観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　１１月　２８日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）ふらの観光協会	
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　美瑛町、上富良野町、中富良野町、富良野市、南富良野町、占冠村	
所在地	北海道富良野市	
設立時期	平成 10 年 4 月 6 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	10 人（常勤 7 人・非常勤 3 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） ※必ず記入すること	（氏名） 鈴木敏文 （出身組織名） （一社）ふらの観光協会 会長	（一社）ふらの観光協会で会長を務め、地域の旅館組合の前会長でもある。観光を中心としたまちづくりのパイプ役となっている。
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 ※必ず記入すること	（氏名） 石川　芳「専従」 （出身組織名） （一社）ふらの観光協会	（一社）ふらの観光協会の事務局長として富良野美瑛広域観光推進協議会の事務局も務めている、地域の様々な団体とのパイプ役となっており、在任期間中にも様々な取り組みで成果を上げている。総合旅行業務取扱管理者。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 峯廻　賢「専従」 （出身組織名） （株）プリンスホテル	元㈱プリンスホテル総支配人、役員を長年務め、現在ＤＭＯの管理業務を行っている、長年のホテル業務経験を活かし、財務管理や、人材登用・管理なども行っている
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 野村　守一郎「専従」 （出身組織名） （一社）ふらの観光協会	長く演劇舞台美術や演劇監督業を行う。特に「北の国から」の情報発信の専従。現在国内、国際と多岐にわたりプロモーション、誘客宣伝を行っている。現在、誘客宣伝部マネージャー。

様式１

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 岩佐　高子 （出身組織名） （一社）美瑛町観光協会	地域住民との調整、旅行商品の造成、情報発信ツール整備などの中心的な役割を担っている。 近年では美瑛駅⇔青池などの周遊バスの運行事業などで成果を上げている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	富良野市経済部商工観光課（全体のサポート及びマーケティング部会、富良野観光協会のバックアップ） 美瑛町商工観光交流課（全体のサポート及び商品造成、インバウンド部会、美瑛町観光協会のバックアップ） 上富良野町企画商工観光課（全体のサポート及び品質管理部会、かみふらの十勝岳観光協会のバックアップ） 中富良野町企画課（全体のサポート及び情報発信部会、インバウンド部会、なかふらの観光協会のバックアップ） 南富良野町企画課（全体のサポート及び体験・アウトドア部会、南富良野まちづくり観光協会のバックアップ） 占冠村企画商工課（全体のサポート及び情報発信部会、占冠村づくり観光協会のバックアップ）	
連携する事業者名及び役割	ＪＲ北海道（二次交通） ふらのバス（二次交通） 日本航空旭川支店（アクセス改善） 全日本空輸旭川支店（アクセス改善） ㈱ＡＩＲＤＯ（アクセス改善） 商船三井フェリー㈱（アクセス改善） ふらの農業協同組合（ふるさと名物の開発、農業者連携） 美瑛町農業協同組合（ふるさと名物の開発、農業者連携）	
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	【該当する登録要件】② 日常的な調整は各部会を中心に行なうほか、合意形成の場を戦略会議と称し各部会の長及び行政、観光協会を中心としたメンバーにて行なう。また、実務者レベルで行なう担当者会議を月１回程度開催するほか、全関係者を招集した会議は年２回行い合意形成を図る。	
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	富良野美瑛の「田園」「花」は自然景観ではなく、人が作り上げてきた農業景観と文化的遺産であり、異業種（特に農業・森・山岳）を知り、今後の情報発信のあり方などを学ぶ農業環境研修を継続して実施。観光アカデミーという人材育成研修を地域住民参加可能とした。（令和 6 年度　4/11～12 開催）	
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業：情報発信・プロモーション 実施概要：・各種観光博覧会、サイクルモード等の参加を行う 富良野美瑛の新たなる観光資源発掘とＰＲの為、広域のサイクリングロードを造成し、プロモーションを広く行う。他にも内外に向けスキープロモーションなど多数開催	

