

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月1日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人噴火湾とようら観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 北海道虻田郡豊浦町	
所在地	北海道虻田郡豊浦町字旭町2-1-2 JR豊浦駅2階	
設立時期	平成30年6月20日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	5人【常勤4人、非常勤1人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 金丸 孝 （出身組織名） （一社）噴火湾とようら観光協会 理事長	（一社）噴火湾とようら観光協会の理事長として、豊浦町の観光地域づくりを推進。噴火湾とようら観光協会理事長就任前より、NPO法人豊浦観光ネットワーク理事長として豊浦町における観光振興の取組に携わる。各種企業、地域住民等の様々な人脈を有しているとともに、商工会、漁協、農協や西胆振地域の経済界との繋がりも太く、地域の観光振興を牽引している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 徳田 照男「専従」 （出身組織名） （一社）噴火湾とようら観光協会 専務理事	設立時の平成30年6月より現職。以前は豊浦町商工会に37年間勤務。事務局長として17年間の経験、実績を通して、マーケティング、ブランディング、地域活性化について知見と能力を有し、事業者をはじめ各方面のパイプ役となっている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 秋田 雅道 （出身組織名） 伊達信用金庫 常勤理事	令和4年4月より現職。伊達信用金庫にて28年の勤務実績。令和3年6月より伊達信用金庫常勤理事として、財務管理についての知見と能力を有する。中小企業診断士保有。
事業構築・運営担当（専門人材）	（氏名） 岡本 貴光「専従」 （出身組織名） （一社）噴火湾とようら観光協会 事務局長	町産業観光係長として平成30年より観光協会の設立を担当し、同年7月より派遣職員（事務局長）として組織運営全般を担当。令和5年3月末に豊浦町を退職し、同年4月に観光協会へ完全移籍。

<p>旅行商品の 造成・販売・情報発信 担当 (専門人材)</p>	<p>(氏名) 田中 博子「専従」 (出身組織名) (一社) 噴火湾とようら 観光協会 事務局次長</p>	<p>テレビ局での制作業務や旅行会社での添乗業務経験を有し、旅行商品の造成、情報発信ツール整備など業務全般に従事。国内旅行業取扱管理者。</p>
<p>総務担当 (専門人材)</p>	<p>(氏名) 青木 薫「専従」 (出身組織名) (一社) 噴火湾とようら 観光協会 事務局主任</p>	<p>豊浦町商工会に13年間勤務。各種受託管理業務や地域との調整など業務全般に従事。</p>
<p>連携する地方公共 団体の担当部署名 及び役割</p>	<p>豊浦町 水産商工観光課 (観光振興、産業振興、漁業振興) 政策財政課 (地方創生、ふるさと納税、総合計画、地域公共交通) 教育委員会 生涯学習課 (学校教育、社会教育) 町民課 (アイヌ関連施策)</p>	
<p>連携する事業者名 及び役割</p>	<p>豊浦町商工会 (受入環境の整備、商工業者との連携) いぶり噴火湾漁業協同組合 (漁業体験プログラム造成、食と観光の連携) とうや湖農業協同組合 (農業体験プログラム造成、食と観光の連携) 天然豊浦温泉しおさい (宿泊) 伊達信用金庫 (事業推進のための資金調達に関する助言及び協力) 北海道新聞社室蘭支社 (事業推進のための情報発信に関する助言及び協力) 株式会社北海道宝島旅行社 (着地型旅行商品の開発) 株式会社JTB北海道事業部 (着地型旅行商品の開発) 株式会社スノーピーク地方創生コンサルティング (キャンプ関連事業の開発) 北海道豊浦アイヌ協会 (アイヌ文化関連観光プロモーション) 豊浦町郷土研究会 (自然、歴史、文化の伝承に関する助言及び協力) 北海道旅客鉄道株式会社 (2次交通対策) 道南バス株式会社洞爺営業所 (2次交通対策) 有限会社豊浦ハイヤー (2次交通対策) 北海道登別洞爺広域観光圏協議会 (広域観光振興事業) 北海道新幹線×n i t t a n地域戦略会議 (広域観光振興事業) 洞爺湖周辺地域観光対策協議会 (広域観光振興事業) ようてい・西いぶり広域連携会議 (広域観光振興事業) はしっこ同盟 (広域観光振興事業)</p>	
<p>官民・産業間・地域 間との持続可能な 連携を図るための 合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する登録要件) ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 (概要) 観光地域づくり法人の母体である一般社団法人噴火湾とようら観光協会の理事会は、行政、観光、商工、金融等の分野に携わる多様な関係者により選出されている他、地域内外の多様な関係団体で一般社団法人を構成し、必要に応じて専門部会を開催することで、持続可能な観光地域づくりを推進し各種合意形成を図る。</p>	

地域住民に対する  
観光地域づくりに  
関する意識啓発・  
参画促進の取組

「住んでよし、訪れてよし」を標榜する観光地域づくり法人として、出来るだけ多くの地域住民を巻き込み、来訪して満足してリピーターとなってくれる交流人口を増やすことによって、豊浦町の老若男女のシビックプライドを高める。また SDGs に興味関心の高い欧米等の外国人等、多様な観光客を積極的に受け入れることで、ダイバーシティへの理解を深め、地域の持続可能性を担保する。豊浦町が、地域住民が誇りを持って暮らし続けたいマチ、外から訪れる観光客が住んでみたいもしくは交流・関係を続けたいマチとなれるように、以下の取組みを実施している。

◆豊浦町民が地域の観光資源について理解を深め、観光客に対するガイド活動や危機管理を実践できるよう研修会等を開催し、住民参加型の観光まちづくりを推進する取組みを行っている。

【活動実績】

- ・平成30年10月20日 【とようら観光ガイドサポーター勉強会】
- ・平成30年10月24日 【とようら観光ガイドサポーター勉強会】
- ・令和 元年 6月19日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 元年11月 6日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 2年 6月 3日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 2年 6月17日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 2年10月 8日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 3年10月25日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 4年 9月29日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 4年10月 7日 【体験プログラムづくりワークショップ】
- ・令和 4年10月16日 【体験プログラムづくりワークショップ】

【とようら観光ガイドサポーター勉強会の様子】



【体験プログラムづくりワークショップの様子】



◆豊浦中学校での総合学習にも講師として積極的に協力し、2年生は26時間のカリキュラムで、国連が国際観光年（1967年）に掲げたスローガンである「観光は平和へのパスポート」をテーマとしたふるさと学習を行い、町内観光施設のPR動画作成を通して「気づき・調べて・発信する」授業により、次世代を担う町民へ観光地域づくりの重要性を伝える取組みを行っている。

