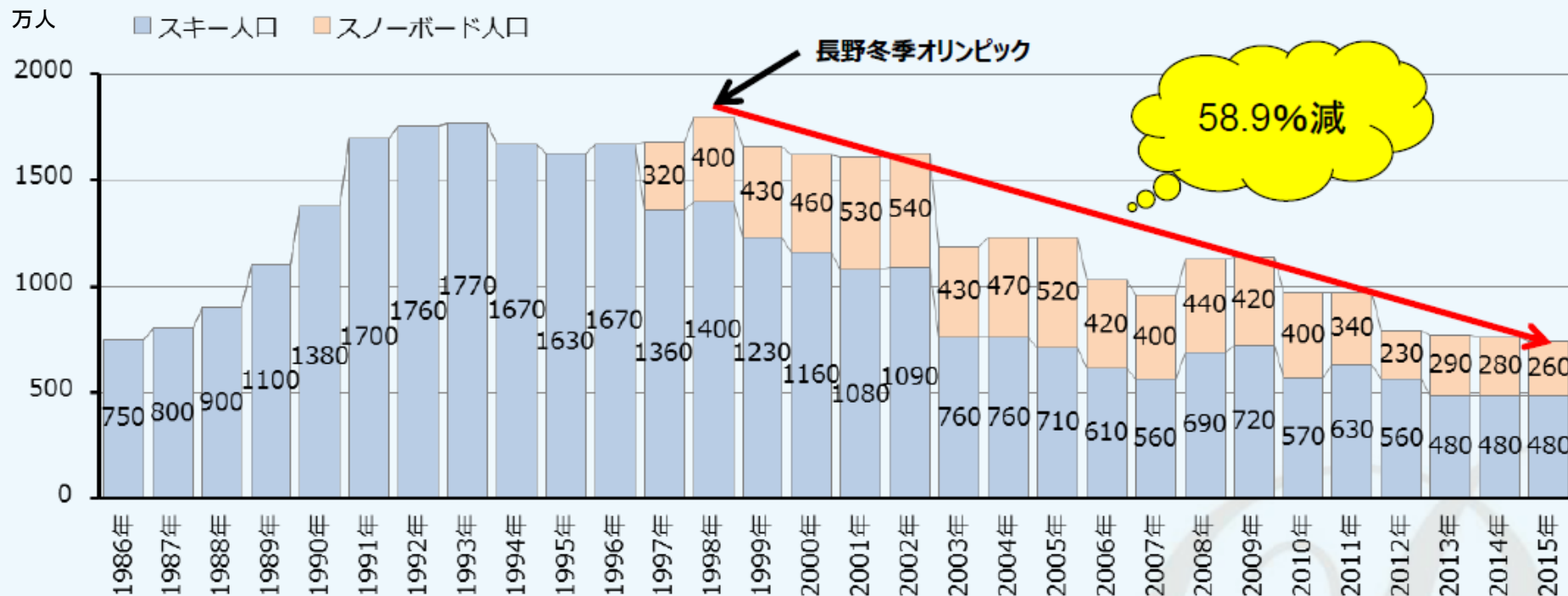
	客層	対策
海外	<ul style="list-style-type: none"> ① 台湾・香港を中心とした東南アジアは30~50歳のリピーター ② オーストラリアは家族層でスキー中心で冬 	<ul style="list-style-type: none"> ● 東アジア中心により「安心・安全」をキーワードに情報発信 ● FIT化するアジア圏を中心に現地PR とドライブ・冬の情報発信 ● 夏：花観光と日本での特別な体験。冬：体験アクティビティ PR ● オーストラリア：冬のオール北海道広域連携。 ● 香港・台湾：メディアを使った広告宣伝(ドライブ情報) ● 韓国：フィルムコミッションなど映像誘致による PR ● シンガポール・マレーシア・タイ：マーケティング・情報発信 ● 中国：都市別に戦略を変えたマーケティング

2. 現状と課題

2-4. 課題の整理

対象となるインバウンドターゲット②

国内のスキー人口推移



※出典:観光庁スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会資料

スキー・スノーボード人口は、1998年に1,800万人に達したがその後は減少傾向で推移し、2015年には740万人まで減少。

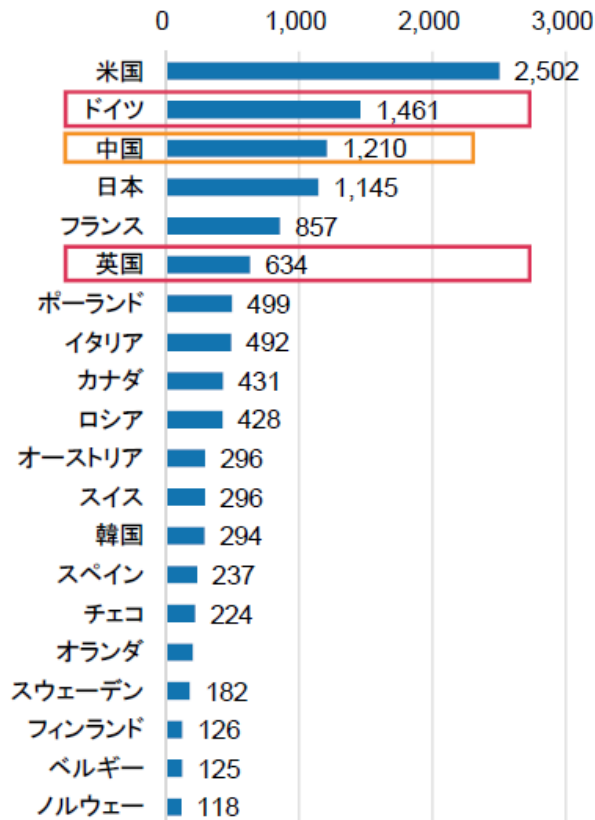
ただし、2012年からは急激な減少から下げ止まり傾向。2016年から増加傾向。

2-4. 課題の整理

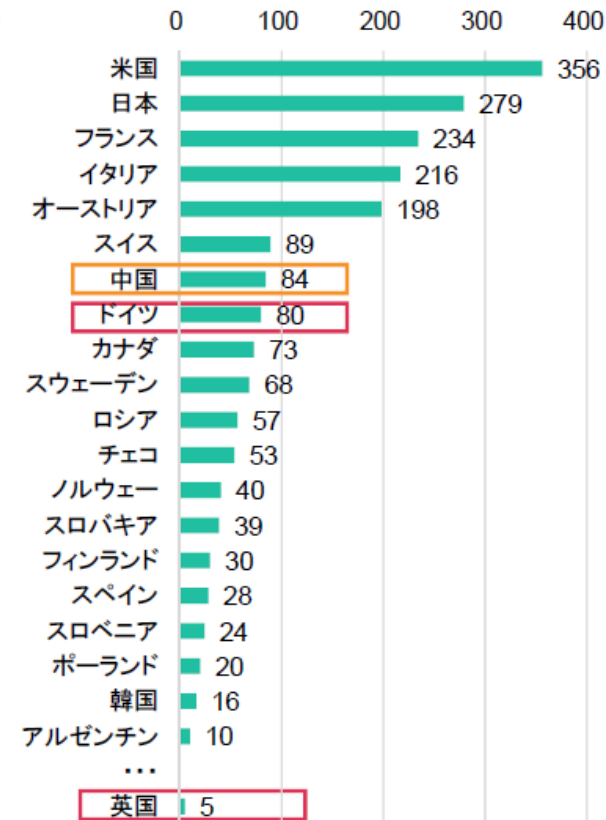
対象となるインバウンドターゲット③

- 潜在的なスキー人口を抱える上位5カ国のうち、まだ富良野に訪れていないドイツ・イギリスなどを筆頭に、2022年の冬季北京オリンピックでスキー人口の増加が見込まれる中国なども大幅に伸びる市場として注目
- また従来からのオーストラリアをベースに各国のマーケットにあった対策を行う

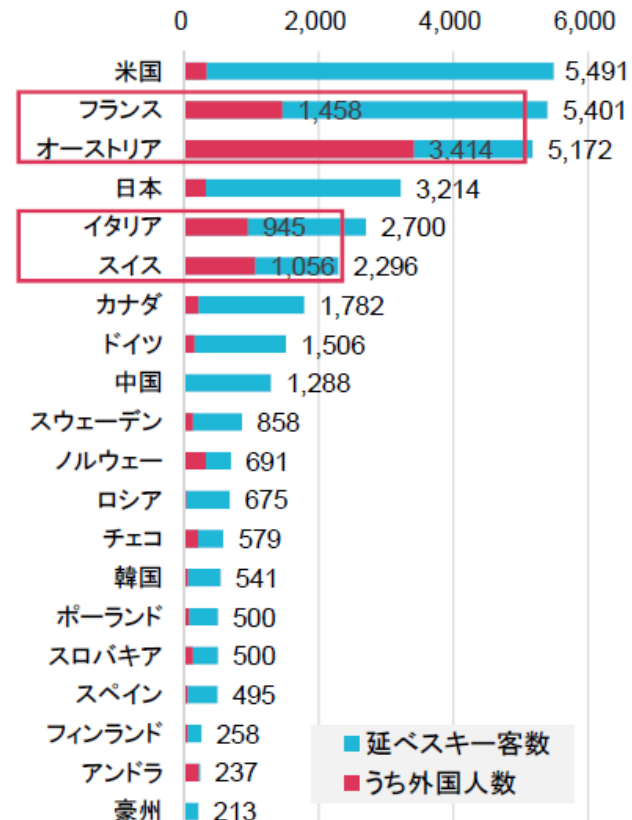
潜在的スキー人口(万人)



スキーリゾート数(リフト5基以上)



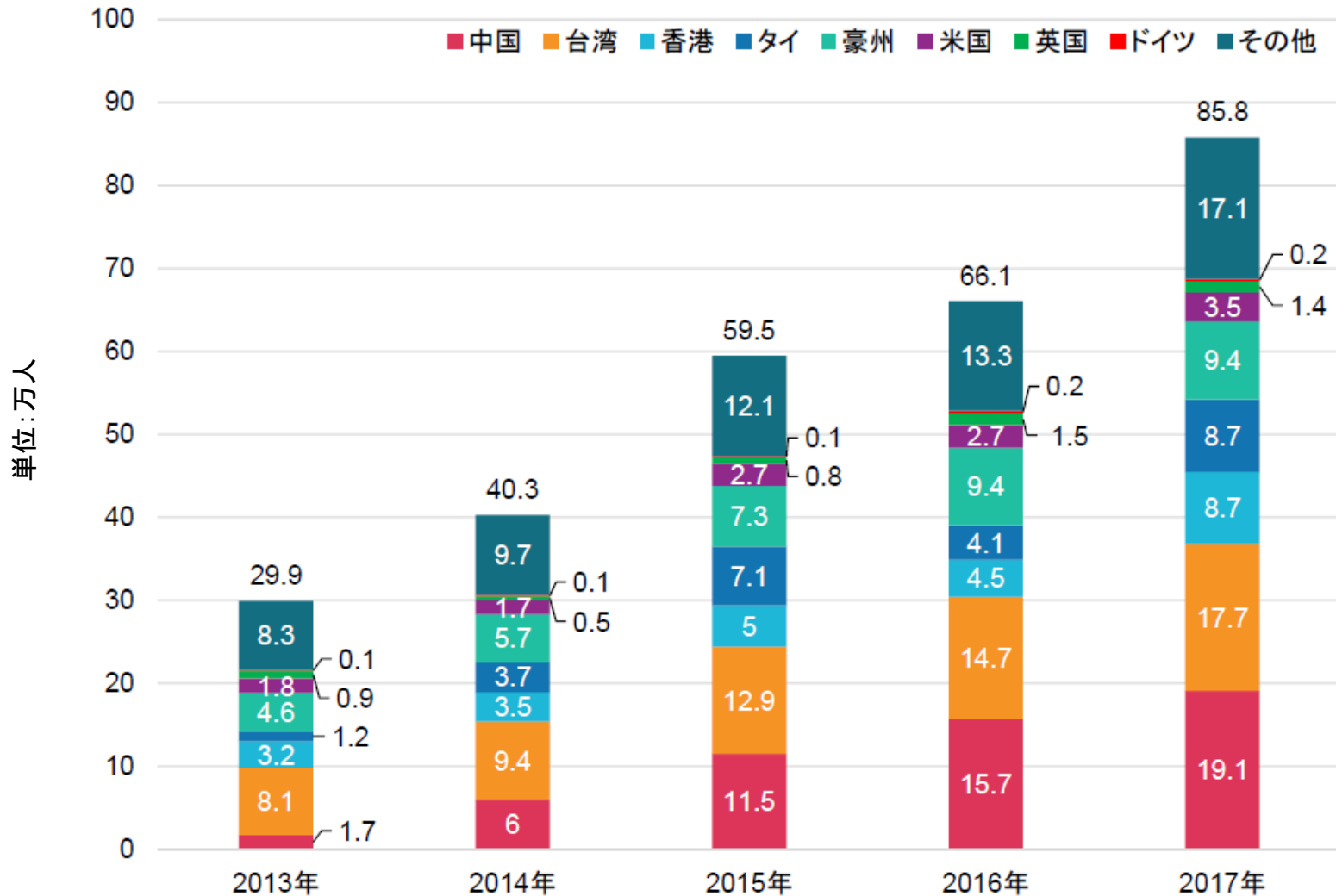
延べスキー客数(最新5か年平均、万人)



2-4. 課題の整理

対象となるインバウンドターゲット④

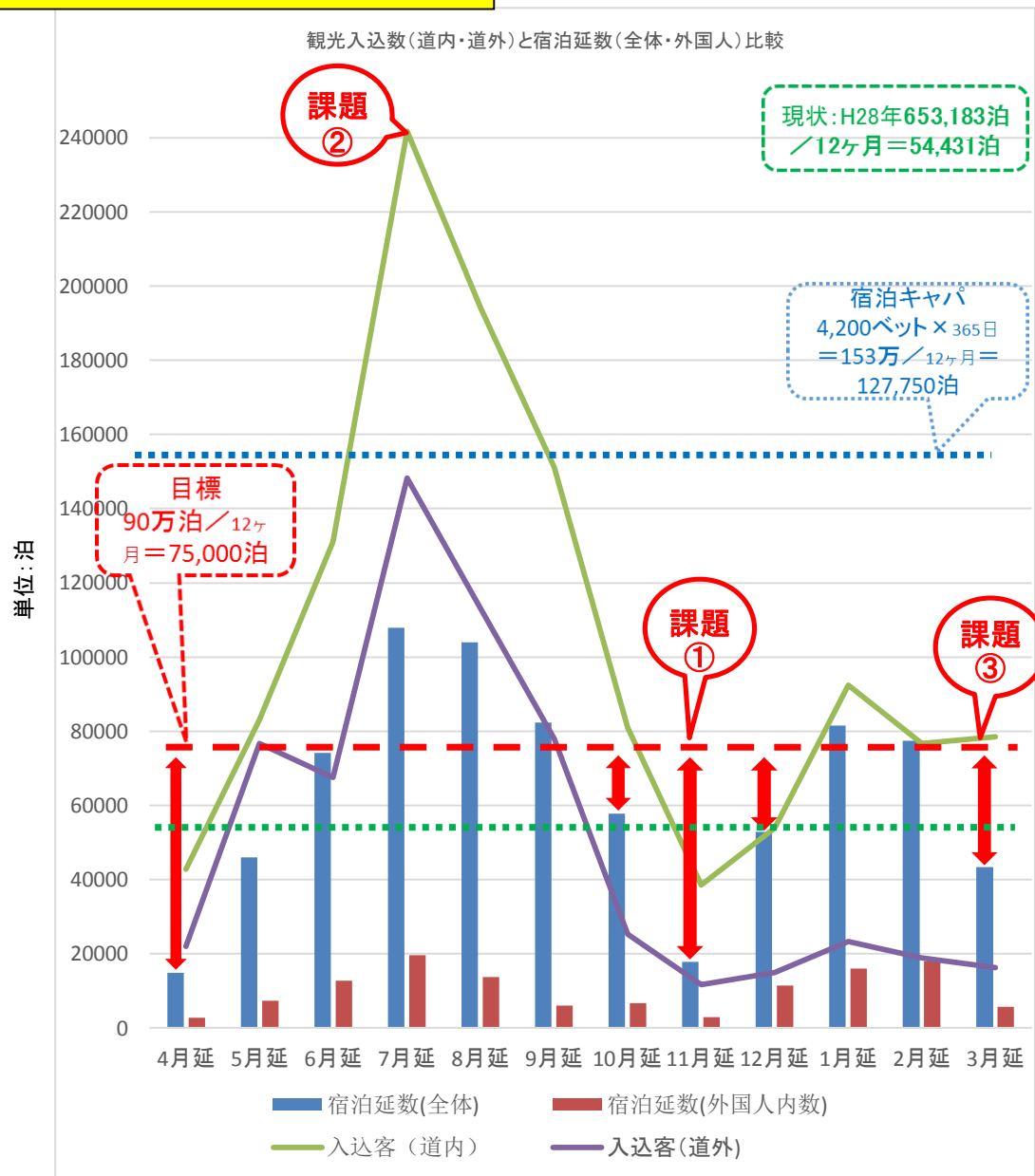
・ 訪日外国人スキー客の推移(2013～2017年)