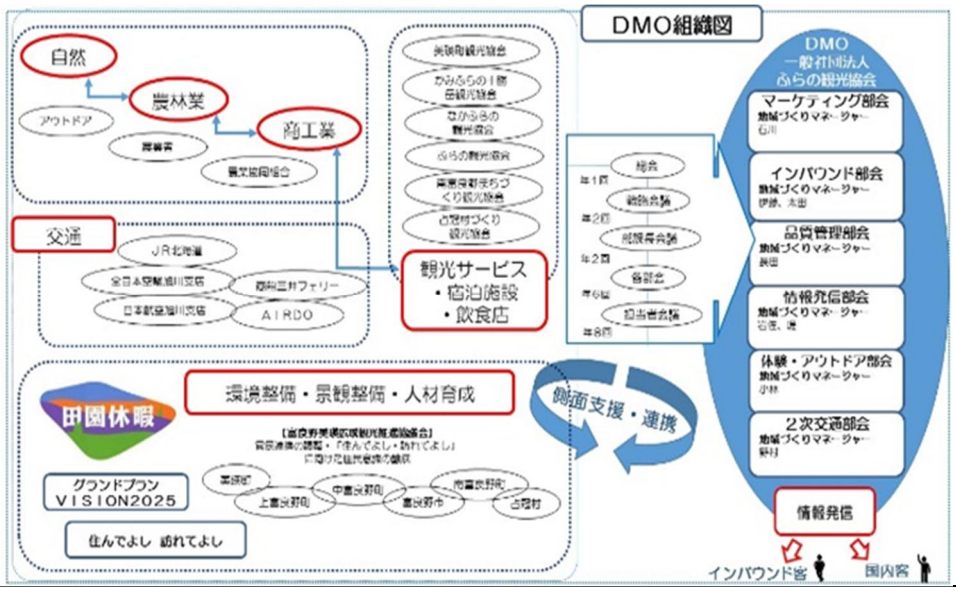
		する。
	受入環境の整備	・多言語案内看板、ＱＲコードを利用したスタンプラリー等長期滞在化する観光客に対し、地域の魅力を最大限に伝える為にＱＲコードを利用したスタンプラリー形式のアンケートを行い。ネット上の市民になって頂く事業を行う。 ・特にインバウンド長期滞在観光客の満足度向上の為、夜間の宿泊滞在重点地区⇔市街地への泊食分離提案バスの運行や文化交流イベントなども開催する。
	観光資源の磨き上げ	・北海道を代表する名ドラマ「北の国から」に纏わる積極的なプロモーションなども継続。「北の国から」を利用した旅番組などに積極的に出演し広く知名度を上げる。 ・近年では夏の花観光に加えＡＴＷＳに兼ねて「サイクリングロード」の開設など広くスポーツ観光にも力を入れている。

【定量的な評価】
令和 6 年度の広域での観光入込は、約 800 万人となった。宿泊延べ数は 約 180.9 千泊となった。

実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】
（一社）ふらの観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通業者、農業者など多数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。行政については各部会において連携を図るほか、戦略会議や富良野美瑛広域観光推進協議会の担当者会議の場などにおいて共有をおこなっている。