地域住民に対する  
観光地域づくりに  
関する意識啓発・  
参画促進の取組

### 【中学校でのふるさと学習の様子】



### 【活動実績】※令和4年度実績

- ・ 9月29日【オリエンテーション 2H】
- ・ 10月 5日【体験プログラム参加 3H】
- ・ 10月 6日【役割分担、構成指導 2H】
- ・ 10月17日【構成指導、絵コンテ制作 2H】
- ・ 10月18日【構成指導、絵コンテ制作 2H】
- ・ 10月27日【体験プログラム撮影 3H】
- ・ 11月 2日【編集指導 2H】
- ・ 11月 9日【編集指導 2H】
- ・ 11月17日【編集指導 2H】
- ・ 11月22日【編集指導 2H】
- ・ 11月28日【プレゼン指導 2H】
- ・ 12月16日【プレゼン本番 2H】※保護者参観にてプレゼン実施

◆豊浦町内の20～40代の異業種30名ほどで構成された「TOYOURA 世界ホタテ釣り協会」と連携し、ホタテ釣り体験の商品造成や販売促進に向けたPR活動を行うなど、インバウンド受入の体制整備に取り組んでいる他、基幹産業であるホタテ漁のPRも兼ねた「豊浦町ホタテオーナー制度」の実施については、漁協青年部との連携で事業推進しており、若手世代の積極的参画にも取り組んでいる。(オーナー制度はコロナ禍で中止)  
なお、「TOYOURA 世界ホタテ釣り協会」が観光庁・スポーツ庁・文化庁の3庁連携事業として開催された「スポーツ文化ツーリズムアワード2020」において、これまでの取り組みが評価され、特別賞である【食文化ツーリズム賞】を受賞している。

### 【ホタテ釣りPRイベント（札幌ドーム）＆インバウンド体験受入れの様子】



地域住民に対する  
観光地域づくりに  
関する意識啓発・  
参画促進の取組

【スポーツ文化ツーリズムアワード 2020 認定証&新聞記事（北海道新聞）】



◆当協会が管理運営を行っている「豊浦渚パークゴルフ場」にて、町民の交流促進と健康増進を目的とした「観光協会杯パークゴルフ大会」を開催し、施設利用の普及や当協会の活動について参画促進を図っている。

【開催実績】

※令和2年～3年度はコロナ禍のため開催中止

- ・第4回大会 令和 4年 6月 8日 参加者 79名
- ・第5回大会 令和 4年 9月 15日 参加者 85名

【パークゴルフ大会の様子】



◆豊浦町ではホタテ養殖の際、「耳づり」と呼ばれる養殖方法でホタテ貝にピンを刺し、海中のロープに吊るして育てられておりますが、ピンやロープから落ちずに水揚げされたホタテのみ出荷されており、豊浦町のホタテはまさに「落ちないホタテ」です。  
そこに着目し、験担ぎで「落ちないホタテ」の合格祈願お守りをホタテの貝殻で制作し、高校受験を控える中学生に激励の言葉を添えて手渡しております。





地域住民に対する  
観光地域づくりに  
関する意識啓発・  
参画促進の取組

◆衆議院の解散総選挙（令和3年10/19公示 - 10/31投票）の日程に合わせ、特産のホタテに限らず豊浦町で水揚げされる代表的な海の幸を「立候補者」として見立て、人気No.1を決定する投票企画「海産総選挙」を開催することで、豊富な魚種が水揚げされる「海のマチ」豊浦町を全国の方に知っていただくこと、また地域資源の豊かさを全国に発信することで、郷土に対する誇りを醸成することを目的として、各種メディアでの情報発信を展開。選挙期間中、連日全国ニュース等で報道されたことで、地域住民からも高い関心が寄せられた。



2019年11月18日(日) 豊浦スゴーン 会場：豊浦町 投票時間：10時～18時 投票所：豊浦スゴーン

やっぱり響くホタテがナンバーワン!!

**ホタテ** 有言実行!! 格の違いを見せつけた

◆海産総選挙 投票結果◆

ホタテ	7,054
毛ガニ	4,163
ウニ	3,786
ポタンエビ	3,085
サケ	2,758
カキ	2,061
ブリ	1,460
カレイ・ヒラメ	808

北海道 豊浦町 海産総選挙 結果発表

ホタテがトップ2位!!

ふるさと応援寄付金

豊浦町 To You

大漁投票御礼  
有効投票数 25,175 票!!

誠にありがとうございました。  
今後とも北海道豊浦町をご縁に!!  
【今回の候補者たちと源礼品で会えるかも...】  
北海道豊浦町  
ふるさと応援寄付金（ふるさと納税）

北海道 豊浦町  
ふるさと応援寄付金

有効投票数 25,175 票!!

投票券のりょうごきょうじせい!!

ふるさと応援寄付金



<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 平成30年6月設立以降の活動</p> <p>1、公的事業</p> <p>(1) 情報発信・宣伝事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光HPによる情報発信事業（兼予約システムの導入）</li> <li>・各種SNSによる情報発信事業（公式Facebook、Instagram）</li> <li>・各種マスメディア活用宣伝事業</li> <li>・観光パンフレット、ポスター制作事業</li> <li>・観光プロモーション動画制作事業</li> <li>・観光プロモーションノベルティ制作事業</li> <li>・小幌フォトコンテスト、フォトカレンダー制作事業</li> <li>・ARを活用した観光施設情報発信事業</li> <li>・DMOレポート発行事業</li> <li>・豊浦町アンテナショップ出店調査事業</li> </ul> <p>(2) セールス・誘致事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・道内外観光プロモーション事業</li> <li>・旅行エージェント・マスメディア招聘事業</li> <li>・教育旅行誘致事業</li> <li>・スポーツ観光誘致事業</li> <li>・訪日外国人誘致事業</li> <li>・秘境到達証明書発行事業</li> <li>・物産展開催事業</li> <li>・公式通販サイトの開設 ・広域連携事業</li> </ul> <p>(3) 観光案内・相談対応事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内、相談ワンストップサービス事業</li> <li>・観光ガイド人材育成事業</li> <li>・豊浦版指さしコミュニケーションシート制作事業</li> <li>・豊浦中学校での総合学習</li> </ul> <p>(4) 行政事務受託検討事業</p> <p>2、自主事業</p> <p>(1) 体験プログラム造成事業</p> <p>(2) 新規プラン造成検討事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・噴火湾クルーズ海上遊覧船実証事業</li> <li>・アウトドアメーカーと連携したキャンプ場活性化検討事業</li> <li>・観光レンタサイクル事業</li> <li>・豊浦漁港セリ見学リモートツアー</li> <li>・オンライン料理教室</li> <li>・ホタテのドライブスルー販売会</li> <li>・「あなたの知らないホタテの世界」動画体験セット販売</li> <li>・ホタテ釣り体験セットの販売</li> <li>・「落ちないホタテ」合格祈願お守りの販売</li> <li>・貸切り列車ガイドツアー</li> <li>・SUPヨガ体験</li> </ul> <p>(3) 新規イベント創出事業</p> <p>3、受託事業</p> <p>(1) 公園整備等受託事業</p> <p>4、諸会議の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・通常総会</li> <li>・理事会</li> <li>・町産業観光課との定例ミーティング</li> </ul>
---------------------	---