(出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」各年版(全目的)から推定

2. 現状と課題

2-4. 課題の整理



■ 課題→方向性

課題①：宿泊延べ数の平準安定

- ・ 2016年:653,183泊うち外国人132,199泊
- ・ 目標月別:75,000泊(÷12ヶ月=54,431泊)
- ・ 通年雇用→人材(若者)の雇用安定

課題②：リピーター減(H28再来訪55%→80%)

- ・ ピーク時の消費単価が高騰:53,722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

3-1 基本目標

持続性のある受入体制の強化

オールシーズン「滞在型」の国際観光地へ



1. 快適な滞在環境をつくる

- ・移動、買い物、ニーズにあった宿泊
- ・「タウン」の魅力づくり、底上げ



2. 時間消費のメニューを増やし、質を高める

- ・グリーン期&ホワイト期のアクティビティ充実
- ・ナイトライフの充実
- ・事業開発を通じた富良野文化、ブランドの創造



3. 仲間や家族と楽しめる観光地にする

- ・様々なグレードのコンドミニウム
- ・食材の充実したスーパー、リカーショップ、BBQ環境
- ・プラザで頻繁に開催される魅力的なイベント



4. 「記憶」に残り、リピートしたくなる観光地にする

- ・サービス業全般のホスピタリティレベル向上
- ・地域の人との「交流型」メニューやプログラムの開発



3. 目指すべき方向と目標

3-1. 基本目標

オールシーズン「滞在型」の国際観光地へ

1. 快適な滞在環境をつくる

- ・移動、買い物、ニーズにあった宿泊
- ・「タウン」の魅力づくり、底上げ

2. 時間消費のメニューを増やし、質を高める

- ・夏期&冬期のアクティビティ充実
- ・ナイトライフの充実
- ・事業開発を通じた富良野文化、ブランドの創造

3. 仲間や家族と楽しめる観光地にする

- ・様々なグレードのコンドミニアム
- ・食材の充実したスーパーマーケット、リカーショップ、BBQ環境
- ・プラザで頻繁に開催される魅力的なイベント

4. 「記憶」に残り、リピートしたくなる観光地に

- ・サービス業全般のホスピタリティレベル向上
- ・地域の人との「交流型」メニューやプログラムの開発

3-2. ビジョン（目指すべき将来像）

- ①世界水準の山岳リゾート
- ②世界で最も美しく豊かな田園休暇
- ③100年後の子孫に今以上にしてお返しする持続性確保
- ④上質なライフスタイルのブランド体験

3-3. ミッション（戦略）

- ①経済波及効果の最大化と選ばれ続ける地域づくり
 - ②天候に左右されない通年平準化
 - ③地域内経済循環の促進
 - ④顧客と市民と地域の価値の最大化
- ・マーケティングに基づく地域づくり・ブランドづくり
 - ・質の重視と域内循環の促進
 - ・世界水準に対応する旅行者の受入体制

3. 目指すべき方向と目標

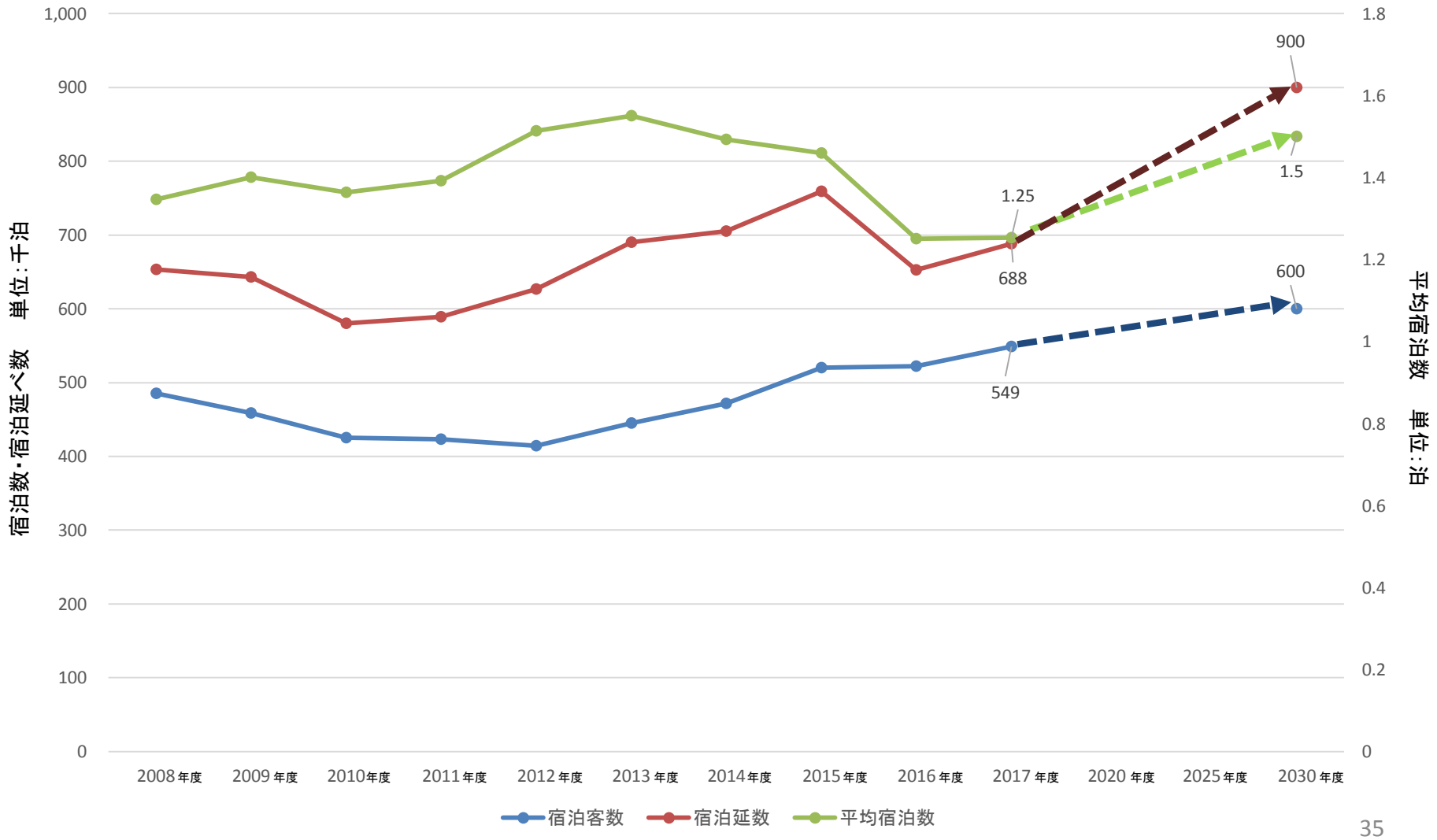
3-4. 数値目標

	2017現状	→	2030目標
<u>(1) 経済波及効果の最大化</u>			
① 観光消費額(1人当)	53,722円		80,000円
② 地元調達率	20%		50%
<u>(2) 選ばれ続けるブランド地域づくり</u>			
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%

3. 目指すべき方向と目標

3-4. 数値目標

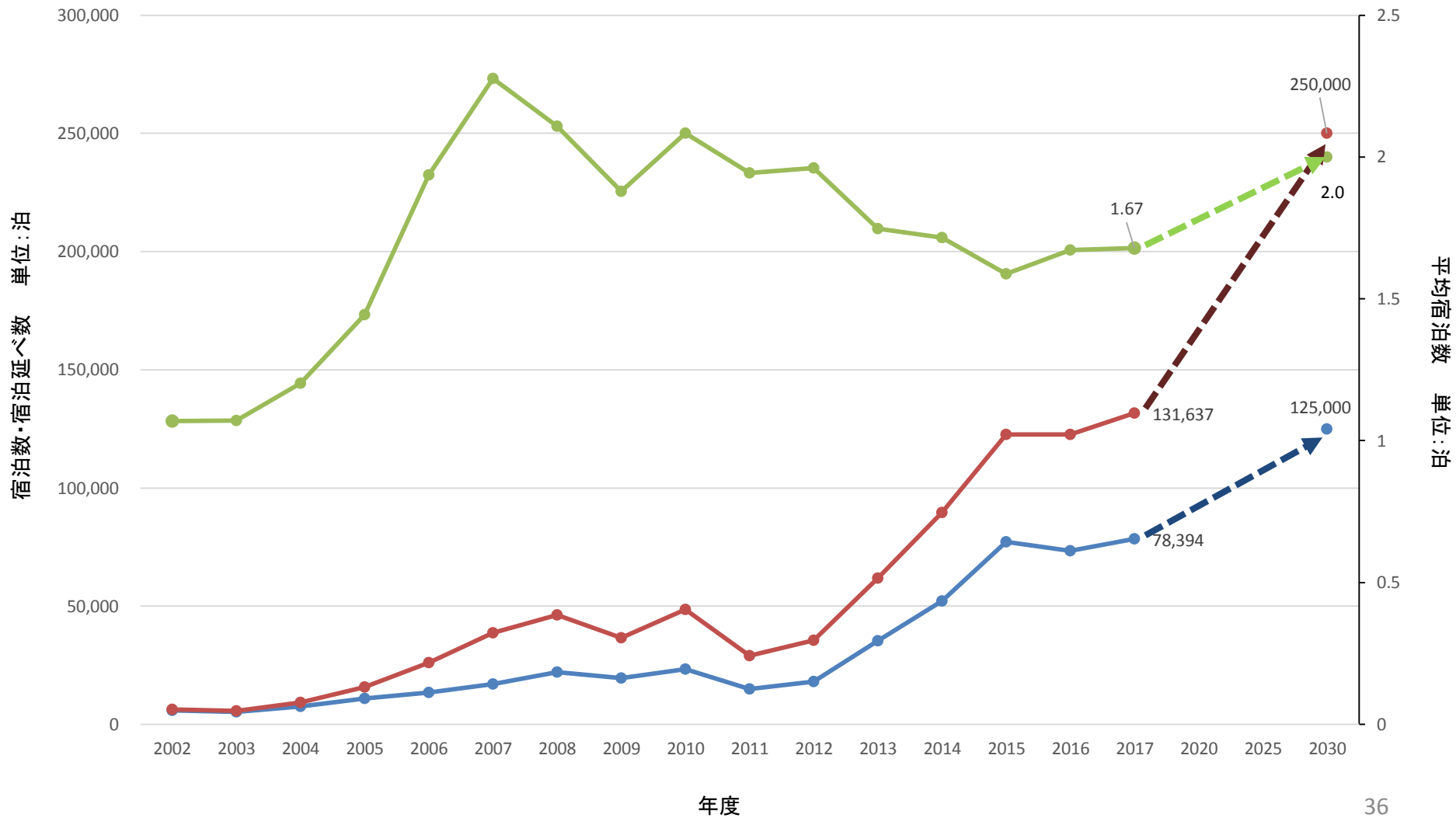
宿泊延べ数推移・2030目標



3. 目指すべき方向と目標

3-4. 数値目標

外国人宿泊延べ数推移・2030目標 ● 宿泊人数 ● 宿泊延数 ● 平均宿泊数



3. 目指すべき方向と目標

3-4. 数値目標

旅行者の行動に沿ったKPIと調査手法

※具体的数値目標は、アクションプラン策定時に設定することとする

	段階	測定基準	手法	施策
旅前	富良野への興味	ブランド	ブランド調査 (年1回のブランド研究所)	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア対応(TV/雑誌) ・ネット(SNS)での情報・動画
	情報収集	WEBサイト訪問者数	グーグルアナリティクス分析	<ul style="list-style-type: none"> ・最適なWEBサイト構築 ・デジタル広告・動画配信
		キーワード調査	グーグルトレンド分析	<ul style="list-style-type: none"> ・ライバル比較
	計画・予約	予約傾向調査	航空・ホテル・バスの予約データ調査	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社セールス ・WEBサイトでのコンバージョン率向上
旅中	富良野 (目的地)	施設ごとの訪問者数&支出額調査	施設聞き取り	地元調達率
		宿泊数・延べ数	ホテル聞き取り	稼働率の通年平均化インバウンド
		満足度調査(総合・ロコミ・リピーター)	ホテル留め置き・ネットアンケート	<ul style="list-style-type: none"> ・ツアーガイド育成 ・モバイルサイト対応
旅後	シェア	SNS分析	SNS各アナリティクス分析 ポジ・ネガ分析	<ul style="list-style-type: none"> ・WEBサイトとの連携
	※市民	住民理解度	聞き取り(無作為抽出)	

4. 4つの視点と中長期的に取り組むこと

4-1. 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わかりやすく伝える
- (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

4. 4つの視点と中長期的に取り組むコト

4-2. 2030年までに中長期的に取り組むコト

(1) 富良野の魅力を極める

- ① 魅力ある公共施設を、世界に開放
 - ・東京大学演習林の公開機会の拡大
 - ・文化財を保全優先から、旅行者目線での理解促進、活用
 - ・文化財・自然環境・公共施設をわかりやすい多言語解説など集中的に支援強化
- ② 大雪山国立公園・芦別岳道立自然公園を世界水準のナショナルパークへ
 - ・ガイドの育成・ルート整備、民間の力を活用した体験活用空間へ
- ③ 「景観計画」による100年後の子孫に残す美しい町並みへ
 - ・2020年めどに策定予定される景観計画を軸に美しい景観地区へ

(2) 観光産業をイノベーションし、国際競争力を高め基幹産業へ

- ④ 規制緩和による生産性を見直し
 - ・民泊ルールの農泊活用・宿泊業・サービス業の生産性向上に向けた側面支援体制の整備
- ⑤ 新市場開拓と長期滞在と消費拡大の同時実現
 - ・欧米・豪州・富裕層をターゲットにプロモーション
 - ・国際会議・MICE誘致・開催支援の抜本改善(新庁舎とコンベンション)
- ⑥ 観光地経営の視点で再生・活性化
 - ・DMO・DMCを核とする観光まちづくり

(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

- ⑦ 2030年代のデジタルネイティブ世代の家族旅行をテーマに、IoT、ビッグデータ、AIといった情報処理技術を活用し、富良野のホスピタリティ産業の生産性と顧客ロイヤリティを向上させ、ブランディングを進めるために「スマートウェルネスリゾート」構想として検討する
 - ・具体的には、2030年代世代の快適なバカンスを成立させる(演出)する取組を検討
 - ・デジタルネイティブ世代の思考法、価値観の整理
 - ・そのバカンスを実現するための空間デザイン・各種ホスピタリティの整理

(4) ストレスフリーな快適環境と持続可能な地域づくり

- ⑧ ストレスフリーな通信・交通利用とキャッシュレス環境の支援
- ⑨ 2次交通の充実に向けた法定外目的税導入に向けた調査
- ⑩ 旭川・千歳空港と富良野を結ぶ2次交通整備・利便性向上

5.5つの戦略

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

- ・富良野で叶える366のコト=furano366

2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備

- ・異日常的な空間づくり・安心安全なユニバーサルデザイン
- ・国際観光の推進
- ・中心市街地における空間設計

3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

- ・生産性の向上・広域観光の拠点化
- ・戦略的なプロモーションと投資を呼び込むリゾートビジネス
- ・IOT/AIによるスマートウェルネスリゾートの展開
- ・ブランド形成に資する象徴的なイベント誘致・コンベンション誘致

※スマートウェルネスリゾートとは
賢く健(幸)で快適なりゾートの造語

4. 持続性を確保するしくみ

- ・環境の持続性
- ・持続財源の検討

5. 住民生活の質を高める環境づくり

- ・DMO・グローバル人材づくり・関係人口の拡大に向けた住環境整備

5. 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

- 1. 滞在目的となりえるライフスタイルの創出** → 農業が産み出す食や景観を背景としたアウトドア活動を演劇文化と重ねながら楽しむ通年型リゾート
- 1 「記憶」に残り、リピートしたくなる経験の創出
 - 2 地域ならではの食の創出やナイトライフの充実
 - 3 仲間や家族と楽しめる様々なグレードの宿泊施設群
 - 4 食材の充実したスーパー、ワイン・地酒の充実したリカーショップ、BBQ環境
 - 5 市内各地で頻繁に開催される魅力的なイベント
 - 6 サービス業全般のホスピタリティレベルの向上
 - 7 地域の人との「交流型」メニューや多様な地域資源を活用したコンテンツの開発
 - 8 東大演習林・原始が原の保護と活用とエリアごとの地域振興とコンテンツ掘り起こし