【実施体制図】

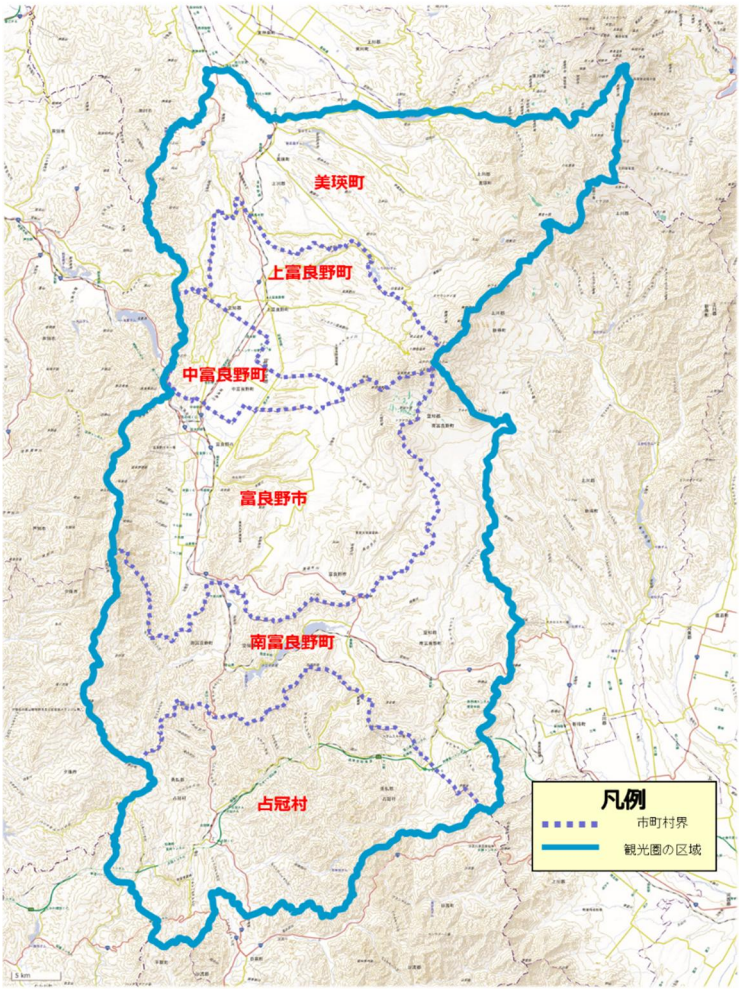


様式１

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を挿入】

富良野美瑛観光圏　圏域図



【区域設定の考え方】

１９９４年から、「富良野美瑛広域観光推進協議会」を６市町村で設置し、お客様の立場に立って市町村境界を越えた連携を２９年間継続。今後も「富良野・美瑛」ブランド構築のためにも現６市町村が一体となった区域設定が適切。

【観光客の実態等】

行政区、自治体は実はそれぞれ違う町だが、お客様にとっては「富良野・美瑛」は一体の地域と考えられている。

【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】

・自然と共生した人々の素朴さ・おおらかさ
・ドラマの生まれる街～北の国から他
・豊かな食文化（野菜・牛乳・スイーツ）
・環境に配慮した暮らし＝16 分別のゴミだし
・「もったいない」を基本にした暮らし
・犬ぞり・カーリングなどの冬遊び
・雄大な景色の中でのアクティビティ

（登山・ラン・自転車・スキーなど）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

富良野地区：宿泊施設数７２
美瑛地区：宿泊施設数６５
上富良野地区：宿泊施設数８
中富良野地区：宿泊施設数２５
南富良野地区：５
占冠地区：１０

【利便性：区域までの交通、域内交通】
・旭川空港から区域の北側の美瑛町までは３０分、新千歳空港から区域の南側までは１時間と道外からのアクセスもよく、また道内のアクセスについては北海道の中央ということで利便性が高い。また、域内交通については夏場に周遊観光バスを地域のバス会社が独自運行、富良野駅を基点とし中富良野のファーム富田など主要な観光スポットをめぐる周遊バスとなっている。また、冬場はスキーエリアの宿泊地区（北の峰）からまちなかへ回遊させるイブニングシャトルバスを運行している。

【外国人観光客への対応】
・各地域にて情報発信ツールの多言語化が進んでおり、英語を中心に、繁体字・簡体字・ハングルの４ヶ国語対応で進めている
・ふらの観光協会では、インバウンド誘客強化に向けて外国人受入研修会を定期的に行っている。

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	現状の把握をすることで、それぞれが抱える課題を抽出し、今後の取り組みの方向性について検討をおこなう基礎資料とするため。	観光客を対象とした観光消費実態調査及び事業者を対象とした観光経済事業所調査を実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	毎年２回（秋と春）に宿泊統計を実施。宿泊者数、延べ泊数、国別で集計。
来訪者満足度	観光振興に対する現状の分析や次の展開に活かすため。	アンケート調査を全国観光圏推進協議会と連携して実施。
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。	来訪者満足度調査の中で、来訪回数を聞き取りしてる。継続して行っている。
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。国別などデータを収集。	グーグルアクセス解析を活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	隔年ではあるが、総務省のアンケート調査を元に自主的に集計