## 法人のこれまでの活動実績

- ・外部専門家会議
- ・豊浦町山村活性化推進協議会

ふるさと納税返礼品やECサイトにおける町内特産品の販売増を視野に、地域資源や市場動向を調査するとともに、ブランド戦略の検討やターゲット選定にも着手し、一次産品の高付加価値化による事業者所得向上と、ふるさと納税返礼品としてのブランディング等を行うことで寄附金額向上に繋げ町財政に貢献することを目的に「豊浦町山村活性化推進協議会」を町役場、商工会、漁協、農協、観光協会の5団体で設立。農水省の農山漁村振興交付金事業に採択され、同交付金を活用した各種事業を展開。

## 【令和3年度の取組内容】

## ＜調査事業＞

- ・地域資源調査、EC販売運用事例調査、先進地視察（白糠町、別海町 他）

## ＜合意形成＞

- ・協議会の開催や定期会合により、関係団体との情報共有と連携推進

## ＜付加価値化＞

- ・特産品販売運用方法の検討
- ・特産品試作開発（ホタテバターめし）、
- ・「ホタテ釣り体験セット」の商品化（ECサイトで67セット販売）
- ・プロモーション素材制作（写真撮影）
- ・プロモーション広告（道新広告）
- ・グルメ&ダイニングスタイルショー「山の恵みマッチング」ブース出展

## 【令和4年度の取組内容】

## ＜デジタルマーケティング＞

- ・年度別人気商品比較、品目別人気容量商品比較、人気ECサイト比較、サイト別人気商品比較、月別販売数比較…等の分析

## ＜合意形成＞

- ・協議会の開催や定期会合により、関係団体との情報共有と連携推進

## ＜商品開発（改良）による商談会出展＞

- ・「ホタテバターしょうゆめし」の改良試作
- ・商談会出展によるアンケート調査の実施

## ＜ポータルサイト構築&amp;特産品プロモーション＞

- ・「豊浦町ふるさと特産サイト」の構築
- ・プロモーション素材制作（写真撮影）
- ・プロモーション用SNS広告

（定量的な評価）

## ＜自主事業＞

（1）体験プログラム造成事業

【体験受入状況報告】平成30年7月～令和4年3月末（累計）

- ・豊浦の旬ツアー（漁港散策、いちご狩り、野菜収穫、居酒屋ランチ等）
 

	93組	671名	売上	3,555,055円
--	-----	------	----	------------
  - ・ホタテ釣り選手権体験
 

	14組	728名	売上	1,912,880円
--	-----	------	----	------------
  - ・その他体験
 

	7組		売上	253,280円
--	----	--	----	----------
- 【合計】114組 1,434名 売上 5,721,215円

※国籍別内訳 (多国籍グループがあったため、上記組数と不一致)

・シンガポール	30組	136名	・日本	42組	651名
・台湾	5組	91名	・タイ	3組	347名
・フィリピン	6組	58名	・マレーシア	8組	44名
・オーストラリア	9組	32名	・アメリカ	5組	28名
・ドイツ	2組	3名	・カナダ	2組	11名
・ブラジル	1組	1名	・スペイン	1組	2名
・香港	2組	24名	・インドネシア	1組	6名

(2) 通販サイト開設

新型コロナウイルスの感染拡大により、町内でのイベントや各地での物産展が相次いで中止となるなか、特産品販売の機会が減少した町内事業者の所得向上の一助として当協会が運営する通販サイトを令和2年7月より開設した他、豊浦町内の旬の食材を全国各地に発信する取り組みを展開。

【年間販売実績】※開設日：令和2年7月6日

主な販売商品：活ホタテ、ウニ、毛ガニ、SPF豚、生たまご 他

令和2年度売上額：1,370,330円

令和3年度売上額：1,144,595円

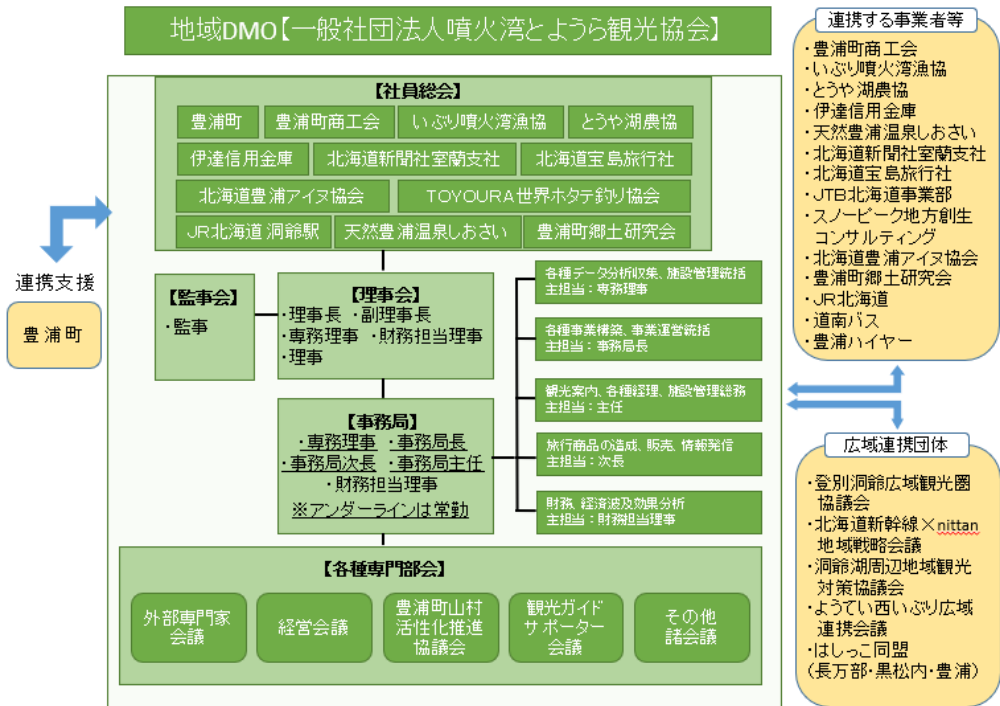
令和4年度売上額：1,807,170円

実施体制

【実施体制の概要】

一般社団法人噴火湾とよら観光協会が母体となり、メンバーには、行政、商工会、信用金庫、漁業協同組合、農業協同組合、宿泊施設、交通事業者、民間の旅行会社など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。