- 北の峰・山頂周辺の再開発・東大演習林・原始が原の限定的開放
- メイドインフラプロジェクトの発展拡充
- 質・ホスピタリティの向上への品質保証認証の導入・投資の側面支援
- メイドインフラプロジェクトの発展拡充・公園の規制緩和
- イベントの復活支援・閑散期イベントへの積極的支援
- 演劇教育をフックとした観光教育事業・通訳ガイドの育成
- スノーエリア・東大演習林の拡充整備に係る国有地・民地利用の調整
- アクティビティ事業に関連する許認可整理と規制緩和

2. 快適かつ安心できる賑わいと受入環境の整備

- 2. 心地よさと賑わいをもたらす空間デザインの創出** → 景観計画・都市計画マスタープランとの整合性とくつろげる空間設計と賑わいづくり
- 9 賑わいとリラックスできるマグネットエリア(集積空間)の配置
 - 10 利便性の高い2次交通網と歩道・車の適切な分離を含む交通導線
 - 11 魅力的な宿泊・居住エリアへの取組支援・富裕層およびVIP向けの空間創出
 - 12 災害・防犯システム・サービス品質などの安全性確保と緊急医療体制の充実

- 中心市街地・北の峰における歩行者空間活用に向けた規制緩和整備
- 北の峰～市街地を結ぶ2次交通の強化・北の峰エリアでの自動運転
- 北の峰エリアのスキーイン歩道・メインストリートの整備
- AI活用とインターン・ワーホリ活用・人材育成による通訳体制の整備

3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

- 3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積** → MADE IN FURANOの取組拡大×ウェルネスツーリズムへの対応
- 13 富良野でのライフスタイル・象徴的な経験を演出するサービス施設の集積
 - 14 国際ブランド・不動産投資と連携したリゾートエリアの展開
 - 15 生産性の向上に資するクラスター形成
 - 16 IoTおよびAIによるスマートウェルネスリゾートの展開
 - 17 ブランド形成に資する象徴的なMICEの実施
 - 18 旅(買い物)を幸せにするストーリーと演出の追求

- 北の峰・中心市街地・コンベンション機能充実によるホスピタリティ演出
- 北の峰エリアの空間形成
- ICカード付リフト券の導入・サービス提供範囲の拡大
- スマートリゾートの核となる情報インフラの整備
- アフターMICE・閑散期への会議誘致
- 街は劇場、旅にストーリーを。演劇的手法で旅の演出

4. 持続性を確保するしくみ

- 4. 持続性を確保するしくみ** → サステナビリティツーリズム(SDGSへの対応)の取組拡大と持続財源(宿泊税)の確保(+ふるさと納税×MADE IN FURANO)
- 19 観光と連動した法定外目的税を使った地域イノベーションのしくみ
 - 20 DMOを核とした戦略的なマーケティングに基づく観光地ブランディング
 - 21 環境・景観保全と持続可能性のルールづくり
 - 22 IoTも活用した顧客の本音・行動に耳を傾けるデータ蓄積・分析のしくみ
 - 23 タイミングを逃さないリアルタイムでの対応とマーケティング活用のパッケージ化

- 宿泊税導入に関する道庁との調整
- 観光まちづくり戦略会議のコンサル機能強化
- 滞在者や近隣市町村を含めたゴミ14分別の周知・徹底・再活用
- ICTを用いた観光動態のデータ活用と発信の仕組み構築
- 旅前・旅中・旅後をサポートするアプリ等の提供

5. 住民生活の質を高める環境づくり

- 5. 住民生活の質を高める環境づくり** → 関係人口創出×住民意識調査×健康都市との連動
- 24 観光サービスやアクティビティを住民が楽しめるしくみ
 - 25 生産性の高い就業先と専門性の高いスキルを習得できる人材育成
 - 26 不規則な就労を支援する保育・福祉環境の整備
 - 27 高質かつ低価格な住環境整備
 - 28 サービス経済(観光による経済波及効果)の啓発・理解促進
 - 29 行事・祭事・住民を巻き込んだコンテンツの見直し
 - 30 公共空間・共同空間の整備・再活用
 - 31 農業・身近な自然・ものづくりの現場など保護と活用
 - 32 顧客と地域をつなぐコミュニティの創出・支援

- 宿泊施設・飲食店の更新・開業支援・新規出店の高質化
- 観光アカデミーでのカリキュラム増
- 家族向けの全天候型遊び場の設置・リゾート用の夜間保育所設置
- 市営住宅のレジデンスゾーンへの改修・従業員宿舎・駐車場の整備
- 住民意識調査+マーケティング活用(2030年ミレニアム世代に向けて)
- イベント・祭りの復活支援・旅行者への開放促進
- トレイル・サイクルロードの整備
- 農業ボランティア・登山道整備ボランティア旅・担い手のいない商店保護
- 通り会・商店街・コミュニティの育成支援

5-1. 富良野らしいライフスタイルの創出

1. 滞在目的となりえる富良野らしいライフスタイルの創出

→ 農業が産み出す食や景観を背景としてアウトドアと演劇文化を重ねながら楽しむ通年型リゾートへ

#1. 「記憶」に残り、リピートしたくなる経験の創出

#2. 地域ならではの食の創出やナイトライフの充実

#3. 仲間や家族と楽しめる様々なグレードの宿泊施設群

#4. 食材の充実したスーパーマーケット、ワイン・地酒の充実したリカーショップ、BBQ環境

#5. 市内各地で頻繁に開催される魅力的なイベント

#6. サービス業全般のホスピタリティレベルの向上

#7. 地域の人との「交流型」メニューや多様な地域資源を活用したコンテンツの開発

#8. 東大演習林・原始が原の保護と活用とエリアごとの地域振興とコンテンツ掘り起こし

5. 5つの戦略(重点項目)

5-1. ライフスタイルの創出

#1. 記憶に残り、リピートしたくなる経験の創出

ふらので叶えたい366のコト=furano366

月日	1月	2月	3月	4月	5月	6月
1	元旦 お雑煮を食べてあけましておめでとう、という	犬ぞりで麓郷を走る	バターを作って食べる	エイプリルフールに小さなうそをつく	すずらの群生を観に行く	庭造りを学ぶ
2	初夢 富良野神社に初詣	ハンターと鹿を狩りにいく	北の国からロケセットの雪下ろしをボランティアする	ふらの大地と牛をお腹いっぱい食べる	スイーツをお腹いっぱい食べる	路地の日 いつも歩かない路地を歩く
3	書初め ひらがな漢字で一年の目標を	フナノの豆で節分を	ひな祭りを祝う	レトロな建築を巡る	富良野で馬に乗る	ミルクの日にふらの牛乳を飲む
4	スノーモービルで富良野盆地を旅する	恵方巻きを食べる	犬の散歩をさせたい	富良野のマンホールを撮りたい	線路(陸橋)から線路を眺める	虫の日 春の虫を探して
5	小寒 白鳥が列を組んで渡っていく姿を見つめる	立春に4月からの366リストを作り直す	ふらっとでダンスプログラムに参加する	へそ歡樂街で打ちあがる	子供の日に家族で写真を撮る	パンをお腹いっぱい食べる
6	出初式 消防の出初式を観に行く	スノーチューブする	富良野スキー大会にエントリーする	満月・三日月を撮る	一本桜を観に行く	稽古事の日 6歳のこの日に稽古を始める
7	七草がゆ をいただく	雪の結晶を探す	フットサルチームに入ってフットサルリーグに参加する	鳥沼公園で水鳥を見る	鳥沼公園でボートに乗る	路地裏で迷子になる
8	どんど焼き 正月飾りを焼きに富良野神社に	シバレガラスを作る	工場直営をはしごする	お花まつり(お釈迦様の生まれた日)にお寺に行ってみる	イトウを釣ってみたい	ツリークライミングする
9	スノーカイトで遊ぶ	肉の日に焼肉をはしごする	ワインにあうおつまみを探す	春よこいの木を見る	アイスクリームの日にアイスクリームを食べまくる	樹海野菜工房しずくのスムージーを極める
10	プリンを巡る	麓郷クロスカントリースキー大会に参加する	イルミネーションを堪能する	スパで綺麗になる	愛鳥週間の日、ひばりやムクドリを探しに行く	時の記念日 森の時刻でゆっくり進む
11	鏡開き お餅をわって食べる	建国記念日 干支供養の日	まきストーブのあるカフェでくつろぐ	ログハウスづくりを学ぶ	鳥沼公園のミズバショウの群生を見る	傘の日 素敵な傘と長靴を履いて水溜りに入る
12	真冬に手持ち火花をする	高校生のお茶会に参加する	鳥沼で白鳥を見る	パンの日にパンを食べまくる	鳥沼公園でオオバナノエンレイソウを見る	恋人の日に 中心標で愛を叫ぶ
13	パウダースノーを滑りまくる	樹氷を撮る	サンドイッチの日にサンドイッチを食べまくる	富良野にある神社を全部まわる	山部の棚田を撮る	ノロコ号に乗る
14	マルシェのニューイヤークンサートを聴きに行く	バレンタインにチョコレートケーキを探す	ホワイトデーの焼き菓子を探す	芦別岳の雪渓をみたい	子供を朝日に丘公園で遊ばせる	山部長ネギを焼いて食べる
15	小正月 あずきかゆを作って食べる	越冬にんじんを掘り起こす	デザイン家具で遊ぶ	いちごに囲まれる	桜祭りで花見をする	着物を着て、富良野神社にお参りする
16	ディープなへそ歡樂街を旅する	ハイランドの貸切浴場で贅沢する	アンパンマンショップでアンパン作りがしたい	白樺からメープルシロップをとってパンケーキにかける	旅の日に地元の路線バスにのって旅をする	和菓子の日に和菓子のおやつを作って食べる
17	雪だるまを作る	マルシェのフリーマーケットでリサイクルを探す	ラクレットチーズを食べる	コンシェルジュフナノでピアノを弾く	ロードバイクのトレーニングする	なまこ山の88箇所を巡る
18	ジビエを食べる	樹海の森の小さな音楽会に参加する	山部の地酒を食す会に参加する	オムカレーを食べ比べる	野菜づくりを学ぶ	十勝岳連峰を見る
19	ダイヤモンドダストに出会う	圧雪車に乗る	カフェでコーヒーを挽き	北海道の中心(へそ)で愛を叫ぶ	写真のモデルになる	初夏の原始が原をトレッキングする
20	二十日正月 お正月の終わりに余った材料でお鍋	風紋をみる	かまくらを作る	バーを制覇する	写真の撮り方を学ぶ	父の日に革製品を選ぶ
21	大寒にラベンダーティーで温まる	真冬に熱気球で富良野盆地を移動する	融雪剤アートをつくる	ハンドクラフトの店を巡る	たんぼに映る十勝岳に出会う	夏至の日(いちばん昼が長い日)に日光浴する
22	カレーの日にカレーを食べる	猫の日 猫を可愛がる	メイドインフナノをプリントしたい	富良野で自分だけの革製品を作る	たんぼぼ畑で寝転ぶ	牧草ベッドで寝そべる
23	なまこ山でクロスカントリースキー	冬の星座を覚える	カレー屋さんでルールルルーっていう	本の日に図書館に行ってみる	芝桜を探す	山開きに富良野岳に登る
24	マイナス20℃の日にラフティングで空知川を下る	知らない外国人(旅行者)と仲良くなる	個人経営の小さなお店を巡る	ミシュランガイドを巡る	葉の花の絨毯がみたい	ロゲイニングに参加する
25	北の峰山頂でナイトウォッチ	アイスキャンドルを作る	セイコーマートに行く	富良野のアイヌを調べる	キガラの絨毯がみたい	山ごはんを学ぶ
26	アイスワインのぶどうを収穫お手伝い	オリジナルのアロマを作る	お気に入りのカフェで読書する	ラジオふらのに出演する	山菜を探して、てんぷらにする	露天風呂の日に露天風呂巡りをする
27	ナイトウォッチで、人工衛星を探す	ぶどうのエッセンシャルオイル作り	ログハウス・コテージに泊まる	北国の建築を学ぶ	母の日にマルシェで花束を選ぶ	ルピナスに埋もれたい
28	六花亭の美術館を貸し切る	氷の川を下る	健康になるために歩き始める	山川草木を育てる植樹会に参加する	麓郷展望台で星空を見上げる	フナノアースライドに参加する
29	ふらの歡樂村のアイスドームでアイスビールを飲む	雪原に寝転ぶ	ソーセージを食べ比べる	みどりの日に春の訪れを探しに	気分があがるウェアで走る	蕎麦の白い花畑をみる
30	地元料理を学ぶ		ラーメン巡りをする	清水山でエゾエンゴサクを撮る	アスパラを収穫し、アスパラ三昧する	飛んでいけそうな真っ直ぐな道を探す
31	冬の造形美を探してインスタに		北の国からロケ地を全て巡る		富良野の郷土史を知る	

5. 5つの戦略(重点項目)