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

富良野美瑛広域地区では、農業と観光産業が中心的な地域産業となります。この６市町村では、同じ観光資源を共有し、お客様は域内を周遊しながら観光するという大きな特徴があります。こういったことから特にインバウンドＦＩＴが非常に多くいらして頂いているのも大きな特徴となります。最近特にこの「足を持たない旅行者」の為に２次交通の準備を行っています。
最寄り駅から、観光資源迄の距離がある為、移動手段が限られている事と、時間がかかることがネックとなっています。今後、こういった現状を踏まえ、受地整備の必要性を感じています。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・ﾖｰﾛｯﾊﾟを思わせる自然景観・丘の風景 ・大雪山系十勝岳連峰＋日高山系などの雄大な山岳地帯と東大演習林を含くと森林地帯 ・北海道のほぼ中央に位置し、札幌圏・旭川圏へのｱｸｾｽも良い。 ・白銀世界・良質な雪と国際的なスキー場 ・晴天率が高く、街に歩いていけるスキー場 ・ﾗﾍﾞﾝﾀﾞｰをはじめとする花々 ・日本一早い紅葉の十勝岳を中心とする温泉（白金・十勝岳） ・空が広く、空気がきれいなｲﾒｰｼﾞ ・感動とｸﾘｰﾝなｲﾒｰｼﾞを発信した先駆者（前田真三・倉本聰・ﾌｧｰﾑ富田） ・空知川＋かなやま湖を中心とする川・湖でのｱｸﾃｨﾋﾞﾃｨ体験 ・北の国からのﾛｹ地＋富良野塾の演劇ｿﾌﾄ ・獲れない物はない野菜王国 ・上富良野の豚・富良野牛・ｶﾚｰの取組 ・占冠の山菜や通年型の大型ﾘｿﾞｰﾄ施設 ・よそ者を受け入れる風土と移住者	**弱み（Weaknesses）** ・観光客の夏期集中による渋滞 ・公共交通アクセスの不便 ・外国人対応など観光案内機能の不足 ・夜の観光の魅力不足 ・観光関係機関のﾈｯﾄﾜｰｸ不足 ・ﾎｽﾋﾟﾀﾘﾃｨ不足 ・雪による冬季生活が不便 ・自然環境の破壊 ・本州と比べて歴史が薄い ・特徴ある料理がない ・名物となるお土産が少ない ・歩いて回れる観光施設が少ない ・宿泊施設料金に多様性がない ・長期滞在用の宿泊施設が少ない ・イメージ先行 ・自然環境は昼間しか見れない ・冬道のドライブ観光の不安 ・農家・ペンションの後継者不足
外部環境	**機会（Opportunity）** ・ｴｺﾂｰﾘｽﾞﾑ・ｽﾛｰﾂｰﾘｽﾞﾑなどの追い風 ・団塊世代の退職に伴う市場拡大 ・国の VJ による外国人観光客（ｱｼﾞｱ）の増加 ・中国・ｵｰｽﾄﾗﾘｱはじめとするｱｼﾞｱｵｾｱﾆｱ経済の発展にともなう観光ﾏｰｹｯﾄの拡大 ・旭川空港の国際化・韓国直行便就航 ・北の国からの台湾・韓国放送 ・高規格道路の開通による旭川圏のｱｸｾｽ拡大 ・ｽｶｲﾏｰｸｴｱﾗｲﾝ参入による低価格化	**脅威（Threat）** ・ﾍﾟﾝｼｮﾝ・ﾎﾃﾙ・飲食店の担い手不足 ・交通渋滞などによる住民の歓迎意識の低下 ・他の観光地との競争激化 ・十勝岳噴火などの自然災害・風評被害 ・世界的な物価高による航空賃の高騰 ・ｽｷｰ人口の減少 ・観光ｲﾝﾌﾗの整備 ・人口減少による旅行者減 ・若者の旅行離れ

	・高速道路開通による札幌圏・十勝圏のｱｸｾｽ拡大 ・LCC による低価格化 ・FIT 化する旅行者	・高速道路開通による空洞化 ・先進国の国家間紛争 ・乱開発による自然環境の破壊 ・農業の担い手不足による農地の荒廃 ・航空会社（LCC）の競争激化による減便

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

○ターゲット層① 北海道内（札幌、旭川から）の家族層、ドライブ旅行の女性同士、カップル
○選定の理由、○取組方針 リピーターを増やすため、特に札幌・旭川圏からの家族層や訪問率の高い若年層などの１泊２日訪問・宿泊率を増やすことが目的。 　満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
○ターゲット層② 北海道外 ５０歳以上のアクティブ層、２０～４０歳代の元気な女性 修学旅行生、長期滞在希望、移住予備軍
○選定の理由○取組方針 避暑地や長期滞在の移住地としての選択先を目指し、首都圏を中心とした層を狙いとする。 目的別方針としては、サイクリング、ドライブ、食、花、アウトドア、温泉、登山、避暑、移住とし、特にサイクリングは他地域に多い島めぐりや海を感じるルートではなく、ヨーロッパのような大陸型のロングライドの聖地として推進する。
○ターゲット層③ 海外 東アジア（台湾、香港）へは３０～５０代のリピーター、東南アジアは家族層への雪と桜、オーストラリアへは家族層の冬のスキーとする。
○選定の理由○取組方針 インバウンドについては、富良野美瑛の花以外の時期を埋め、一年を通して集客できるターゲットであるため、それぞれの国の旅行時期にあった情報を発信しプロモーションを行っていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「富良野・美瑛　田園休暇」 ～世界で最も豊かで美しい四季彩の大地へ～ ブランドロゴ