【実施体制図】

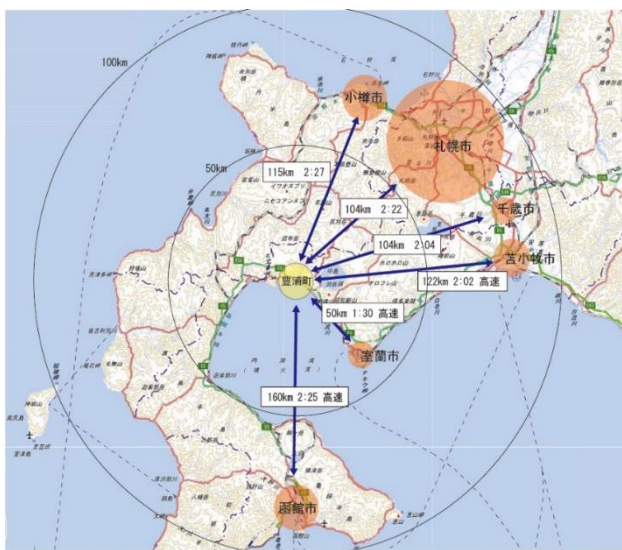


2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

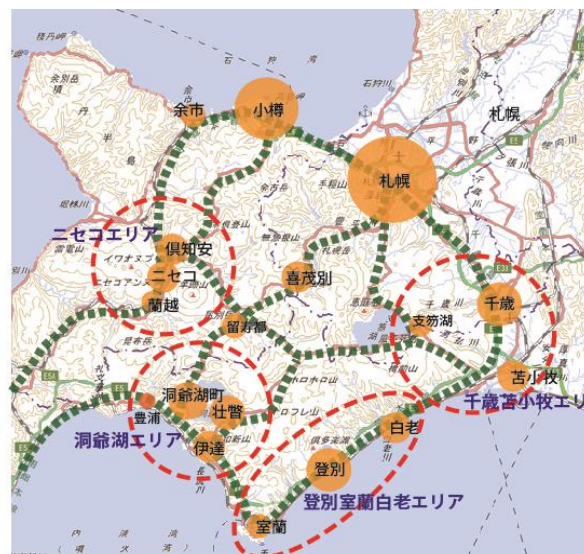
【区域の範囲が分かる図表 対象区域：北海道豊浦町】



《豊浦町の位置》



《周辺エリアとの位置関係》



【区域設定の考え方】

豊浦町は、北海道胆振管内の西端に位置する農業、漁業を基幹産業とする町で、南は噴火湾、北はニセコ地域、東は洞爺湖に接している。町全体が噴火湾に向かって緩く傾斜した丘陵地にあり、その大半が森林地帯である。また、噴火湾に面した西側の海岸線は断崖絶壁が続き、優れた景観地となっている。

近年、訪日観光客の急増など、我が国における観光の状況は大きく変化しており、豊浦町においても、そうした変化に対応できる新たな観光の展開が求められているが、それらの課題を解決し、地域住民が郷土に対する誇りと愛着を醸成する豊かな地域づくりに繋げていく「小さな町の新たな挑戦」を展開し、豊浦町内における観光産業の健全な発展と、地域経済の活性化及び文化の向上に寄与する事を使命として、一般社団法人噴火湾とようら観光協会を主体とした地域DMOを設置し、豊浦町全域を区域設定とするのが適切である。

**【観光客の実態等】**

豊浦町の観光入込客数は下記の通りである。その内訳は、概ね全体の95%が日帰り客で、5%が宿泊客となっている。日帰り客の内訳は「天然豊浦温泉しおさい」及び「道の駅とようら」利用者が日帰り客全体の84%を占めており、豊浦町観光におけるこの2施設の存在は大きい。また、宿泊客に関しては、宿泊客全体の約75%がキャンプ場利用者となっているのが特徴といえる。

なお、新型コロナウイルス感染拡大の影響による町内観光施設の臨時休業や町内全てのキャンプ場閉鎖に伴い、令和2年度より観光入込客数は大幅に減少している。

【観光入込客数】	H26年度	37.2万人	(2.0万人)
	H27年度	37.6万人	(2.1万人)
	H28年度	42.0万人	(2.2万人)
	H29年度	40.3万人	(2.2万人)
	H30年度	41.6万人	(2.2万人)
	R1年度	41.1万人	(2.3万人)
	R2年度	26.9万人	(0.2万人)
	R3年度	25.5万人	(0.2万人)
	R4年度	31.6万人	(1.7万人)※( )内は宿泊者数(内数)

**【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】****■自然資源**

- ・山岳（昆布岳）
- ・海岸景観（礼文華海岸）
- ・滝・溪谷（ポンベツの滝）
- ・その他自然現象など（洞爺湖有珠山ジオパーク ※日本初の世界ジオパーク認定）

**■歴史・文化資源**

- ・史跡・名勝・観光スポット（カムイチャシ史跡公園、日本一の秘境駅小幌駅、小幌洞窟、礼文華遺跡、文学碑公園、インディアン水車、イザベラ・バードの道、噴火湾ホタテ養殖発祥の地碑）

**■観光施設**

- ・道の駅（道の駅とようら）
- ・展望台（噴火湾展望公園）
- ・海水浴場（豊浦海浜公園）
- ・キャンプ場（豊浦海浜公園キャンプ場、高岡オートキャンプ場、大岸シーサイドキャンプ場、礼文華海浜公園キャンプ場、豊浦森林公園キャンプ場）
- ・パークゴルフ場（豊浦渚パークゴルフ場）
- ・温泉（天然豊浦温泉しおさい）
- ・観光体験施設（すいしゃ）