5-1. ライフスタイルの創出

#1. ふらので叶えたい366のコト: furano366

20180911

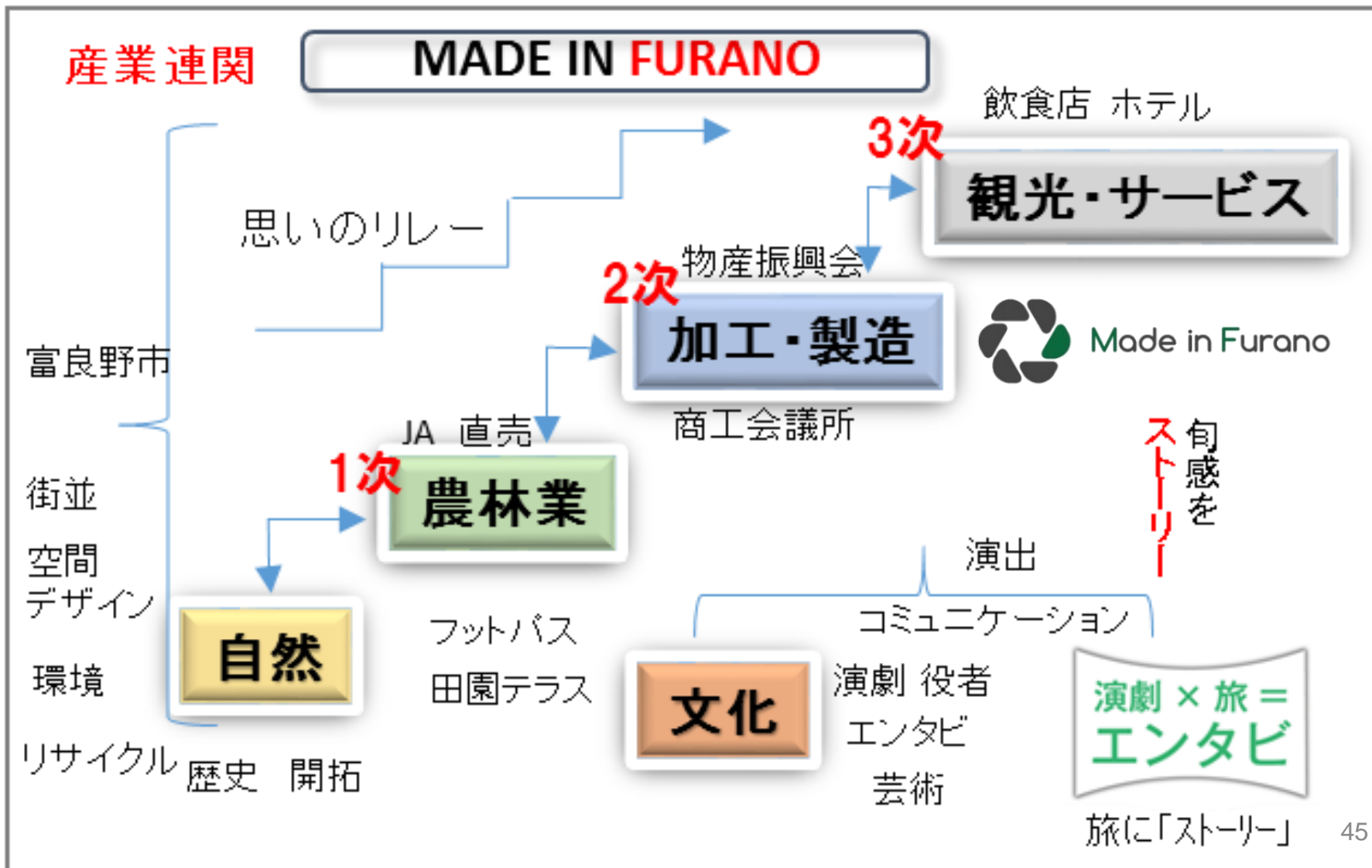
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	芦別岳と頂上の花畑を見る	原始が原の沢コースでキャニオニングする	ワインぶどう祭りでぶどうを踏む	一日農業体験する	ぶどう畑でワインを飲む	倉本聰氏の作品に出会う
2	芦別岳の旧道(ユフレ小屋)に泊まる	MTBで富良野スキー場をダウンヒルする	東大演習林の湧水でコーヒーを飲む	バイクで富良野をツーリングする	倉本聡の講演に行く	富良野に少し住んでみる
3	E-BIKEでスキー場の頂上まで登る	はちみつの日 はちみつトーストを食べる	北の峰頂上でグランピングする	じゃがいもを収穫し、ポテトチップスを作る	チーズフォンデュを食べる	ノマドする
4	夏にラフティングで空知川を下る	くわがた虫を探しに行く	自分でパンを焼いて食べる	雪虫を探す	富良野の弥栄太鼓を叩く	夜景を楽しむ
5	ミヤマクワガタを捕まえる	ゆうふれ音楽祭に参加する	東山の知られざるフットパスを歩く	樹海駅伝にチームで参加する	いい卵の日に桜卵を食べる	ぶどう・メロンのジャンプ・化粧品を作る
6	七夕に地元商店街を巡ってお菓子をもらう	稀少な蝶を探す	完熟ミニトマトのジュースを飲む	原始の泉を汲みにいきご飯を炊く	富良野でちょっと働く	キャンピングカーで旅する
7	ラベンダー畑でモーニングヨガで瞑想する	メロンを食べ放題する	新米と桜卵で卵かけご飯を食べる	鳥沼の風穴を覗きに行く	富良野でボランティアする	へそ神社でおみくじを引く
8	東山ふるさと祭りに参加する	とうきびを収穫して、その場で食べる	パークゴルフ三昧をする	ツリーアドベンチャーで遊ぶ	富良野の味噌など発酵食を堪能する	真冬に松浦武二郎の道を辿る
9	アライグマを探す	豆におを積む	ピクニックする	黄葉を撮る	オーガニックなモノに出会う	MTBで真冬のスキー場をファットバイクで下る
10	テンを探す	フラノピアモールに参加する	きのこを探して、てんぷらにする	富良野で芝居を観る	ファーマーズギフトショーに参加する	スノーラフティングする
11	モモンガを探す	TWILIGHTに参加する	へそ散策街ではしご酒する	夜のライトアップされた紅葉を楽しむ	新酒解禁日にふらのワインの新酒で乾杯	幻のエゾアムリンを食べに行く
12	山部ふれあい祭りに参加する	ふらの花火大会でボランティアする	ふくろうを見つける	富良野で芝居を見る	秋の虹を撮りに行く	自然の植物で草木染のマイ手ぬぐいを作る
13	山部・御料スイカを食べまくる	山部のさくらんぼを摘みに行く	ラベンダー染めをしたい	ぶどう畑で自分だけのぶどうを栽培しワインを作る	ジャグジーでワインを飲む	早起きして霜柱をさくさく踏む
14	全ソフトクリームを食べつくす	オリジナルのアロマ虫除けスプレーを作る	風のガーデンでお気に入りの花を探す	ぶどうのドライフルーツを作る	焚き火バーをする	かまくらでBBQする
15	いかに下りに参加する	美しい庭ガーデンを巡る	十五夜に麓郷展望台で月見する	ローカル列車に乗ってぶらり旅	富良野の4種類チーズでピザを作る	チェンソーワークを学ぶ
16	ふらのゴルフ場でゴルフ三昧	ラベンダーティでガーデンセラピー	敬老の日へへそ神社で先祖にお礼をいう	ビートを収穫してみる	野菜スープを飲みたい	ドライフラワー(ポプリ)を作りたい
17	夏に山部でヘイケボタルを探す	シマリスを探す	ぶどうを摘む	イチヨウ並木の絨毯を歩く	倉本聰氏的な詩作り	ニングルテラスで結婚式をみる(する)
18	清水山でアジサイを観る	鳥沼公園でカプトムシを探す	マジックアワーを撮る	ニジマスを食べ	ワインにあうおつまみ探し	スイカ峠をクロスカントリースキーで走る
19	富良野岳で花畑を見る	神社祭りでスマートボール	オープンカーで走る	自分でハスカップジャムを作る	ふらの未来農業エキスポ・ファーマーズギフトショーに参加する	かぼちゃだんごをつくる
20	富良野でキャンプ	山部盆踊りに仮装で参加する	空の日 マジックアワーを撮る	きつねを探す	写真家の撮影スポットを巡る	富良野の大豆で豆腐をつくる
21	原始が原で7つの滝を巡る	ひまわり畑のカフェでくつろぐ	富良野の新蕎麦でそば打ち	空知川をカヌーで下る	蝦夷鹿を探す	川霧を撮る
22	ハンモックに揺られる	くまげらを探す	ラベンダーのパーバリウムを作る	カメラマンと写真ツアーにでる	路地裏を撮る	ワインボールを巡る
23	ふみの日 大切な人に手紙を買い出す	ふわふわのカキ氷を食べる	じゃがいもを食べ比べる	かぼちゃのスープを作って飲む	北の国からロケセットに泊まる	ケーキ屋さんのショートケーキを食べ比べる
24	モーターパラグライダーで旅する	トマトの日 にトマトを食べ比べる	ウェディングフォトを撮る	新じゃが×バター焼き	踏み切りを撮る	クリスマスを楽しむ
25	夏米の日 ふわふわのかき氷を食べる	新じゃがのポテチを食べる	紅葉とロープウェーを楽しむ	世界パスタデーにきのこ野菜パスタを食べる	いもだんごをつくる	クリスマスにサンタの格好でスキーを滑る
26	山部のさくらんぼを摘む	サマースキー・サマーボードをする	メパフェを食べたい	フライフィッシングを習う	アンパンマンミュージアムに行く	富良野駅や無人駅を撮る
27	すいかの日 すいかを食べまくる	メロンを一玉食べる	新麦ヌーボーを食べる	ハロウィンカボチャを作る	酒蔵で新酒をいただく	へそ神社にへその緒を収める
28	へそ神社でみそぎを見る	メロン直売所を巡る	ツリーテントでくつろぐ	乳搾りする	出来立てのワインと熟成ワインの飲み比べ	もち米で雑煮
29	へそ祭りに参加する	ラベンダーオイルで綺麗になる	摘みたてのミントでハーブティを入れる	じゃがいものポタージュをたっぷり作る	セグウェイに乗る	正月用の餅つきをする
30	ラベンダー畑でポートレイトを撮る	ラベンダーアートを見る	フラノトレイルランに参加する	ニングルの落ち葉のハートを撮りたい	ふらのワインを全種類飲む	ゆりねでおせちを作る
31	牧草ロールの上でジャンプする	富良野野菜のミックスジュースづくり		フラノの地酒(日本酒)を堪能する		ニューイヤー花火を最前列でみる

5. 5つの戦略(重点項目)

5-1. ライフスタイルの創出

#2. 地域ならではの食の創出やナイトライフの充実

地域づくり・コミュニティづくり・協力者の連携



5-1. ライフスタイルの創出

#3. 仲間や家族と楽しめる様々なグレードの宿泊施設群

→質・ホスピタリティ向上への品質保証導入・再投資への側面支援

#4. 食材の充実したスーパーマーケット、ワイン・地酒の充実したリカーショップ、BBQ環境

→メイドインフラノの発展拡充・河川敷の活用

#5. 市内各地で頻繁に開催される魅力的なイベント

→イベントの側面支援・閑散期イベントへの立ち上げ支援

#6. サービス業全般のホスピタリティレベルの向上

→人材の確保支援・演劇的コミュニケーション教育の導入・通訳ガイドの育成

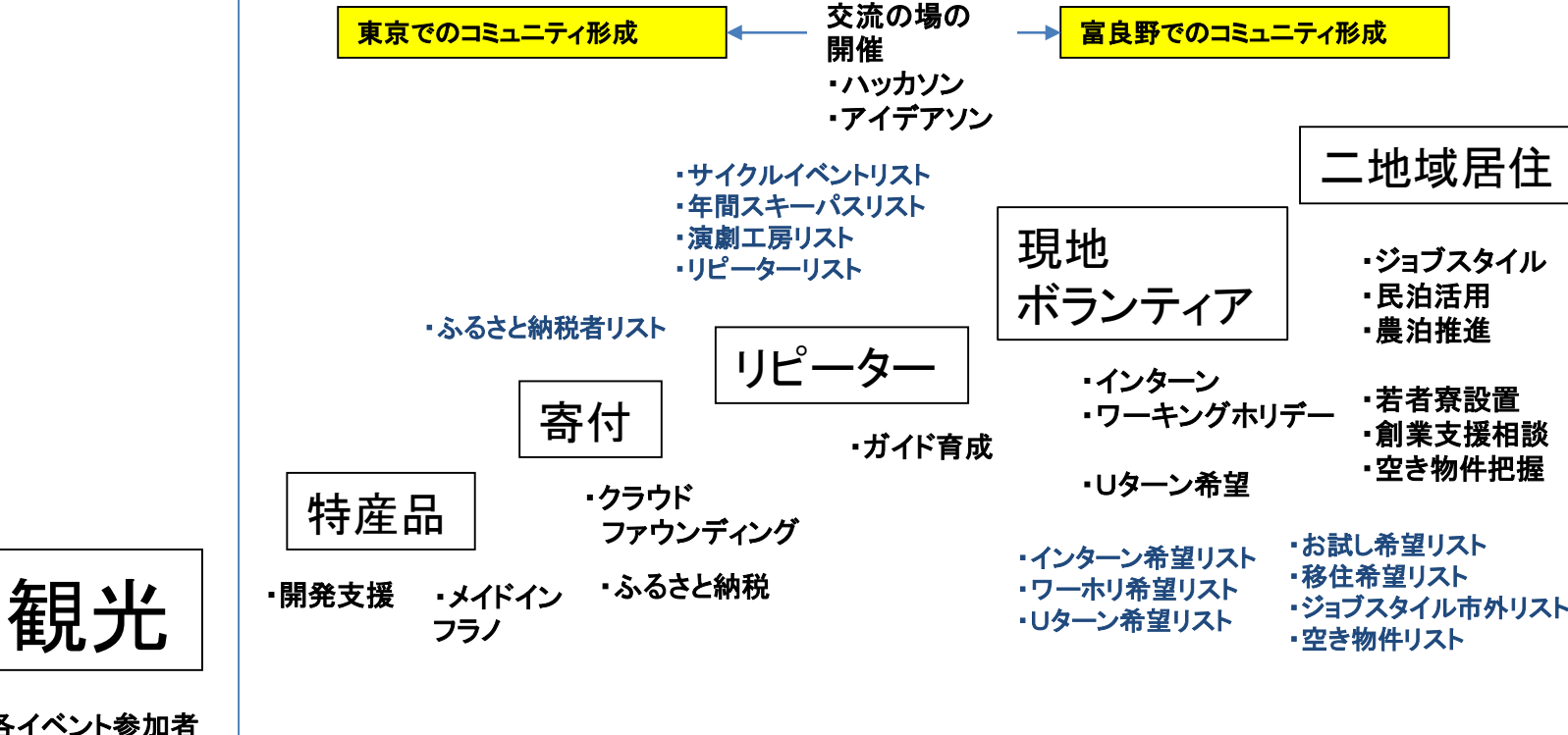
5-1. ライフスタイルの創出

#7. 関係人口の拡大

= 地域の人との「交流型」メニューや
 多様な地域資源を活用したコンテンツの開発

・各団体の個人情報名寄せ

→ ライフステージごとセグメント → デジタル自動発信



観光

各イベント参加者

移住

- ・移住サイト開発
- ・相談会開発
- ・保育・託児設置

コンシェルジュフラノ 観光案内所 → 「関係」相談所

人手不足・働き方改革・サービス産業の生産性改革・投資

- ① 富良野から離れた人た(親は富良野在)などの優秀人材と富良野で活躍・アイデアをもらう場などのUターンに絞った事業
- ② 富良野に愛着あるUターン希望者を富良野で定期的に活躍できる場づくり

5. 5つの戦略(重点項目)

5-1. ライフスタイルの創出

#8. 東大演習林・原始が原の保護と活用と エリアごとの地域振興と コンテンツ掘り起こし

→ アクティビティ関連の許認可整理
と規制緩和

清水山・学田

市街地
Furano City

北の峰

空知川

- ラフティング
- いかだ下り
- 氷の川

山部

- 地酒を食す会に参加する
- 芦別岳の雪渓・頂上の花畑を観たい
- 山部の棚田を撮る
- 桜祭りで花見をする
- 山部の軟白ネギを焼いて食べる
- 山部のスイカを食べまくる

- 富良野でキャンプ
- さくらんぼを摘む
- 山部盆踊りに仮装で参加する
- やまべふれあい祭りに参加する
- ゆうふれ音楽祭に参加する

麓郷・富丘・布礼別

- グラスフォレストで
しばれガラスを作る
- 麓郷クロスカントリー
スキー大会に参加する
- 北の国からロケセットの
雪下ろしボランティアをする
- 麓郷展望台で星空を見上げる

- アンパンマンショップでアンパン作りがしたい
- 北の国からロケ地を全て巡る・ロケセットに泊まる
- 十五夜に麓郷展望台で月見をする

原始が原

- 初夏の原始が原をトレッキング
- 山開きに富良野岳に登る
- 富良野岳で花畑を観る
- 7つの滝を巡る
- 沢コースでキャニオニング
- 原始の泉を汲み、ご飯を炊く

東大演習林

- 東大演習林の湧水でコーヒーを飲む

東山

- ふらの樹海野菜工房しずくのスムージーを極める
- 東山ふるさと祭りに参加する
- 東山の知られざるフットパスを歩く
- スイカ峠をクロスカントリーで走る
- 樹海の森の小さな音楽会に参加する
- 樹海駅伝にチームで参加する
- 豆におを積む
- とうきびを収穫してその場で食べる
- ひまわり畑のカフェでくつろぐ
- 幻のエゾアムプリンを食べに行く

5-2.心地よい賑わいをもたらす空間デザインの創出

- #9. 賑わいとリラックスできるマグネットエリア(集積空間)の配置
- #10. 利便性高い2次交通網と歩道・車の適切な分離を含む
交通導線
- #11. 魅力的な宿泊・居住エリアへの取組支援・富裕層
およびVIP向けの空間創出
- #12. 災害・防犯システム・サービス品質などの安全性確保
と緊急医療体制の充実

5. 5つの戦略(重点項目)

5-2.心地よい賑わいをもたらす空間デザインの創出

① 異日常的な空間構成

富良野リゾートの顔として、賑わいと重厚感を兼備した異日常性[※]のある空間。
ホワイト期には食事やナイトライフを、グリーン期には日中の過ごし方を提案できる場所。

※異日常性: 自分が生きている日常とは異なる日常
その土地ならではのライフスタイル、
その土地ならではの豊かさがあること
(引用: 山田桂一郎氏)
※非日常性: 日常生活とまったくかけ離れた経験
(ディズニーランドやUSJなど)

#9: 賑わいをつくるマグネットエリアの配置

- ・アイデア) 北の峰ターミナル前T字路正面に広場を造成
- ・街路からもゲレンデからもアクセス可能な結節点
- ・野外劇場、ファーニチャー等の整備により、人の滞留を促進