②コンセプトの考え方	富良野美瑛地域での暮らし方は、環境への負担を軽減した持続可能な生き方であり、人と人とのつながりを大切にしたものであります。例えば域内にある「富良野自然塾」などは脚本家倉本聰が創設した地球環境プログラムを域内の観光資源としたものです。その様な事から、人間が本来持っている生き方を身につけることができるプログラムを用意し、衣食住を基本に日常の暮らしや、動作の中（家事、労働、コミュニケーション、食、寝る、休暇）の体験を通じて体感的に考えるプログラムを構築し、物質的な豊かさ（お金、モノ、消費）や効率的な豊かさ（代替エネルギー）に頼らず、人や地域、回りにあるものを活用した生活のあり方を提案致します。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	※戦略の共有方法について記入すること 月１回の観光戦略会議、富良野美瑛広域観光推進協議会定例会議他
	地域全体を俯瞰し、地域のマネジメント機能を担う観光地域づくりマネージャー等を各部会の中心として月１回を基本とし、各地域の自治体・観光協会の担当者が集まり、ブランド戦略やマーケティング、リスクマネジメントについて議論が行われている。また、地域産業や地域住民とは、地域の誇り・資源を掘り起こす研修を兼ねたフィールドワークが定期的に実施しており、主体的に観光地域づくりに参画できるような意識醸成やコミュニケーションの場づくりに取り組んでいる。具体的には、年１回の全体総会、年２回の全体戦略会議及び部課長会議、各部会の会議は６回、各担当者の会議を８回程度実施する。
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	富良野美瑛を訪れる観光客の満足度向上のために、来訪者が「何に期待し」「何にイメージとのギャップを感じ」「どれぐらい満足し」「自分の経験を他人に紹介したいか」「もう一度来たいか」を数値化し、平年での変化を追いながらそれを、フィードバックしながらサービスの維持向上を図っている。
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	来訪者（未来訪者を含む）にブランド・イメージを訴求するため、地域一体で「ブランド・コンセプト」に基づく統合的な情報発信をＨＰにて行っている。また、その中では宿泊や体験プログラムを予約～決済まで一括管理・販売可能なシステムも導入している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（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ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	180,000 (600)	211,500 (2,000)	250,000 (4,000)	320,000 (28,000)	340,000 (29,000)	360,000 (30,000)
	実績	301,532 (24,415)	302,562 (25,402)	311,203 (26,328)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	1,000 (10)	1,050 (50)	1,100 (100)	1,900 (600)	2,000 (700)	2,100 (800)
	実績	1,439 (214)	1,779 (558)	1,809 (560)			
●来訪者満足度（%）	目標	90,0 (88.0)	90.0 (88.0)	90.0 (88.0)	96.5 (92.0)	96.5 (92.0)	96.5 (92.0)
	実績	95.3 (90.6)	95.4 (91.7)	96.4 (91.7)			
●リピーター率（%）	目標	70,0 (13.0)	70,0 (13.0)	70.0 (13.0)	70.0 (13.0)	70.0 (13.0)	70.0 (13.0)
	実績	64.3 (13)	68.9 (13)	70.1 (13)			

※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】【設定にあたっての考え方】
本地域の目指すところをまとめたグランドプランにおいて、目標設定は地域における観光の推進であり、その達成度は数値により表しがたいものだが、取組の効果を具体的に評価・検証できるよう、「延泊数」と「来訪者満足度」と「観光客消費単価」と「リピーター率」の数値を増やすことを目安に進めていく。
事業の効果を適切に評価するための来訪者満足度をはじめとした明確な数値目標を立て、目標に対する効果が検証できるよう経年変化として数値を利用している。