**■イベント**

- ・とようらいちご豚肉まつり（例年6月上旬の日曜日開催）
- ・豊浦漁港豊漁まつり（例年10月上旬開催）
- ・まるごと豊浦 北の収穫祭（例年3月上旬開催）
- ・世界ホタテ釣り選手権大会

**■特産品**

- ・農産物（イチゴ、アサツキ、豚肉）
- ・海産物（ホタテ、サケ）

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・天然豊浦温泉しおさい（18畳の和室9部屋（最大8名宿泊可/部屋）、ツイン2部屋）
- ・民宿美音（4室）
- ・Guest House 佐藤商店（男女別ドミトリー、最大20名宿泊可）

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

#### ■札幌方面から

- 一般道利用 国道230号経由で約2時間30分
- 高速利用の場合 札幌南ICから豊浦ICで約2時間
- JR利用の場合 札幌→豊浦 約2時間30分  
[札幌駅→(特急)→洞爺駅→(乗り換え・普通列車)→豊浦駅]

#### ■函館方面から

- 一般道利用 国道5号線→国道37号線で約2時間30分
- 高速利用の場合 函館新道→大沼IC→豊浦ICで約2時間
- JR利用の場合 函館→豊浦 約2時間  
[函館駅→(特急)→洞爺駅→(乗り換え・普通列車)→豊浦駅]

### 【外国人観光客への対応】

- ・旅行会社のインバウンド部門の担当者等を対象に各種体験プランやモデルコースの紹介を行い、訪日外国人誘致に取り組んでいる。
- ・外国人観光客にスムーズな対応が行えるよう、町内飲食店向けに文章や単語を指さして意思疎通ができるコミュニケーションシートを制作し、配布、活用を促している。
- ・体験プログラムの受入で、世界13か国より累計75組783名の訪日外国人観光客の受入を行っている。（国籍別内訳はP.9に記載）
- ・北海道観光振興機構の「地域の魅力を活かした観光地づくり推進事業」を活用し、ATWS2023に向けた町内プログラムの磨き上げを行った。アドベンチャートラベル顧客のベースのニーズとされる持続可能な観光もしくは持続可能な観光商品になっているかどうか（サステナブル）に焦点をあて、国内在住の欧米豪の外国人や、通訳案内士、旅行会社社員等を招聘し、サステナブル要素でのプラン磨き上げのためのモニターツアーを2回（令和3年10月8日、10月23日）実施し、観光資源の磨き上げを行った。
- ・エージェントと協働し、ATWS2023の公式エクスカージョンであるPSA（Pre-Summit Adventure）のプランを造成し、2023年9月の本番に向けた行程の見直し等を実施した。
- ・隣接する長万部町、黒松内町と協働し、2030年北海道新幹線の長万部駅開業に向けた地域連携での周遊プラン造成のための、町内観光資源の磨き上げを実施した。大手旅行会社や通訳案内等を招聘し、3町を3泊4日で巡る周遊プランのうち、キャンプ場への宿泊及び、地域の飲食店での食事、一次産業（漁業）に焦点をあてたガイドツアーの実施など、3泊4日全体のストーリーに沿った磨き上げを実施した（令和4年11月8日～11月11日の3泊4日で実施）。

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光による地域への経済効果算出のため。	町内観光施設での観光客アンケート調査（対面調査）により収集。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	行政がとりまとめている延べ宿泊者数実績データを活用。
来訪者満足度	観光振興に対する現状分析を行い、今後の観光施策に活用するため。	町内観光施設での観光客アンケート調査（対面調査）により収集。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	グーグル・アナリティクス等を活用して実施。
インバウンド体験受入数	観光客の利用状況を把握し、今後の観光施策に活用するため。	年間の体験受入数実績より収集。
キャンプ客観光消費単価	観光客の利用状況を把握し、今後の観光施策に活用するため。	キャンプ場での観光客アンケート調査（対面調査）により収集。

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

当法人は民主導・官バックアップによる一般社団法人として観光地域づくり活動を推進するにあたり、「公的事業・自主事業・受託事業」の3事業を主軸とした「小さな町の新たな挑戦」を展開し、豊浦町内における観光産業の健全な発展と、地域経済の活性化及び文化の向上に寄与する事を使命として各種事業に取り組んでいる。

地域経済活性化という視点では、喫緊の課題として「人口減少」がもたらす経済的な負の影響を観光振興によってどのように克服していくのが重要となるが、一方で住民が地域に対する誇りや郷土愛を醸成する取り組みも重要視し、こうした地域の課題に対し候補DMOである当協会が中心となり、様々な地域資源を活用した観光地域づくりを図ることとしている。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新千歳空港⇄函館、札幌⇄函館の移動ルートの大動脈である道央自動車道沿いに位置する立地。</li> <li>・近隣に洞爺湖温泉、登別温泉、ニセコエリアなど一大集客地を有する立地。</li> <li>・安全に楽しめる海水浴場、多様なキャンプ場</li> <li>・いちご、ホタテ、豚肉に代表される豊富な一次産業資源、食に関するブランド</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊のキャパが少ない。</li> <li>・道の駅、しおさい、キャンプ場に観光客の来訪が偏っている。</li> <li>・食品加工を行う会社が少ないため、特産品のほとんどが地元で二次加工されず、原材料のまま町外に流出している。そのため、お金が地域に循環せず、就労の機会も拡大していないという課題がある。</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年7月ウポポイ開業</li> <li>・2023年ATWS北海道開催</li> <li>・2025年大阪・関西万博開催</li> <li>・2030年度末北海道新幹線札幌延伸予定</li> <li>・世界的な国際観光客数の増加</li> <li>・キャンプ、アウトドアブーム</li> <li>・コロナ禍を経ての旅行スタイルの多様化</li> <li>・円安</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内の物価高騰</li> <li>・日本人の人口減少、少子化、高齢化</li> <li>・国際情勢の不安定化による旅行控え</li> <li>・道内主要観光地以外における地域間の競争力強化</li> </ul>

## (3) ターゲット

○第1ターゲット層 【海外】自然や歴史、文化、産業に関心が高い富裕層 (FIT)

- ・訪日外国人 (インバウンド) の個人又は小グループ
- ・オーダーメイド型。地域の自然や、歴史、文化、産業等に興味強い。
- ・シンガポール、マレーシア、フィリピン、インドネシア、タイ、欧米豪等。