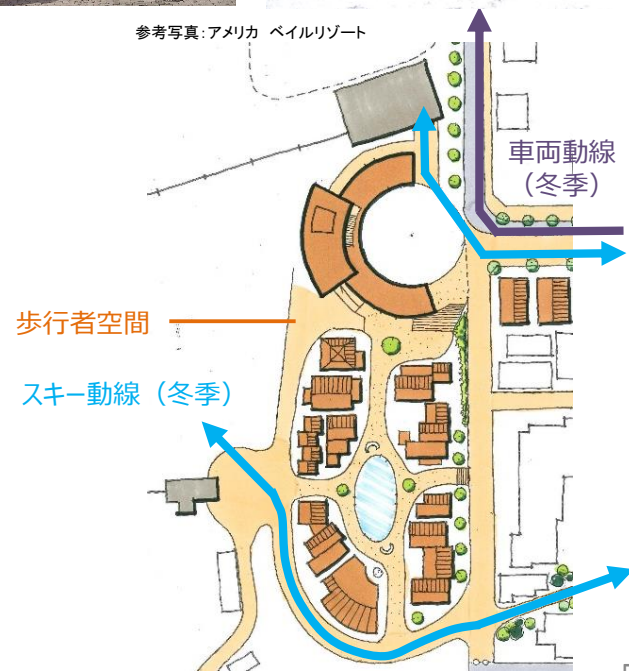
参考写真: アメリカ ベイルリゾート

#10: 歩車の適切な分離を含む交通導線

- ・アイデア) 北の峰スキーエリア全体を歩行者空間とする
- ・冬季のスキーイン/スキーアウト動線を外縁に誘導
- ・冬季のみ車両は東から北側へ抜ける一方通行とし、
ゴンドラターミナル北側の駐車場を拡充整備
- ・北の峰ターミナル周辺に停留所を設置し、地上階で市街地からのシャトルを発着

#11: 魅力的な宿泊・居住エリアへの取組支援 富裕層およびVIP向けの空間創出

- ・期待を醸成させる空間デザイン
- ・北の峰ゾーン正面ゲレンデと直接に接続する空間
- ・展望デッキから山側と盆地側への眺望を確保



5-2.心地よい賑わいをもたらす空間デザインの創出

②安心・安全な空間デザイン(ユニバーサルデザインの視点)

富良野リゾートの顔として、賑わいと重厚感をかねた異日常性のある空間づくり
冬季には食事やナイトライフを、夏季には日中の過ごし方を提案できる場所へ

#11:安心・安全で魅力的な宿泊 / 居住エリア

- ・市域内を巡回する交通ネットワークにより、中心市街地および宿泊施設と接続
- ・宿泊施設の安全安心な環境を維持しつつ、マグネットエリアとの接続性を確保
- ・ホワイト期におけるスキー動線の整備により、不動産価値開発を開発境界線を設けてコントロール

#11:富裕層およびVIP向けの空間

- ・北の峰山頂周辺への施設、サービス集積



参考写真:アメリカ ベイルリゾート

5. 5つの戦略(重点項目)

5-2.心地よい賑わいをもたらす空間デザインの創出

③中心市街地における空間構成

ダウンタウンエリアの中心として、気軽な散策が可能な賑わいのある空間。
マルシェとコンシェルジュを対角として、魅力あるストリート空間を面的に拡大する。

#9:期待を醸成させる空間デザイン

- ・地場の食品を中心とした物販、飲食施設
- ・アイデア)アクティビティなどと紐付けられた仮設構造物によるシンボリックなオブジェの設置

#9:賑わいをつくるマグネットエリアの配置

- ・中心市街地とリゾートエリアを結ぶ域内交通拠点として
 - ・富良野市と市域外を結ぶ交通の拠点として
- (域外でのアクティビティ実施のための移動+通勤者、地域住民の移動)

#10:歩車の適切な分離を含む交通導線

- ・歩道空間に浸出する形態での店舗運営(飲食店等)
- ・街路に面した駐車場を排し、区画中心に駐車場を整備して車両を誘導
- ・サイクルラック、野外カフェ、オブジェなど、富良野での滞在に関連する設備

#12:コミュニティ支援

- ・対象エリア周辺におけるブロックごとのコミュニティ運営、育成支援
- ・各ストリートにおける「通り会」の運営、育成支援
- ・AI活用とインターン・ワーキングホリデイの活用
- ・人材育成(日本語学校誘致)による通訳体制の整備

参考写真:



参考写真:アメリカ ベイルリゾート



5. 5つの戦略(重点項目)

5-2.心地よい賑わいをもたらす空間デザインの創出

重点エリア(案)	個別事業(案)		
<p>マルシェと北の峰をつなぐ公共交通</p> <p>中心市街地の回遊性向上</p> <p>北の峰ターミナル周辺の整備</p>	施設整備	ダウンタウンエリア	1-1.富良野駅前広場の再整備 1-2.観光ステーションの整備 1-3.公共空間の活用と高質化 1-4.まちなか駐車場の整備
		リゾートエリア	1-5.歩行者空間の拡充 1-6.沿道の商業施設の整備 1-7.宿泊施設や低廉な住宅の整備 1-8.北の峰・プリンスホテル前の拠点広場の整備 1-9.スキーイン用歩道の整備 1-10.初心者向けゲレンデの整備 1-11.眺望を活かした空間整備 1-12.夏季のアクティビティの充実
		アウトドアエリア	1-13.空知川の河川空間の整備 1-14.空知川への結節点の整備 1-15.新規アクティビティエリアの確保
		交通ネットワークの整備	2-1.無料巡回バスの運行 2-2.スキー用循環バスの運行 2-3.地区内交通の導入 2-4.空中回廊の整備 2-5.駐車場の整備 2-6.札幌・旭川とのリゾート列車の運行
		ルールづくり	3-1.沿道景観の統一 3-2.店舗等の誘導 3-3.駐車場や従業員住宅の誘導 3-4.ホテル・コンドミニアムの適切な誘致 3-5.農地の保全

5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

#13: 富良野でのライフスタイル・象徴的な経験を演出する
サービス施設の集積

#14: 不動産投資と連携したリゾートエリアの展開

#15: 生産性の向上に資するクラスター形成

#16: IOTおよびAIによるスマートウェルネスリゾートの展開

#17: ブランド形成に資する象徴的なMICEの実施

#18: 旅(買い物)を幸せにするストーリーと演出の追求

5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

① 富良野でのライフスタイル/経験を演出する「サービス施設の集積」

- ・初心者、富裕層、家族連れにフォーカスし、初めて雪に触れる滞在者にスノーリゾートの醍醐味を伝える
- ・アルペンスキー / スノーボードに限らない、スノーリゾートでの過ごし方を提案する

#13: スノーリゾート体験の質的向上

- ・ゲレンデ山頂付近で、初心者向けスクールのレッスンを実施
 - ・スキーを履かなくても、登山ができなくても遊べる、滞在できる空間整備
- お客様全員(初心者MO)に、この景色を見て帰ってもらう



#13: スキーホストによるアテンド強化

- ・スキーに限らない、スノーリゾートでの過ごし方を提案する人材
- ・地域の自然、公共交通の利用方法、両替所の場所までワンストップで案内
- ・主に富裕層に対して、高付加価値のサービスを提供
- ・従来の「ガイド」とは一線を画するコンシェルジュ的人材
- ・スキースクール講師の職能を包括するが、=スキースクール講師ではない
- ・高い付加価値、専門性をもったサービス人材の就業先となり得る

- ・グリーン期にはトレイルコースの拠点としての利用を想定
- ・国有林地にかかる開発に対しては、行政を含めた調整が必要



5. 5つの戦略(重点項目)

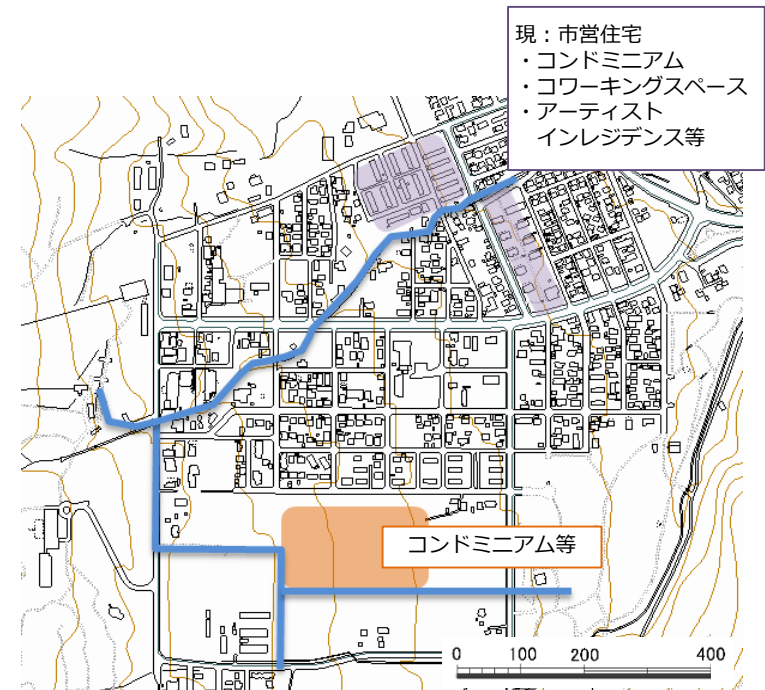
5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

② 不動産事業と連携するリゾートビジネス

- ・スキーイン動線の整備を起点として、無秩序・個別的な不動産開発をコントロール
- ・将来的には不動産価値を高めつつ、北の峰エリアにおける持続的開発の推進力として活用

#14: スキーイン動線整備による不動産開発のコントロール

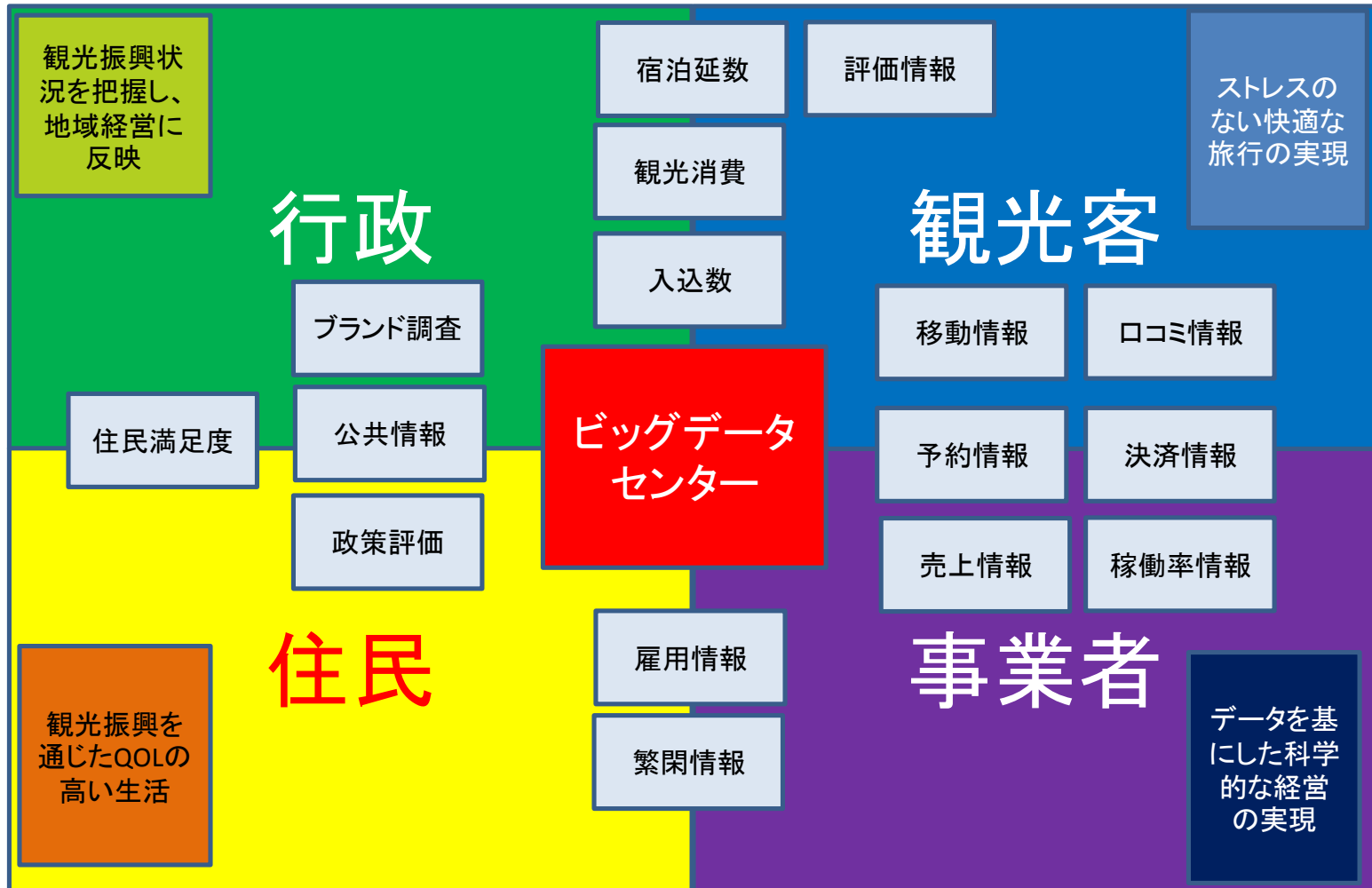
- ・スノーリゾートにおいて、スキーイン可能な施設は高付加価値
- ・お客様だけでなく、不動産オーナーやオペレータにとっても魅力的
(客単価が向上し、収益率が永続的に改善する)
- ・一方で、スキーイン動線を自分の施設に接続するためには、
スキー場事業者および自治体と連携して事業を進める必要
- ・住宅地への無秩序な開発、地価の上昇を抑制
- ・接続する不動産所有者からの負担金により、スキーイン動線を維持管理



5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

#15: 生産性の向上に資するクラスター形成

・DMO(ふらのまちづくり戦略会議)を核に、個々の企業ベースだけでなく、地域単位でビッグデータを形成し、データに基づく経営をしていくことが有効と考えられる



5. 5つの戦略(重点項目)

5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

③ IoTおよびAIによる「スマートウェルネスリゾート」の展開

- ・情報提供・管理システムをクラウド化し、市内どこからでも同じ情報を参照、更新できる
- ・ホワイト期においてはリフト券のICチップ付属を起点に、顧客体験の向上をはかる

#16: 情報提供サービスの集積

参考写真:

- ・提供における集積: 交通、飲食、物販、アクティビティ等について「今どこに何があるか」、縦断的に情報提供
 - ・利用における集積: 閲覧、比較、予約等の処理について「今ここで全部」できるよう、ワンストップでサービスを提供
 - ・情報集約拠点(コンシェルジュフラノ等)を設定し、これを市内各地から参照、更新する
 - ・オンラインでの発信に加えて、すべてのお客様に提示したい情報は公衆ディスプレイやサイネージ等で提示
- : 情報提供による利便性向上だけでなく、混雑の緩和(利用の平準化)を誘導可能



#16: IT化によるスマートリゾートの展開

- ・ICチップ付きリフト券: 2018年度から導入予定
- ・特にシーズンパス購入者について、来場有無とゲレンデ内での動態を把握可能に

① 決済とチェックインの一元化

: リフト券をクレジットカードと連携させれば、ゲレンデ、店舗、公共交通、すべてカード1枚
 「空港からのシャトルバス車内でチェックインまで可能」
 「クレジット付きシーズンパスによる決済は割引」等、利便性やインセンティブを提供

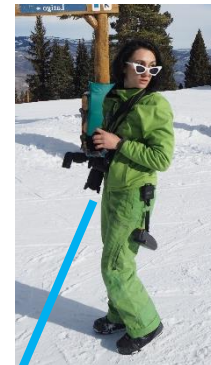
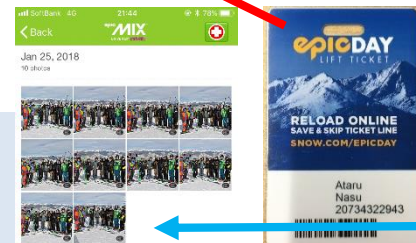
② 運用の前提となる情報インフラ整備

: ゲレンデ内や隣接市域を含むWi-Fi環境と決済環境の整備

③ 滞在中だけでなく、旅後にも働きかけるソフトウェアやアイテムの提供

: 富良野での体験や記録が、日常生活に入り込んでいく、愛着を持ってもらう

④ お客様のIT利用を通じた観光動向データの取得



Tencent 騰訊



他地域での実装例

ゲレンデで写真撮影時、お客様のリフト券IDを取得。
 そのIDを登録したアプリに、当日中に写真が配信される。

参考写真: アメリカ バイルリゾート

5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

④ブランド形成に資する象徴的なイベント

- ・世界水準レベルのアクティビティ提供・開発にむけて、障壁となる課題を整理
- ・スキー / スノーボード競技者やハードリピーターに対して、スキー/スノーボードの「象徴的な体験」を提供