●旅行消費額
観光経済効果の指標と考える

●延べ宿泊者数
観光施策の最も重要な指標と考える

●来訪者満足度
総合満足度と不満足は何を原因としているかを図る重要な指標とて分析

（２）その他の目標

様式１

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 年度
●観光入込客数 （人）	目標	5,500,000 （ - ）	6,500,000 （ - ）	8,000,000 （ - ）	8,000,000 （ - ）	8,000,000 （ - ）	8,000,000 （ - ）
	実績	6,373,300 （ - ）	7,869,000 （ - ）	7,989,000 （ - ）			
●平均宿泊数 （人）	目標	1.50 (2.00)	1.50 (2.00)	1.50 (2.00)	1.50 (2.00)	1.50 (2.00)	1.50 (2.00)
	実績	1.50 (2.06)	1,53 (2.08)	1,53 (2.08)			
●外国人宿泊数 （人）	目標	100,000 （ ）	250,000 （ ）	300,000 （ ）	300,000 （ ）	300,000 （ ）	300,000 （ ）
	実績	99,839 （ ）	267,949 （ ）	272,900 （ ）			

※各指標項目の単位を記入すること。外国人のみの入込客数は未計測、目標数字無し

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】
戦略会議等の諸会議において施策の評価検討のひとつとして活用
【設定にあたっての考え方】
●観光入込客数
滞在プログラムやイベント等の指標として活用や日帰り客を含めた経済効果を計るため
●平均宿泊数
月ごとの入込の平準化、通年化を狙った取組の評価として活用
●外国人宿泊数
インバウンドへの取組の評価指標として活用

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）
2022（R4） 年度	106,704,855 （円）	【国からの補助】1,035,222 円 【市町村からの補助金】5,350,813 円 【市町村からの委託費】4,315,591 円 【その他の事業収入】74,169,844 円 【会費収入】8,340,000 円 【収益事業収入】77,000,000 円 【民間企業等からの負担金】1,985,206 円 【雑収入】1,858,992 円
2023（R5）	105,824,494（円）	【国からの補助】6,238,211 円

年度		【市町村からの補助金】5,000,000 円 【市町村からの委託費】10,000,000 円 【その他の事業収入】円 【会費収入】8,238,000 円 【収益事業収入】74,088,376 円 【民間企業等からの負担金】1,542,310 円 【雑収入】717,597 円
2024（R6） 年度	118,028,184（円）	【国からの補助】1,000,000 円 【市町村からの補助金】3,500,000 円 【市町村からの委託費】17,000,000 円 【その他の事業収入】10,000,000 円 【会費収入】9,000,000 円 【収益事業収入】77,000,000 円 【民間企業等からの負担金】3,000,000 円 【雑収入】528,184 円
2025（R7） 年度	118,000,000 （円） （見込み）	【国からの補助】1,000,000 円 【市町村からの補助金】3,500,000 円 【市町村からの委託費】17,000,000 円 【その他の事業収入】10,000,000 円 【会費収入】9,000,000 円 【収益事業収入】77,000,000 円 【民間企業等からの負担金】3,000,000 円 【雑収入】500,000 円
2026（R8） 年度	118,000,000（円） （見込み）	【国からの補助】1,000,000 円 【市町村からの補助金】3,500,000 円 【市町村からの委託費】17,000,000 円 【その他の事業収入】10,000,000 円 【会費収入】9,000,000 円 【収益事業収入】77,000,000 円 【民間企業等からの負担金】3,000,000 円 【雑収入】500,000 円
2027（R9） 年度	118,000,000（円） （見込み）	【国からの補助】1,000,000 円 【市町村からの補助金】3,500,000 円 【市町村からの委託費】17,000,000 円 【その他の事業収入】10,000,000 円 【会費収入】9,000,000 円 【収益事業収入】77,000,000 円 【民間企業等からの負担金】3,000,000 円 【雑収入】500,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）