○選定の理由

豊浦町における観光施設やガイド人材などソフト面での特性や受入キャパシティを考慮し、少人数での旅行者 (個人又は小グループ) の受入れに重点を置くこととした。また、旅行形態に関しては、可能な限り顧客の興味にあわせて地域の自然や歴史、文化、産業等を深く知ってもらいたいという観点から、誰に対しても同じものを提供する定型の募集型パッケージツアーではなく、顧客の興味に合わせて内容を調整することができる受注型のオーダーメイドツアー客の受入れに重点を置くことにした。

選定の根拠として、取引件数が最も多い旅行会社へのヒアリングから、平成30年の当協会設立当初から受入を行っている受注型オーダーメイドツアーのお客様の平均単価が1人あたり40万円~50万円 (飛行機代を除く、現地での体験、宿泊、交通等の金額合算。北海道内での平均滞在期間は1週間) の顧客層であることから、その金額を支払うことができる層をターゲットとした。

これまでの当協会の体験プログラムへのインバウンド受入れ実績として、令和元年度国外客453名の内、シンガポール51名、タイ347名、マレーシア1名と東南アジアが399名 (88%) を占めるため、引き続き東南アジアをターゲットエリアとする。

近隣にニセコや洞爺湖、登別等、北海道を代表する国際観光地を有する好条件の立地を活かして、一大観光地からターゲットを絞っての誘客を目指す。

<p>また、欧米に関しては、令和5年9月に北海道でアドベンチャートラベルワールドサミットが開催され、当町も本大会前のプレサミットアドベンチャーに一部コンテンツが含まれるなど、ATWSの機会を最大限活用し、今後のAT層の誘客の拡大を見据えているため、欧米もターゲットとする。</p> <p>○取組方針</p> <p>広域連携を中心とした誘客プロモーション活動や各種商談会、旅行博等に積極的に参加するとともに、観光マネジメントやマーケティング等を行い、地域の自然・文化・歴史・食・産業などの観光資源を活かして顧客満足度の高い観光商品を開発し、これを観光客誘致に活用することで、外貨獲得や雇用創出を促進し、地域住民が郷土に対する誇りと愛着を醸成する豊かな地域づくりに繋げていく。</p>
<p>○第2ターゲット層 【国内】キャンプや自然体験に興味が高い都市部の観光客</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・札幌市、又は札幌周辺居住者</li> <li>・家族（イメージ：大人2名、中学生1名、小学生1名）</li> <li>・キャンプ中～上級者（繁忙期以外にも動く層）</li> </ul>
<p>○選定の理由</p> <p>町内に5つのキャンプ場を有し、宿泊客全体の約75%がキャンプ場利用者（H29年度宿泊客数22,029人中16,849人がキャンパー宿泊者）であることから、本町の強みを活かしての誘客を目指す。</p> <p>また、令和4年度「豊浦町観光客アンケート調査」で把握した豊浦町に来ているキャンプ客の属性データから、回答者の60%を占める「札幌市、又は札幌周辺居住」かつ、同じく回答者の割合の86%を占める「家族」をターゲット属性とし、繁忙期のピークで受入キャパシティが限られているハイシーズン（7/20～8/20頃）に利用が想定される「キャンプ初心者層」ではなく、多少ピークを外した時期（8/20～9月下旬）でも動くことが想定される「キャンプ中～上級者」をターゲットとして選定することとした。</p> <p>○取組方針</p> <p>札幌市近郊のキャンプ場に比べて、札幌からのアクセスに時間がかかる分、洞爺湖など周辺での楽しみ方を含むエリアでの魅力を発信することで、誘客に繋げる。</p> <p>道内キャンプ場で類似する価格帯の競合と比較した上で、価格に見合った満足度が得られる理由（設備の充実度、サービスの良さ、豊浦ならではの価値等）を訴求する。</p>

#### （４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「小さな町の新たな挑戦」 ～噴火湾の豊かな暮らしを満喫～
②コンセプトの考え方	<p>豊浦町の町民が愛着を持ち、誇りに感じている「噴火湾の豊かな暮らし」を、来訪者にもおすそ分けすることを観光地域づくりのメインコンセプトとする。</p> <p>豊浦町の自然、文化、歴史、そして産業、人など、この地でホタテ養殖やイチゴ栽培など、幾多の苦難にも負けずに挑んできた先人の思いを受け継ぎ、これからも誇りを持って笑顔で暮らしていくために、豊浦町は観光地域づくりに取り組むこととする。</p> <p>「噴火湾の豊かな暮らし」とは、具体的には、美しい海岸線（朝日、夕日、青空、潮風）を見ながらの滞在や、地元住民との交流、美味しい四季の山海の幸（噴火湾ホタテ養殖発祥の地、鮭の稚魚放流、豊浦いちど、SPF豚、和牛、米、アサツキ、行者ニンニク等）等である。</p> <p>これらの魅力をコンテンツ化し、各種KPIを実現するため町民とともに頑張る組織を、噴火湾とようら観光協会と位置付ける。</p>



## 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当協会の社員として行政を含む地域内外の関連事業者が参画することで、関係者の相互理解、地域づくりの認識の共有化を図るとともに、施策等の具体化に向けて各種専門部会を必要に応じて適宜開催し検討する。</li> <li>・当協会総会を年1回、理事会を年3回程度開催する。</li> <li>・行政との連携を深め、情報共有、施策の検討のため、町産業観光課と月2回の定例ミーティングを開催する。</li> </ul>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種収集データに基づいた分析結果の報告ならびに、評価を戦略へフィードバックする。</li> <li>・総会、理事会、町との定例ミーティング等において分析結果を共有する。</li> <li>・着地型観光プログラムや地域資源を活用した旅行商品等の磨き上げを含めた品質の向上と改善を実施する。</li> </ul>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当協会が運営する観光情報サイト「豊浦旅ごころ」での一元的な情報発信を行う。</li> <li>・YouTube 活用による動画配信を行う。</li> <li>・Facebook、Instagram 活用による、頻度の高い情報発信を行う。</li> <li>・「広報とようら」等にて、当協会の取組みについて町民向けに情報発信し、観光地域づくりに関する意識啓発を行う。</li> </ul>