#17: ブランド形成に資する象徴的なMICEの実施

- ・アフターMICE・閑散期への会議誘致
 - ・ホワイト期、グリーン期ともに、「その体験を一番の目的に来訪する」お客様が存在
 - ・スノーモービルや冬季のラフティングなど、新たな過ごし方の提案
 - ・一方で世界レベルのアクティビティ実現に向けた枠組みが未整備であり、参入障壁も高い(スノーモービル事業、バックカントリースキー等)
 - ・生産性の向上に資するクラスターを、官民双方が一体的に形成する(アイデア)
 - ・自治体間を横断する土地利用計画の策定
 - ・公有地は国交省、林野庁、北海道庁、東大演習林など管理者が分散
- : アクティビティ利用に限り、期間と範囲を限定して許認可の主体を一元化



スノーモービル

原野を駆け、富良野の広大な自然を味わうことのできるアクティビティ。

冬季の林道や農地をコースとして利用する場合、道交法等の規制が存在。



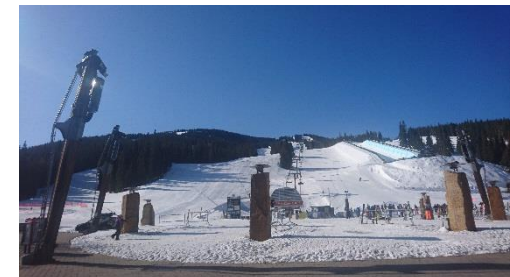
(イメージ)

#17: 象徴的な経験の提供

- ・象徴的なモデル(有名人)が認定し、その人物の名前を冠して販売される製品
- ・富良野スキー場: FISワールドカップ、スノーボードワールドカップの開催地であり、競技者やハードリピーターに対して一定の訴求力を有する

アイデア)考えられる展開として

- ・「シグネチャースクール」の展開 ex)木村公宣スキースクール
- ・特定日に大会仕様の「シグネチャーコース」を開放
- ・「シグネチャーモデル」用具のレンタルや、使用方法の実践スクール、プログラムの配信など



参考写真: アメリカ ベイルリゾート

5. 5つの戦略(重点項目)

5-3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積

⑤ 富良野でのライフスタイル/象徴的な経験を演出するサービス施設の集積

- ・富良野の演劇をさまざまな形態で提供し、地域に蓄積された文化との接点を創出
- ・地場産業を軸として、飲食・購買・アクティビティを連続的に提供

#18: 旅(買い物)を幸せにするストーリーと演出の追求

街は劇場、旅にストーリーを。演劇的手法で旅の演出

例:【演劇コンテンツの提供】

- ・北の峰ターミナル周辺、広場空間
- ・野外または半屋内で、無料、短時間、立ち見可の演目を定期的に
- ・富良野演劇工場
- ・常設の屋内施設で、有料、長時間、着座の演目(従前より実施)
- ・富良野の演劇に触れる → 興味を持った人には、より真正性の高いプログラムを提供

例:【飲食・物販施設】

- ・サービスの量的拡充と多様性: 店舗数、営業時間
- ・提供するメニューの質的向上: 地場食品の使用と、その表示
- ・長期滞在する富裕層への対応: 単価の向上、食材や日用品の販売

例:【飲食から購買、アクティビティを関係】

- ・おいしいと思った地域食材をすぐにも買える。自宅に帰ってから買える環境づくり
- ・買った食材や食品の生産地に行く、製造工程を体験する(富良野ワイン工房、チーズ工房、ファーム富田、近郊農地)
- ・市内および近郊に、生産加工の現場が分布する優位性
- ・食品を軸とした一連の体験によって、この地のライフスタイルに触れる



参考写真: アメリカ アシュランド市

なぜ演劇か？

倉本聰氏が主催した「富良野塾」以来、市民劇団「へそ家族」、NPO法人「富良野演劇工房」の活動など、富良野には人的・物理的に一定以上の資産が蓄積、形成されている。

参考写真:

既に実施されている取り組みに紐付けながら展開する

例) Made in Furano (2017年度 プロジェクト立ち上げ)



さがす・買う・持ち帰る



つくる・体験する

5-4.持続性を確保するしくみ

#19:観光と連動した法定外目的税を使った地域イノベーションのしくみ

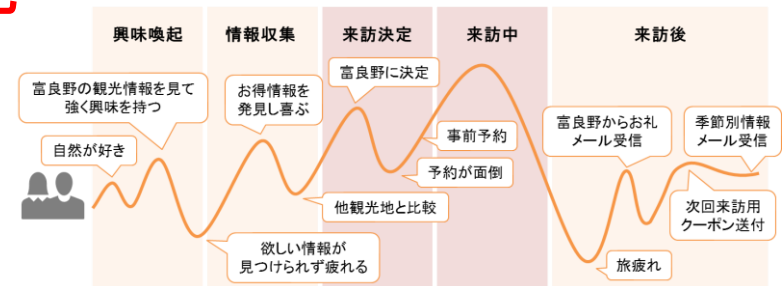
#20:DMOを核とした観光地ブランディング

#21:環境・景観保全と持続可能性のルールづくりと規制緩和
と用途転用による観光活用

#22:IOTも活用した顧客の本音・行動に耳を傾けるデータ蓄積・分析のしくみ

#23:タイミングを逃さないリアルタイムでの対応と
マーケティング活用のパッケージ化

来訪からリピートするまでの気持ちの変動から顧客との接点づくり



5-4.持続性を確保するしくみ

①アクションプランと宿泊税

- ・中期的投資戦略として、行政の主導する事業と民間による投資事業
- ・既存の地域連携DMOと、ふらの版DMCとの役割分担を明確化し、「ふらの」における富良野市の魅力を位置づけ

#19:観光と連動した法定外目的税を使った地域イノベーションの仕組み

- ・市町村単位での導入にあたっては、二重課税を避けるため北海道庁との迅速な調整が必須
- ・庁内検討委員会の設置

#21:環境・景観保全と持続可能性のルールづくりと規制緩和と用途転用による観光活用

- ・世界レベルのアクティビティ実現に向けた枠組みが未整備であり、参入障壁も高い(スノーモービル事業、バックカントリースキー等)
- ・生産性の向上に資するクラスターを、官民双方が一体的に形成する
アイデア)・自治体間を横断する土地利用計画の策定
- ・公有地は国交省、林野庁、北海道庁、東大演習林など管理者が分散
- ・アクティビティ利用に限り、期間と範囲を限定して許認可の主体を一元化

#22:IOTも活用した顧客の本音・行動に耳を傾けるデータ蓄積・分析のしくみ

例:【IoTも利用した観光客の各種行動の収集と分析の仕組み】

- ・お客様のIT利用を通じた観光動向データの取得
- ・「どこで何を、いくら使ったか」を、個人が特定されない形に加工して取得、蓄積する
- ・特にシーズンパス利用者については複数回の利用履歴に基づき、重層的なデータ取得と分析
- ・メールアドレスと簡易的な来訪者属性については、Wi-Fiの利用時に取得する

#23:タイミングを逃さないリアルタイムでの対応とマーケティング活用のパッケージ化

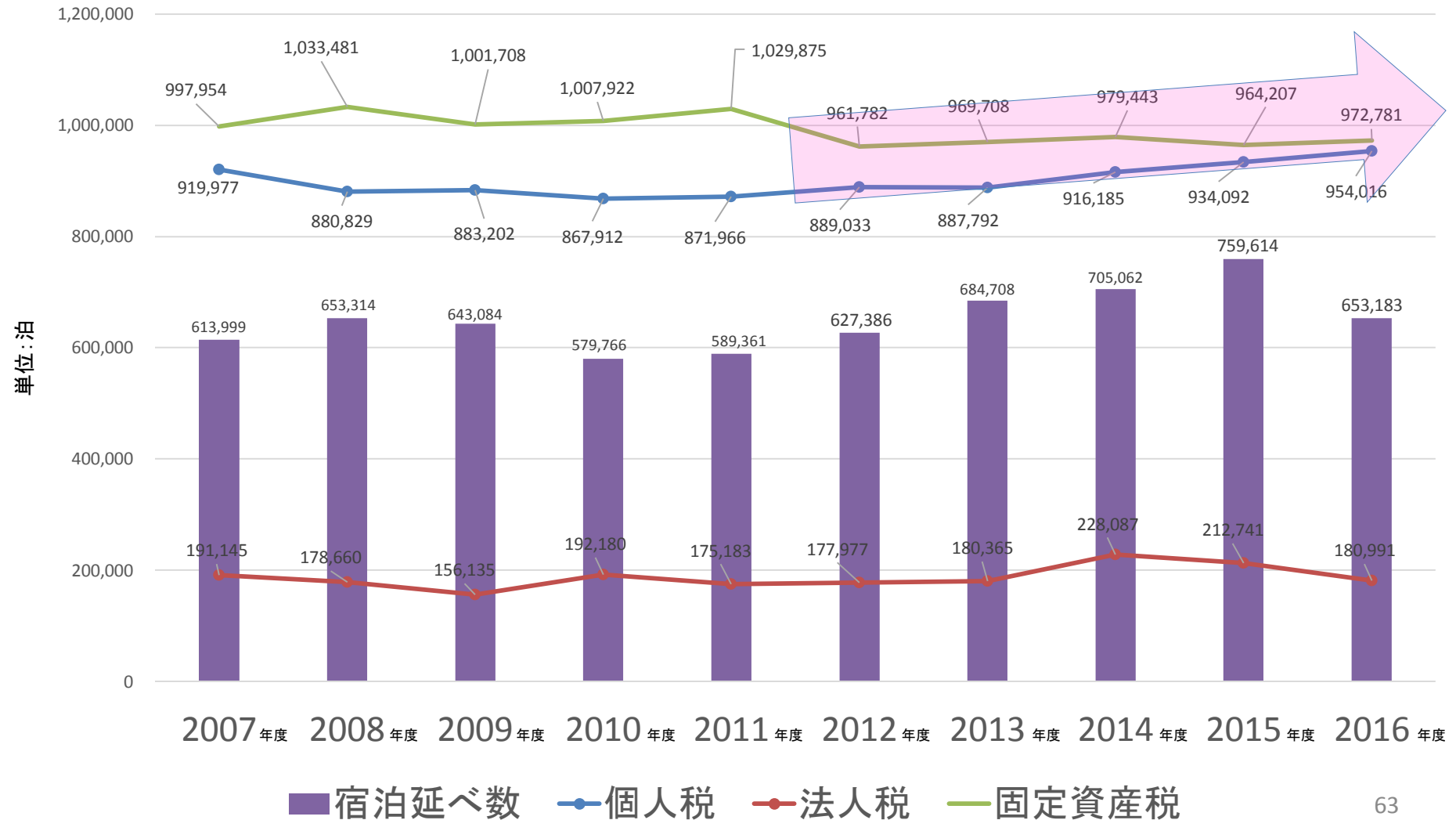
- ・旅前での「検索」データの分析・
 - ・旅中での「モバイルでの検索行動」「GPSによる顧客行動の把握」「決済」などから顧客の属性データの蓄積
 - ・旅後でのSNS発信の顧客発言分析など
- バラバラな顧客データの蓄積を統合し、パッケージ化して分析し、そのデータを活用してターゲットを絞ったマーケティング活動

5. 5つの戦略(重点項目)

5-4. 持続性を確保するしくみ

#19: 観光と連動した法定外目的税を使った地域イノベーションのしくみ

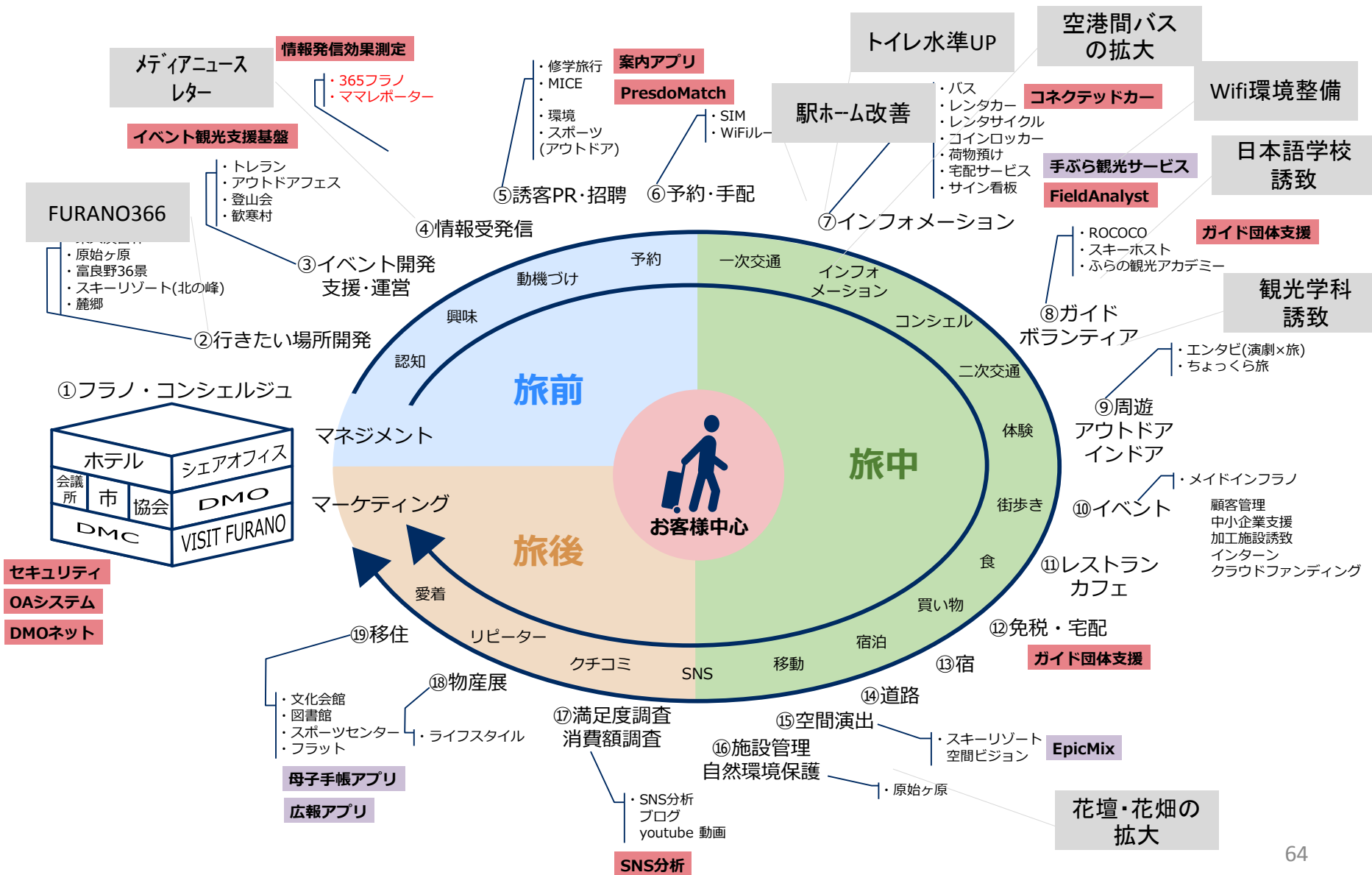
宿泊延べ数・個人税・法人税・固定資産税の推移



5. 5つの戦略(重点項目)

5-4. 持続性を確保するしくみ

#20: DMOを核とした観光地ブランディング



5. 5つの戦略(重点項目)

5-4. 持続性を確保するしくみ

#20: DMOを核とした観光地ブランディング

お客様を中心に満足度向上のために	富良野市(行政)	富良野美瑛広域観光推進協議会	ふらの観光協会	広域DMO	富良野商工会議所	ふらのまちづくり会社	ふらの版DMC(物産観光公社)
① ビジョン	○	○	○	○	○	○	○
② いきたい場所(魅力)開発 認知・興味喚起			○				○
③ イベント(開発・支援) 動機付け						○	○
④ 情報発信(TV・メディア・パンフ・ SNS・HP等)			○	○	○	○	○
⑤ 誘客・PR・招聘		○	○			○	○
⑥ 予約・手配 一次交通(エア・JR・バス)							○
⑦ インフォメーションセンター 情報・荷物預け★コンシェルジュ(相談)			○			○	
⑧ ガイド・ボランティア 地域の人材育成		○	○	○			○
⑨ 周遊(広域・まちなか・商店街) 二次交通(バス・JR・レンタカー)			○	○			
⑩ イベント運営						○	
⑪ 食(レストラン・飲食)育成						○	○
⑫ 免税・宅配 WIFI・SIMカード			○				○
⑬ 宿泊(ホテル・ペンション)							
⑭ 道路(看板・サイン)	○						
⑮ 空間演出 施設管理	○					○	
⑯ 自然環境・農業の保護							
⑰ マーケティング 満足度・入込・消費額	○	○	○	○		○	○
⑱ 物産支援(お土産)						○	○
⑲ 移住促進	○		○		○		
⑳ 分析・戦略	○	○			○	○	

5-4.持続性を確保するしくみ

②環境の持続性

- ・もったいないを核としたゴミの14分別の観光客への浸透
- ・農業・森林を守る持続的に活用した視点
- ・SDGs持続可能な開発目標との連動

#21:環境・景観保全と持続可能性のルールづくり

アイデア)【環境の持続可能性の向上】

- ・市外からの来訪者や滞在者においても、ごみの14分別を徹底
 - ・「ごみナビ」「ごみ分別辞典」等の情報を観光客向けの情報提供媒体に組み込む
 - ・やられている、ではなく、資源化に参加することが実績ややりがい、商品やサービスの選択となる仕組みの整備
- アイデア)分別の簡易な包装の商品、RDFボイラによる暖房を用いた農作物を明示する)

#21:SDGs持続可能な開発目標との連動

- ・「SDGs＝持続可能な開発目標」として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」による2030年までの国際目標に富良野市も持続的に参加を検討
- ・増大するインバウンド滞在者による摩擦の軽減(短期的課題として)
- ・外資ホテルチェーン、コンドミニウム業態など、宿泊事業者の国際化への対応
- ：用途地域指定、景観計画よる行政の適切なコントロール



5-5.住民生活の質を高める環境づくり

- #24: 観光サービスやアクティビティを住民が楽しめるしくみ
- #25: グローバル化に対応した次世代を担う生産性の高い
就業先と専門性の高いスキルを習得できるプロフェッショナル人材育成
- #26: 不規則な就労を支援する保育・福祉環境の整備
- #27: 高質かつ低価格な住環境整備
- #28: サービス経済(観光による経済波及効果)の啓発・理解促進
- #29: 行事・祭事・住民を巻き込んだコンテンツの見直し
- #30: 公共空間・共同空間の整備・再活用
- #31: 農業・身近な自然・ものづくりの現場など保護と活用
- #32: 顧客と地域をつなぐコミュニティの創出・支援

5-5. 住民生活の質を高める環境づくり

① 人材育成

富良野市内だけでなく、市外からの労働力確保を想定し、多様な働き方に対応した拠点施設を集約する演劇教育をフックとして、転入 / 就労する住民に対しても包括的な教育事業を実施する

#25: サービス経済に対応した専門的なスキルを習得できる人材育成の仕組み

- ・演劇教育を用いてとして、観光教育への発展
- ・市内の中学校、高校における演劇指導の手法を横展開
- ・「ふらの観光アカデミー」など既存事業の活用と拡大
- ・若年層だけでなく、Iターン、Uターン者に対する教育事業を包括的に実施
- ・市内高等学校への「観光学科」の設置

#26: 不規則な就労を支援する保育、福祉環境

- ・顧客獲得競争に加えて、雇用確保のための競争が起こりつつある
- ・宿泊施設の新規開業分を見込むと、市外からも労働力を確保
- 観光客や滞在者だけでなく、労働者にとっても魅力的な拠点施設
- ・子育てしながら働ける環境の構築
- ・フラノマルシェ周辺の整備事例をもとに、シフト勤務や変形勤務へ対応
- ・長期滞在者、近隣市町村住民の利用を想定した病院、福利厚生施設等

ふらの観光アカデミー

- ・年2回、富良野演劇工場で実施
- ・演劇的手法を用いた創造、ストーリーの場づくり
- ・春は広域の民間観光企業の合同新人研修
- ・秋は地域課題解決に向けた「共創」の場



5-5.住民生活の質を高める環境づくり

②関係人口の拡大に向けた住環境整備

- ・観光から移住までのリピーター対策として「関係人口」を切り口に課題を整理
- ・ふるさと納税・インターン・お試し住宅などのUIターンなど人手不足を解決するためにも幅広い視点で関係人口を増やしていく

#27:高質かつ低廉な住環境

- ・社宅や社員寮は市内交通の範囲に設置
- ・駐車場が確保できない場合、域内交通は通勤者利用も想定
- ・行政は宿泊施設エリア周辺における高い開発圧をコントロール
- ・北の峰エリア内にアーティストインレジデンス(芸術家用コンドミニアム)を開発誘致など

#28:サービス経済に対する正しい知識の啓発

- ・行政側から定期的に情報公開
- ・周辺住民にアクティビティ等の体験メニューを提供
- ・一昨年から既に実施
- 富良野市民は格安で体験

5-5.住民生活の質を高める環境づくり

#24: 観光サービスやアクティビティを住民が楽しめるしくみ

- ・住民周知・モデル事業の市民モニター募集

#29: 行事・祭事・住民を巻き込んだコンテンツの見直し

- ・住民意識調査+マーケティング活用(2030年ミレニアム世代に向けて)
- ・新イベント・祭りの復活支援・旅行者への開放支援

#30: 公共空間・共同空間の整備・再活用

- ・河川活用・トレイル・サイクルロードの整備

#31: 農業・身近な自然・ものづくりの現場など保護と活用

- ・農業ボランティア・登山道整備・ボランティア旅・担い手のいない商店企業の事業継承

#32: 顧客と地域をつなぐコミュニティの創出・支援

- ・通り会・商店街・コミュニティの育成支援

5. 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

1. 滞在目的となりえるライフスタイルの創出
 1「記憶」に残り、リピートしたくなる経験の創出
 2地域ならではの食の創出やナイトライフの充実
 3仲間や家族と楽しめる様々なグレードの宿泊施設群
 4食材の充実したスーパー、ワイン・地酒の充実したリカーショップ、BBQ環境
 5市内各地で頻繁に開催される魅力的なイベント
 6サービス業全般のホスピタリティレベルの向上
 7地域のひととの「交流型」メニューや多様な地域資源を活用したコンテンツの開発
 8東大演習林・原始が原の保護と活用とエリアごとの地域振興とコンテンツ掘り起こし

2. 心地よさと賑わいをもたらす空間デザインの創出
 9賑わいとリラックスできるマグネットエリア(集積空間)の配置
 10切れ目のない2次交通網と歩道・車の適切な分離を含む交通導線
 11魅力的な宿泊・居住エリアへの取組支援・富裕層およびVIP向けの空間創出
 12災害・防犯システム・サービス品質などの安全性確保と緊急医療体制の充実

3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
 13富良野でのライフスタイル・象徴的な経験を演出するサービス施設の集積
 14国際ブランド・不動産投資と連携したリゾートエリアの展開
 15生産性の向上に資するクラスター形成
 16IoTおよびAIによるスマートウェルネスリゾートの展開
 17ブランド形成に資する象徴的なMICEの実施
 18旅(買い物)を幸せにするストーリーと演出の追求

4. 持続性を確保するしくみ
 19観光と連動した法定外目的税を使った地域イノベーションのしくみ
 20DMOを核とした戦略的なマーケティングに基づく観光地ブランディング
 21環境・景観保全と持続可能性のルールづくり
 22IoTも活用した顧客の本音・行動に耳を傾けるデータ蓄積・分析のしくみ
 23タイミングを逃さないリアルタイムでの対応とマーケティング活用のパッケージ化

5. 住民生活の質を高める環境
 24観光サービスやアクティビティを住民が楽しめるしくみ
 25生産性の高い就業先と専門性の高いスキルを習得できる人材育成
 26不規則な就労を支援する保育・福祉環境の整備
 27高質かつ低価格な住環境整備
 28サービス経済(観光による経済波及効果)の啓発・理解促進
 29行事・祭事・住民を巻き込んだコンテンツの見直し
 30公共空間・共同空間の整備・再活用
 31農業・身近な自然・ものづくりの現場など保護と活用
 32顧客と地域をつなぐコミュニティの創出・支援

→農業が産み出す食や景観を背景としたアウトドア活動を演劇文化と重ねながら楽しむ通年型リゾート

→北の峰・山頂周辺の再開発・東大演習林・原始が原の限定的開放
 →メイドインフラプロジェクトの発展拡充
 →質・ホスピタリティの向上への品質保証認証の導入・投資の側面支援
 →メイドインフラプロジェクトの発展拡充・公園の規制緩和
 →イベントの復活支援・閑散期イベントへの積極的支援
 →演劇教育をフックとした観光教育事業・通訳ガイドの育成
 →スノーエリア・東大演習林の拡充整備に係る国有地・民地利用の調整
 →アクティビティ事業に関連する許認可整理と規制緩和

→中心市街地・北の峰における歩行者空間活用に向けた規制緩和整備
 →北の峰～市街地を結ぶ2次交通の強化・北の峰エリアでの自動運転
 →北の峰エリアのスキーイン歩道・メインストリートの整備
 →AI活用とインターン・ワーホリ活用・人材育成による通訳体制の整備
 →北の峰・中心市街地・コンベンション機能充実によるホスピタリティ演出
 →北の峰エリアの空間形成
 →ICカード付リフト券の導入・サービス提供範囲の拡大
 →スマートリゾートの核となる情報インフラの整備
 →アフターMICE・閑散期への会議誘致
 →街は劇場、旅にストーリーを。演劇的手法で旅の演出

→MADE IN FURANOの取組拡大×ウェルネスツーリズムへの対応

→宿泊税導入に関する道庁との調整
 →観光まちづくり戦略会議のコンサル機能強化
 →滞在者や近隣市町村を含めたゴミ14分別の周知・徹底・再活用
 →ICTを用いた観光動態のデータ活用と発信の仕組み構築
 →旅前・旅中・旅後をサポートするアプリ等の提供

→宿泊施設・飲食店の更新・開業支援・新規出店の高質化
 →観光アカデミーでのカリキュラム増
 →家族向けの全天候型遊び場の設置・リゾート用の夜間保育所設置
 →市営住宅のレジデンスゾーンへの改修・従業員宿舎・駐車場の整備
 →住民意識調査+マーケティング活用(2030年ミレニアム世代に向けて)
 →イベント・祭りの復活支援・旅行者への開放促進
 →トレイル・サイクルロードの整備
 →農業ボランティア・登山道整備ボランティア旅・担い手のいない商店保護
 →通り会・商店街・コミュニティの育成支援

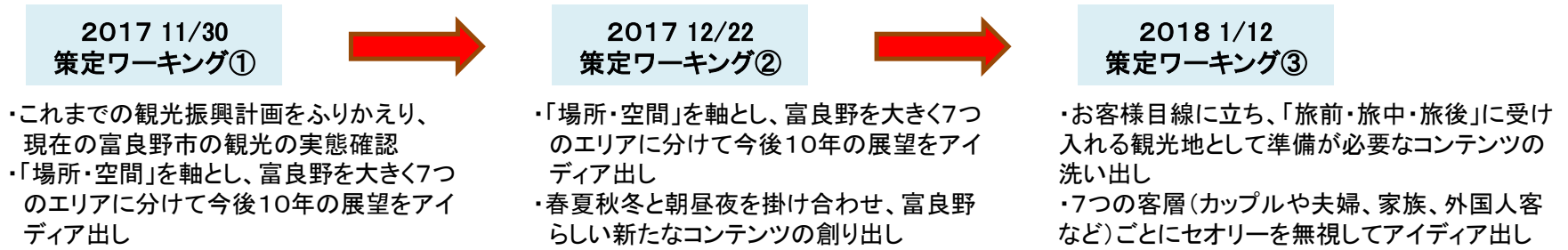
策定ワーキングチーム

検討成果

■ 策定体制と経緯①

1. 策定ワーキングチーム

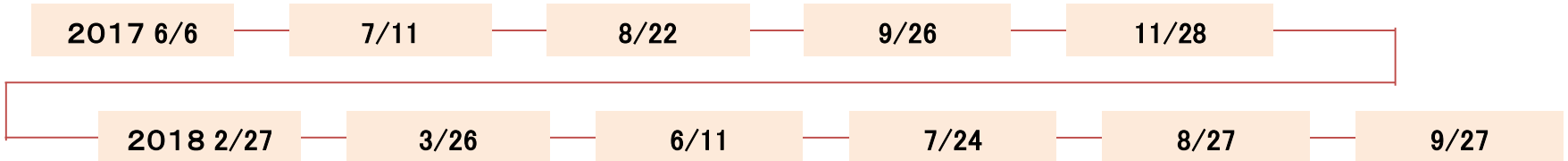
- 市内で他業種に渡り活躍している主に40歳以下の市民により、結成(10名)。
- 観光という分野に固執せず、「富良野」の現状や課題、今後の10年を見据えた上での期待や展望をワークショップ形式にて出し合った。
- ワークショップはテーマごとに計3回実施。会社や団体を背負わずに、一市民として、富良野の将来を担う世代のひとりとしてアイデア出しをおこなっていただいた。



2. 富良野市観光戦略会議→ふらの観光まちづくり戦略会議

- 市内の有識者による、富良野市の観光に関する様々な戦略を検討する会議。
- 市商工観光課・ふらの観光協会・富良野商工会議所より現在13名の構成により組織。
- 下記ワーキングチームの意見やまとめ等を含め、今後10年の目標数値や各ビジョンに対し協議を深めた。

《策定に関わる協議》



3. 市民意見交換会 2018年10月29日 @コンシェルジュフラノ

- 観光関係者を問わず、市民に対して素案の提示とこれに対する意見交換を行った。
- 実際に参加いただいたのは、商工関係者・宿泊事業者・まちづくり関係機関や一般の方を含め約30名。
- 概ね素案に対し理解をいただくことができた。意見としては人材不足や具体的なアクションに関する課題感がいくつか挙がった。

■ 策定体制と経緯②

策定ワーキングチーム

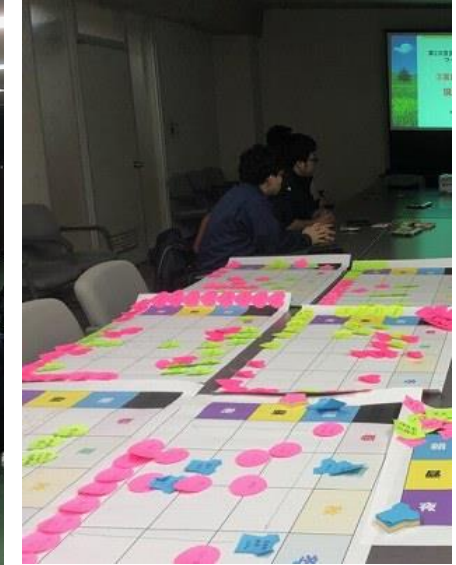
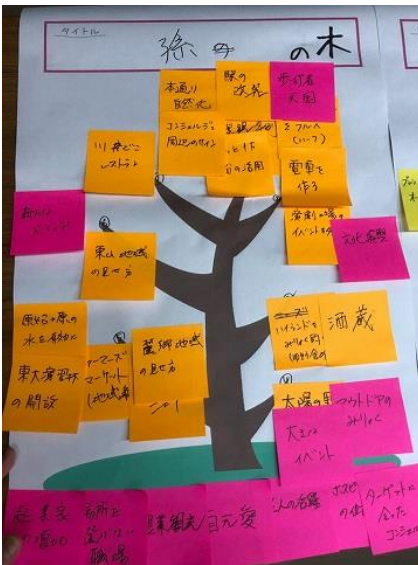
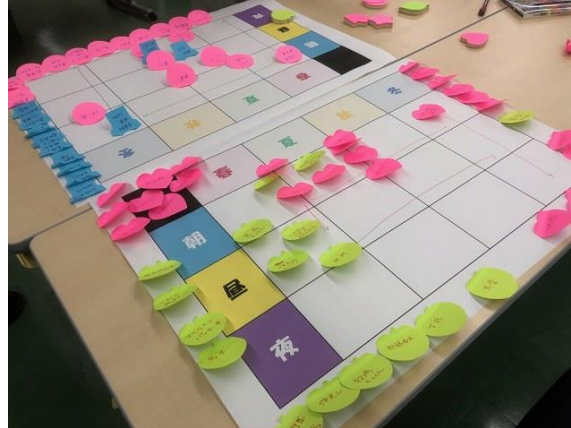
氏名	特徴
中村 靖教	デザイン・SNS
山田 健太	農業従事・地域おこし
出合 祐太	食・国際・スポーツ
佐々木志英	体験・アウトドア
高橋 諒介	地域おこし・環境
火ノ川祐貴	農業指導
福士明日美	福祉・介護
谷口 大奨	社会教育
棟方 康明	福祉事務
福士 昇眞	商工労働