## 6. K P I (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 必須K P I

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	528 (-)	549 (-)	570 (-)	591 (-)	612 (-)	633 (-)
	実績	429 (-)	420 (-)	675 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	22.6 (-)	22.9 (-)	23.1 (-)	23.3 (-)	23.6 (-)	23.8 (-)
	実績	2.2 (-)	1.9 (-)	17.5 (-)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	68.5 (-)	69.0 (-)	69.5 (-)	70.0 (-)	70.5 (-)
	実績	68.0 (-)	65.7 (-)	73.0 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	- (-)	86 (-)	86 (-)	86 (-)	86 (-)	86 (-)
	実績	86 (-)	89 (-)	74 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

#### 【検討の経緯】

平成29年度に豊浦型DMO観光地域づくり事業で実施した来訪者アンケート調査結果をもとに、噴火湾とようら観光協会にて検討・協議を経て設定。具体的なK P Iの設定は以下の考え方に基づいて設定した。

#### 【概要】

当協会の基本方針では、豊浦町内における観光産業の健全な発展と、地域経済の活性化及び文化の向上に寄与することを使命としているが、地域経済活性化という視点では、喫緊の課題として「人口減少」がもたらす経済的な負の影響を、観光振興によってどのように克服していくのが重要となる。

そこで、K P Iの設定において、まず当地域において5年間で減少する内需の推計値を算出し、この推計値のうち観光振興でリカバーするコミット率を設け、このコミット分を観光振興におけるK G Iとして設定する。つまり観光消費額こそが本DMOのK G Iとなる。

このK G I達成に向けてK P Iを設定した。以下、このプロセスを示す。

### 《人口減少による内需の推定値》

家計調査によると北海道全家計における1人当たりの年間消費額は1,108,282円である。  
 (平成30年総務省統計局「家計調査」)  
 一方、令和元年から令和5年にかけて豊浦町で減少する人口は推定で年平均約63.6人。  
 (平成30年末の人口3,991人。令和5年末には約3,673人の見通し)  
 これらの数値から、以下の仮定を設けて簡便的に推計値を算出した。

### 《諸仮定》

- 仮定1. 個人の消費活動はすべて豊浦町で行われる。  
 仮定2. 機会損失を推計するために社会減と自然減いずれの場合においても、それらが発生しなかった場合に令和5年まで当該地に居住し消費活動を行うものとする。  
 仮定3. 人口減少は各年で等分に発生する。  
 仮定4. 町民1人当たりの消費額は、北海道全域の平均値と同値である。

以上の仮定によって、令和元年から令和5年にかけて、人口減少によって発生する内需の減少(=内需の機会損失)は以下の計算式によって導出できる。

◆内需の機会損失(令和元年から令和5年)＝  
 (町民1人当たりの消費額) × (1年間あたりの人口減少数) ×  $N(N+1) / 2$

この計算によると令和5年までの人口減少による内需の減少は以下の数値となる。

【減少する内需】 : 1,057,301千円(5年総額)

これらの減少する内需をリカバーするためには、令和元年を起点として観光消費額の増加分によって補っていく必要がある。上記の減少する内需のうち、約20%を観光消費額の伸びで補っていくこととした。

よって、本DMOが目指す令和5年までの計画におけるKGIは以下となる。

KGI: 令和元年度の観光消費額(507,154千円)を基準として、令和5年度まで各年度の観光消費額の増加合計額が211,461千円 ※減少する内需の20%

KPI(観光消費額): 令和元年からスタートして、前年比約21,000千円の純増  
 来訪者満足度やリピーター率については、令和2年度から開始した観光客アンケート調査によって、必要な数値を翌年以降の目標設定に反映している。

重要なことはKGI達成に向けた「効率的」な施策の展開であり、観光消費単価の上昇を重要視する。またこうしたKPIとKGIの関係性に関する仮説の形成には、適宜外部アドバイザーの支援を得ることを想定している。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

令和元年度目標値を基準として、前述のKGI達成に向けた設定としている。

#### ●延べ宿泊者数

豊浦町観光客入込数調査を基準に抽出。平成30年度の実績を基に、町内の宿泊施設キャパシティが限られている中で、現実的な伸び率の設定という観点から、前年度微増の各年度約1.01倍の増加を目標としている。

●来訪者満足度

令和2年度より調査（当観光協会で行っている「観光客アンケート調査」）を実施し、それを基に各年度0.5%増加を目標としている。令和2年度の実績が68%。令和6年度に2ポイントアップの70%を目標に満足度を高める。

●リピーター率

令和2年度より調査（当観光協会で行っている「観光客アンケート調査」）を実施し、それを基に現数値維持を目標としている。現数値維持を目標とする理由は、リピーター率に関して、基準としているデータを取り始めた令和2年度の実績86%は既に比較的高い数値であると認識しており、新規顧客も一定数獲得する必要があると考えるため、そのような目標設定としている。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●インバウンド 体験受入数 (組)	目標	35	40	45	50	55	60
	実績	0	0	21			
●キャンプ客の 観光消費単価 (円)	目標	3,200	3,400	3,600	3,800	4,000	4,200
	実績	0	0	4,376			
●ホームページ アクセス (PV)	目標	140,000	145,000	150,000	155,000	160,000	165,000
	実績	181,512	349,072	309,683			
●ホームページ アクセス (ユーザー数)	目標	41,500	43,000	44,500	46,000	47,500	49,000
	実績	64,537	128,799	100,464			

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

人口減少による地域消費の目減りを、各種観光地域づくりにより交流人口拡大を図ることでカバーするとともに、豊浦町観光振興計画（令和元年度～令和10年度）の見直し時期と整合性を取り、令和5年度を目標達成年次とし、各種目標数値を設定している。

【設定にあたっての考え方】

●インバウンド体験受入数

過去の実績を基とし、年間50組の受入を目標に各年度5組増で設定。

●キャンプ客の観光消費単価

過去の実績を基とし、@3,800円を目標に各年度増加で設定。新型コロナウイルス感染拡大防止への社会的責任を第一に考え、令和2～3年度は町内すべてのキャンプ施設ならびに海水浴場を豊浦町と協議のうえ閉鎖することとしたため、予定していた再調査が実施出来なかった。