ふらの観光まちづくり戦略会議

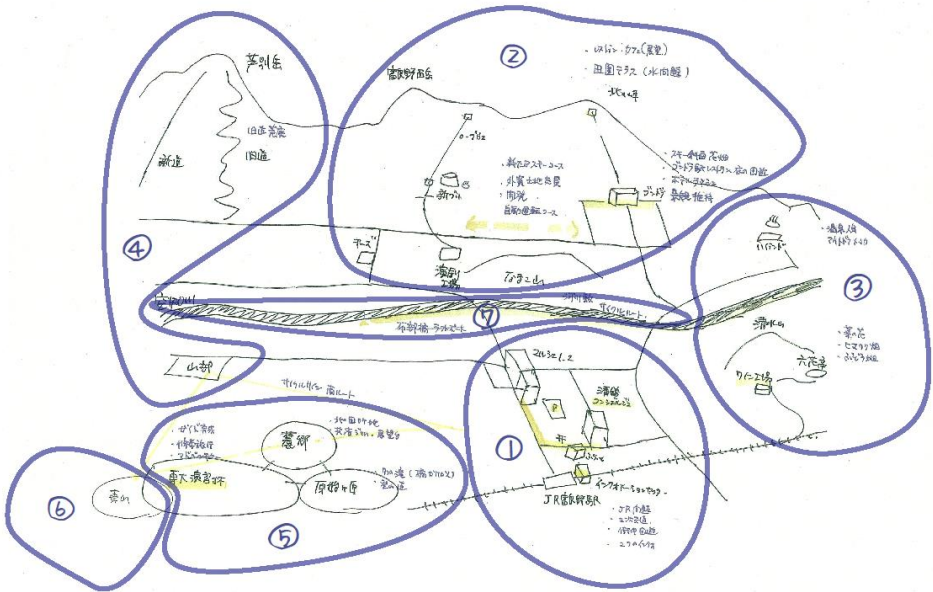
氏名	所属
鈴木 敏文	ふらの観光協会 会長
伊賀 祐治	〃 副会長
大竹 泰文	〃 副会長
中村 吉明	〃 理事
小林 英樹	〃 理事
峰廻 賢	〃 専務理事
石川 芳	〃 事務局長
野村守一郎	〃 国内誘客宣伝担当
大玉 英史	富良野商工会議所 専務理事
大西 崇規	〃 職員
西本 伸顕	ふらのまちづくり株式会社 代表取締役
岩本 力	〃 統括マネージャー
藤田 均	株式会社富良野物産振興公社 代表取締役
後藤菜生子	〃 職員
後藤 正紀	富良野市 経済部長
本田 寛康	〃 経済部商工観光課長
松木 政治	〃 経済部商工観光課主幹

■ 策定体制と経緯

策定ワーキングの様子



1. これまでの議論を踏まえた課題とアイデア ～策定ワーキングチームより～



1. 「場所・空間」軸の観点から(富良野を大きく7つのエリアに割って思案)
 - 東山に住む人を増やしたい。従業員を増やして住まわせたい。のぎくに村を作りたい
 - 農業を見せたい・体験させたい。親世代は頼れないので若者がやらなきゃ。
 - 「何もない」が東山の魅力
 - マルシェをもっと地元の人が使いやすいように(観光客しか買い物をしてない)
 - 外部から来る人が増える→それをどう地元地域と繋げるかが重要
 - タクシーを乗り合いにしたり、トロリーバスを導入するなどし2次交通を改善
 - 家賃高騰がニセコのような惨状を招く危険性
 - へそ祭り(踊り)は楽しいが長時間見てもらえない
 - まちなかエリアは全国どこにでもある街並み
 - 麓郷あたりにグラウンド付きのオーベルジュが欲しい
 - SNSをもっと活用した自然以外の富良野の魅力発信が必要
 - 目指すならその土地に合った造りが良いと思う
 - 景観条例の進んでいる地域は見ていると素晴らしい(富良野は表示デザインバラバラ)
 - 島ノ下あたりに酒蔵などがあるとおもしろい
 - 本物の文化に触れることのできる何かが欲しい
 - 地元の人が地元の魅力を知らない

6. これまでの議論を踏まえた課題とアイデア ～策定ワーキングチームより～

- ・よそ者増加 ・子供に魅力がある ・各地域の活性化 ・地元の人に発信強化
- ・お土産じゃなく体験できる何か ・市街地集中の是正 ・スキー以外の何か
- ・演習林をもっと活用 ・脱北の国から ・何もないから何でもできる
- ・観光地だけど脱観光地 ・農業発展 ・自分のムラを作る ・住環境の向上

- ・行き来するトロリーバス ・あいのりタクシー ・へそ祭りをもう少し工夫する
- ・空知川でモーターパラグライダーを飛ばす ・雲海タワーを作る
- ・スキーのジャンプ場を作る ・ニセコみたいにならないように ・住宅が高い
- ・楽しませてまた来てもらいたい ・ダム湖で何かしたい

- ・おもしろい人が増えている ・すごい人コンテスト
- ・日本語学校、インターナショナルスクールの開校 ・大学、専門学校誘致
- ・テレビ(SNSを使った)などで毎日プロモーション ・毎月ライブ、映画、グルメ市
- ・職人アーケード ・JR車内でイベント開催
- ・「富良野にないものマルシェ」(食、文化、芸能など)
- ・スポーツリーグ(5～9月/11～3月) ・グラウンド付きオーベルジュ

- ・起業家の増加 ・大学の誘致 ・場所を選ばない職場 ・農業観光 ・地元愛
- ・老人の活躍 ・ホスピタリティーの位置づけ ・ターゲットに合ったコンシェルジュ
- ・大きなイベント ・アウトドアの魅力 ・太陽の里の有効活用 ・ライドシェア
- ・原始ヶ原の水を有効活用 ・ファーマーズマーケット(地域ごとに)
- ・麓郷地域の見せ方 ・ハイランドのさらなる魅力向上 ・酒蔵 ・新たなメディア
- ・東山地域の見せ方 ・東大演習林の開放 ・川床レストラン
- ・コンシェルジュ周辺のサイン ・本通り自然化 ・駅の改装 ・歩行者天国
- ・景観条例 ・ふらっと1F部分の活用 ・電車を作る ・演劇工場のイベントを多く
- ・文化振興 ・へそマラソンをフル(またはハーフ)マラソンに

2. 「季節・時間」軸の観点から(春夏秋冬と朝昼夜を掛け合わせて思案)

○春の朝・冬の夜にイメージできる観光コンテンツが少ない ○観光に携わる人のみならず、観光客に対する市民全体でのホスピタリティ向上が必要

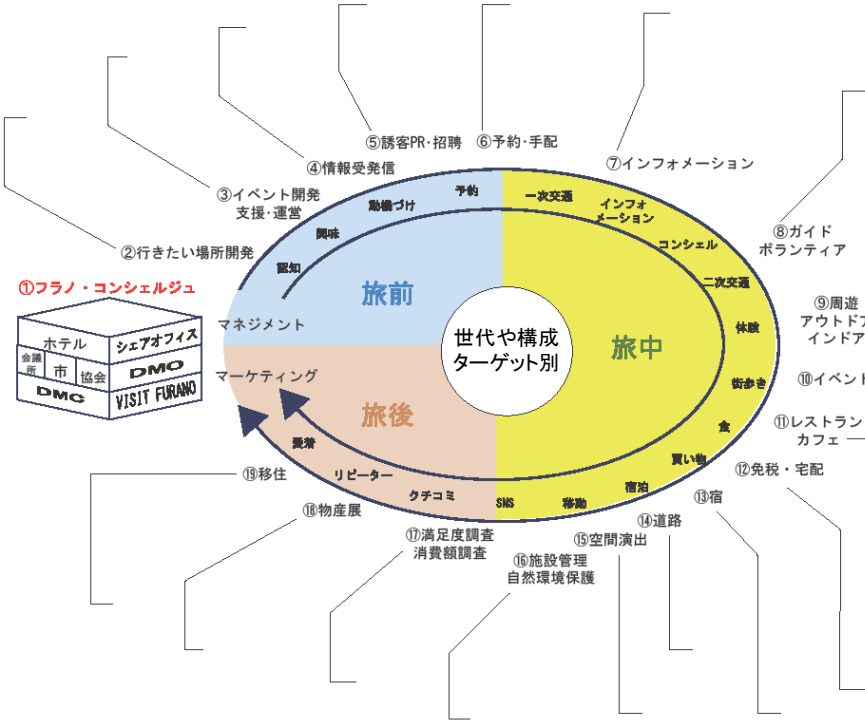
○花をはじめ、山・川など雄大な自然景観を観光に活かしてきていない ○昼間に集中した観光コンテンツを、人の動きそれぞれに対応できる幅をもたせたい

○グリーン期(夏)とホワイト期(冬)に観光入込が集中し、春秋の魅力が高まっていないため、こういった時期に新たな魅力を 発掘または創出したい。また年間の入込数を季節全

体に平準化し、観光業における通年雇用結びつけたい

		春	夏	秋	冬
朝	<ul style="list-style-type: none"> ・雲海 ・みどり ・風車 ・若者動かす ・朝マルシェ ・一次産業(農林業) ・十勝連邦の朝日 ・演劇DAY(ロングラン) ・残雪の十勝岳 ・コアワーキング ・子供用の施設 	<ul style="list-style-type: none"> ・きれいな川 ・くまげら ・雲海 ・花 ・農 ・水田 ・みどり ・自然 ・学校 ・アスパラ、とうきび収穫 ・みどり ・ひまわり ・メロン ・ネギ ・野菜 ・坂 ・キャンプ ・一次産業(農林業) ・小さな公園 ・熊見学 ・バードウォッチング ・フィールドワーク ・十勝連邦の朝日 ・朝マルシェ ・学生演劇部フェス ・ラベンダー ・スポーツ、アウトドア ・アクティビティ ・キッズニア(普段出来ないこと1日体験) ・ファーマーズマーケット local version 	<ul style="list-style-type: none"> ・農業(従事者) ・なまこ山 ・メロン ・花 ・ネギ ・雲 ・農 ・でっかい公園で高齢者散歩 ・野菜 ・一次産業(農林業) ・朝ピアモール ・朝地酒 ・温泉めぐりツアー ・子ども演劇まつり ・小麦 ・朝マルシェ ・映画 ・食のイベント ・ヒューマンアカデミー (農業、スポーツ、音楽、料理、その他) ・紅葉 ・ファーマーズマーケット 	<ul style="list-style-type: none"> ・パウダースノー ・スキー場2個つながってる ・雲 ・オムカレー ・一次産業(農林業) ・若者のみの混浴施設(無料)※河川敷に ・スキーツアー(キャンプ込み) ・大学、海外合宿 ・朝日 ・朝マルシェ ・ダイヤモンドダスト ・学校 ・ファーマーズマーケット 	
昼	<ul style="list-style-type: none"> ・子供用の施設 ・保育所たぐさん ・迷路 ・雲 ・よそ者を受け入れる優しい市民感情 ・演劇DAY ・小さな公園 ×ことぶき大学×富高・緑峰 ・若者たぐさん ・演習林 ・一次産業(農林業) ・よそ者を受け入れる雰囲気 ・春の山策ツアー ・花見 清水山 ・飲食 オムカレー 	<ul style="list-style-type: none"> ・くまげら ・登山 ・太陽の里 ・青春と坂 ・ネギ ・迷路 ・メロン狩り ・キャンプ ・チーズ ・川下り ・へそ祭り ・和イベント ・小さな公園 ・山 ・川 ・屋外フェス ・野菜 ・祭り ・子供用の施設 ・地バーガー ・自然の中で遊べる場、アスレチック ・農業 ・川 ・樹海 ・大学、海外合宿 ・音楽 ・地元のおもしろいことスピーカー ・キッズニア ・学生演劇部フェス ・ラベンダー ・飲食 オムカレー ・スポーツ、アウトドア ・アクティビティ ・北の国からフェス ・フルマラソン ・へそ祭り(腹に水をかける) 	<ul style="list-style-type: none"> ・演劇 ・オムカレー ・演劇施設 ・温泉 ・農 ・ネギ ・迷路 ・ぎんなんおやつ ・玉ねぎ ・紅葉 ・ぶどう果汁 ・ワイン ・野菜 ・祭り ・ぶどう 子供用の施設 ・ワインラーメン ・チーズ ・地元野菜を生かしたオムカレー ・北の国から ・カレーの野菜集めツアー ・ヒューマンアカデミー 	<ul style="list-style-type: none"> ・(タグ)ラグビー ・スキー祭り ・国際スキー場 ・スキー場2個つながってる ・迷路 ・オムカレー ・一次産業(農林業) ・スイーツフェスをスキー場で ・子どもたちが無料で遊べる施設 ・ケーキ屋 ・パン屋 ・山部スキー場 ・ふらのゆきんこまつり ・雪 ・スキー場の市民割引(大幅な) ・北の国から ・スキーツアー(キャンプ込み) 	
夜	<ul style="list-style-type: none"> ・一次産業(農林業) ・なまこ山 夜桜×地酒 ・演劇DAY(ロングラン) ・飲み屋 屋台通り 	<ul style="list-style-type: none"> ・へそ祭り ・太陽の里 ・ピアモール ・ヘソ祭り ・へそ祭りピ・アモール花火大会×ワインチーズ ・どうろう飛ばし×花火 ・スキー場でへそ祭り ・夜景のきれいな場所 ・学生演劇部フェス ・ビールパーティ ・灯ろうとばし ・ラベンダー ・畑で迷路 ・花火 ・スポーツ、アウトドア ・星 ・ホテル ・屋台通り ・キッズニア ・トマト投げ ・飲食 オムカレー 	<ul style="list-style-type: none"> ・温泉 ・ふらのワイン ・ふらのチーズ ・異文化ビールパーティ ・夜景のきれいな場所 ・灯ろう飛ばし(イベント) ・チーズ×ワイン ・ワイン×メロン ・飲み屋ツアー ・屋台通り ・ワインパーティ、ぶどう果汁パーティ ・星 ・ヒューマンアカデミー 	<ul style="list-style-type: none"> ・国際スキー場 ・ニングルテラス ・スキー場でそり ・スキー場2個つながってる ・一次産業(農林業) ・太陽の里で冬フェス(音楽的だな) ・芦別岳滑降ツアー ・スキーツアー(キャンプ込み) ・ホットワイン ・屋台通り ・星 	

3. 「旅行者目線」軸の観点から(旅前→旅中→旅後における必要コンテンツを列挙)



- 《若年カップル層》
- ・フォトスポット
 - ・SNS共有
 - ・アウトドア×音楽
 - ・フラノポータル
 - ・WEB
 - ・カテゴリ別ガイド紙
 - ・ガイドを世代別を選ぶ
 - ・映画制作
 - ・富良野タパス
 - ・ゲリラレストラン
 - ・ニーズに合った宿の振り分け
 - ・歩行者天国
 - ・QRを用いたクーポン
 - ・恋の思い出イベント
 - ・街中ラジオ

- 《老年夫婦層》
- ・トウクトウク
 - ・セカンドライフ
 - ・カタログプラン
 - ・シニアアウトドア
 - ・ちよこっとランチ
 - ・バリアフリー宿
 - ・順路案内
 - ・健康診断
 - ・物産のデリバリー
 - ・森、温泉
 - ・会員様向けレター
 - ・やさしい時間
 - ・農作物収穫
 - ・無音の世界
 - ・コンドミニウム

- 《外国人夫婦層》
- ・日本文化ワークショップ
 - ・海外OTA
 - ・英語版カテゴリーブック
 - ・英語が不自由な環境
 - ・ウォーキングエリア
 - ・日本食の充実
 - ・ケータリングサービス
 - ・民泊
 - ・屋台
 - ・翻訳アプリ
 - ・コンドミニウム
 - ・THE日本街、外国人街

- 《ファミリー層》
- ・ファミリー広場@WEB
 - ・キャラクターとのふれあい
 - ・リアルなネイチャー体験
 - ・ウォークラリー
 - ・演劇体験
 - ・休憩できるスペース
 - ・運動会
 - ・キッズニア

- 《若年女子旅層》
- ・アウトドアフェス
 - ・女性芸能人によるSNS、WEB
 - ・マッチングサービス
 - ・トレジャーフラノ
 - ・同世代ガイドの選択
 - ・タパス
 - ・30代以下向けの物産
 - ・富良野で出合いの場提供
 - ・イケメンと花畑
 - ・オリジナルグッズ

- 《外国人ペアカップル層》
- ・SNS発信
 - ・タブレットレンタル
 - ・街バル
 - ・屋台
 - ・スキーレンタル
 - ・タパス
 - ・はしご酒
 - ・TEH日本街、外国人街

- 《熟年女性旅層》
- ・文化体験
 - ・子、孫からWEBで情報
 - ・おみやげ10選
 - ・若い男のガイド
 - ・オリジナルドラマ、ドラマ誘致
 - ・温泉施設
 - ・記念手形など
 - ・市場

ふらの ビジョン
FURANO VISION 2030

発行：富良野市
（主管／経済部商工観光課）