●ホームページアクセス【PV】／ホームページアクセス【ユーザー数】

過去の実績を基とし、キャンプ場予約システムの導入効果も見込み設定。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	69,222,757(円)	【町からの補助】24,262,214円 【自主事業収入】354,226円 【受託事業収入】32,308,000円 【雑収入】2,644,338円 【繰越金】9,653,979円
2021(R3) 年度	80,380,964(円)	【町からの補助】30,799,000円 【自主事業収入】757,036円 【受託事業収入】36,308,000円 【雑収入】448,671円 【繰越金】12,068,257円
2022(R4) 年度	93,494,857(円)	【町からの補助】29,622,000円 【自主事業収入】3,260,186円 【受託事業収入】47,512,617円 【雑収入】735,834円 【繰越金】12,364,220円
2023(R5) 年度	103,396,100(円)	【町からの補助】27,786,000円 【自主事業収入】5,220,000円 【受託事業収入】51,300,000円 【雑収入】716,563円 【繰越金】18,373,537円
2024(R6) 年度	103,396,100(円)	【町からの補助】27,786,000円 【自主事業収入】5,220,000円 【受託事業収入】51,300,000円 【雑収入】716,563円 【繰越金】18,373,537円
2025(R7) 年度	103,396,100(円)	【町からの補助】27,786,000円 【自主事業収入】5,220,000円 【受託事業収入】51,300,000円 【雑収入】716,563円 【繰越金】18,373,537円

### (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	57,154,500(円)	【公的事業費】5,525,799円 【自主事業費】1,327,288円 【一般管理費】23,930,850円 【受託事業等経費】26,370,563円

2021 (R3) 年度	68,016,744 (円)	【公的事業費】 10,174,678 円 【自主事業費】 579,745 円 【一般管理費】 25,942,646 円 【受託事業等経費】 31,319,675 円
2022 (R4) 年度	75,121,320 (円)	【公的事業費】 8,998,886 円 【自主事業費】 1,239,867 円 【一般管理費】 27,879,595 円 【受託事業等経費】 37,002,972 円
2023 (R5) 年度	103,396,100 (円)	【公的事業費】 4,340,000 円 【自主事業費】 2,192,000 円 【一般管理費】 45,668,000 円 【受託事業等経費】 51,196,100 円
2024 (R6) 年度	103,396,100 (円)	【公的事業費】 4,340,000 円 【自主事業費】 2,192,000 円 【一般管理費】 45,668,000 円 【受託事業等経費】 51,196,100 円
2025 (R7) 年度	103,396,100 (円)	【公的事業費】 4,340,000 円 【自主事業費】 2,192,000 円 【一般管理費】 45,668,000 円 【受託事業等経費】 51,196,100 円

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

運営資金については、町からの補助金・委託費及びその他収入を充てることで町理事者や担当者との協議は行っているが、自律的収益事業として、地域の観光資源を組み合わせた「豊浦町ならではの体験プログラムの企画開発（漁港散策&ランチツアー、TOYOURA 世界ホタテ釣り選手権の体験版、日本一の秘境駅「小幌駅」を目指す小幌トレッキング体験等）や、夏季繁忙期のキャンプ客向けの着地型旅行商品の企画開発（豊浦海浜公園でのSUPヨガ体験、噴火湾クルーズ体験、令和4年度から町内キャンプ場に新たに設置されたスノーピークのトレーラーハウス「住箱」を活用した宿泊滞在型体験プラン等）、漁協や農協と連携し、特産品を活用した商品開発（令和5年度より当協会が「豊浦町地場産物販売加工施設」の指定管理者として同施設の有効活用や町内生産者とも連携した新商品の開発販売やふるさと納税返礼品の拡充を実施）を行うことで、稼ぐことのできる自主事業を推進し経営基盤の安定を図る。

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

北海道豊浦町は、(一社)噴火湾とよら観光協会を本町における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人噴火湾とよら観光協会とともに申請します。

## 9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

重複しない

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	岡本 貴光
担当部署名（役職）	（一社）噴火湾とよورا観光協会（事務局長）
郵便番号	〒049-5412
所在地	北海道虻田郡豊浦町字旭町 21-2 JR豊浦駅 2階
電話番号（直通）	0142-83-2222
FAX番号	0142-82-3088
E-mail	t.okamoto@toyoura-feel.com

## 11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	北海道豊浦町
担当者氏名	長谷部 晋
担当部署名（役職）	水産商工観光課（課長）
郵便番号	〒049-5416
所在地	北海道虻田郡豊浦町字船見町 10
電話番号（直通）	0142-83-1408
FAX番号	0142-83-2129
E-mail	hasebe.shin@town.toyoura.hokkaido.jp

記入日：令和5年7月1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

北海道虻田郡豊浦町

【設立時期】平成30年6月20日

【設立経緯】

区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】金丸 孝

【マーケティング責任者(CMO)】徳田 照男

【財務責任者(CFO)】秋田 雅道

【職員数】5人(専従役員、専従職員、非常勤役員)

【主な収入】(令和4年度決算)

受託事業(47.5百万円)、町補助金(29.6百万円)

【総支出】(令和4年度決算)

75.1百万円(事業費47.2百万円、管理費27.9百万円)

【連携する主な事業者】

豊浦町商工会、いぶり噴火湾漁業協同組合、とうや湖農業協同組合、天然豊浦温泉しおさい、北海道旅客鉄道株式会社洞爺駅、伊達信用金庫、北海道新聞社室蘭支社、株式会社北海道宝島旅行社、北海道豊浦アイヌ協会 他

KPI(実績・目標)

( )内は外国人に関するもの。

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	528	549	570	591	612	633
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	22.6	22.9	23.1	23.3	23.6	23.8
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●来訪者満足度 (%)	目標	-	68.5	69.0	69.5	70.0	70.5
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	-	86	86	86	86	86
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

戦略

【主なターゲット】

第1ターゲット層: 欧米・東南アジアの自然や歴史、文化、産業に関心が高い富裕層(FIT)  
第2ターゲット層: キャンプや自然体験に興味強い都市部(札幌又は札幌周辺)の観光客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

広域連携を中心とした誘客プロモーション活動や各種商談会、旅行博等に積極的に参加し、近隣の一大観光地(登別温泉、洞爺湖温泉等)に宿泊する旅行者が当地域を周遊するためのモデルプラン等造成に着手し、更なる魅力向上および周遊促進を図る。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・ATWS2023に係るPSAプラン造成事業
- ・はっこ同盟広域周遊プラン造成事業
- ・豊浦町型AT商品造成事業 他

【受入環境整備】

- ・観光ガイド人材育成事業
- ・観光レンタサイクル事業
- ・旅行サービス手配業の登録 他

【情報発信・プロモーション】

- ・観光HPによる情報発信事業
- ・各種SNSによる情報発信事業
- ・各種マスメディア活用宣伝事業
- ・豊浦町「海産総選挙」開催によるPR戦略
- ・観光PR動画制作事業 他

【その他】

- ・広域連携事業
- ・特産品ブランディング調査事業 他