様式１

2022（R4） 年度	99,700,588（円）	【一般管理費】10,285,000 円 【その他管理費】12,300,910 円 【国内プロモーション】1,800,000 円 【海外プロモーション】1,650,000 円 【市町村補助事業費】6,230,000 円 【市町村委託事業費】16,543,025 円 【収益事業支出】57,983,653 円
2023（R5） 年度	103,672,055（円）	【一般管理費】10,238,000 円 【その他管理費】15,646,653 円 【国内プロモーション】1,500,000 円 【海外プロモーション】1,500,000 円 【市町村補助事業費】5,230,000 円 【市町村委託事業費】16,700,000 円 【収益事業支出】69,557,402 円
2024（R6） 年度	113,474,000（円）	【一般管理費】10,332,000 円 【その他管理費】15,432,000 円 【国内プロモーション】1,300,000 円 【海外プロモーション】1,200,000 円 【市町村補助事業費】5,500,000 円 【市町村委託事業費】22,730,000 円 【収益事業支出】56,980,000 円
2025（R7） 年度	118,000,000 （円） （見込み）	【一般管理費】9,800,000 円 【その他管理費】15,000,000 円 【国内プロモーション】1,300,000 円 【海外プロモーション】1,200,000 円 【市町村補助事業費】5,500,000 円 【市町村委託事業費】22,700,000 円 【収益事業支出】55,900,000 円
2026（R8） 年度	118,000,000（円） （見込み）	【一般管理費】9,800,000 円 【その他管理費】15,000,000 円 【国内プロモーション】1,300,000 円 【海外プロモーション】1,200,000 円 【市町村補助事業費】5,500,000 円 【市町村委託事業費】22,700,000 円 【収益事業支出】55,900,000 円
2027（R9） 年度	118,000,000（円） （見込み）	【一般管理費】9,800,000 円 【その他管理費】15,000,000 円 【国内プロモーション】1,300,000 円 【海外プロモーション】1,200,000 円 【市町村補助事業費】5,500,000 円 【市町村委託事業費】22,700,000 円 【収益事業支出】55,900,000 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

市町村からの補助金及び委託事業の資金が主な運営資金であるが、その他に施設の入場料収入及び旅行業を利用した収益事業やＨＰバナー掲載収益、会員会費収入などが運営資金にあたる。また、地域宿泊税を令和８年度より導入し事業の資金源とする。

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

北海道美瑛町、上富良野町、中富良野町、富良野市、南富良野町、占冠村は一般社団法人ふらの観光協会を当該市町村における地域連携ＤＭＯとして登録したいので一般社団法人ふらの観光協会とともに申請します。
北海道は、一般社団法人ふらの観光協会が、当該都道府県における地域連携ＤＭＯとして登録していますので、一般社団法人ふらの観光協会と共に申請いたします。

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）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】
重複については、美瑛まちづくり DMO が地域 DMO としてエリアの重複をしていますが、美瑛町の観光協会及び町職員が広域 DMO の一員として加盟しており　月/１度の広域連絡会議等で情報の共有を行い共に事業を行っております。

【区域が重複する背景】
美瑛町について重複するが DMO の広域観光協会としての美瑛町観光協会と地元自治体管理の地域 DMO が跨っている、しかし、業務仕分けをし活動している。
【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
それぞれのＤＭＯが担う役割分担は明確になっている。
【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
期待できる

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	石川　芳

様式１

担当部署名（役職）	一般社団法人ふらの観光協会　事務局長
郵便番号	076-0031
所在地	北海道富良野市本町 2 番 27 号ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭﾌﾗﾉ２F
電話番号（直通）	0167-23-3388
ＦＡＸ番号	0167-39-1222
Ｅ－ｍａｉｌ	ki.kankou@furano.ne.jp

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	北海道富良野市役所
担当者氏名	笹田　武志
担当部署名（役職）	商工観光課観光係長
所在地	北海道富良野市本町 2 番 27 号ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭﾌﾗﾉ２F
電話番号（直通）	0167-39-2312
FAX 番号	0167-23-2123
Ｅ－ｍａｉｌ	Sasada.takeshi@city.furano.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	北海道富良野市役所
担当者氏名	藤澤　翔太
担当部署名（役職）	商工観光課
所在地	北海道富良野市本町 2 番 27 号ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭﾌﾗﾉ２F
電話番号（直通）	0167-39-2312
FAX 番号	0167-23-2123
Ｅ－ｍａｉｌ	Kuramoto.ryuuji@city.furano.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	北海道美瑛町役場
担当者氏名	只野　晴巳
担当部署名（役職）	商工観光交流課
所在地	北海道上川郡美瑛町本町 4 丁目 6 番 1 号
電話番号（直通）	0166-92-4321
FAX 番号	0166-92-4414
Ｅ－ｍａｉｌ	shoko-kanko@town.biei.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	北海道上富良野町役場
担当者氏名	森　英誠
担当部署名（役職）	企画商工観光課商工観光班
所在地	北海道空知郡上富良野町大町２丁目２番１１号
電話番号（直通）	0167-45-6983
FAX 番号	0167-45-5362
Ｅ－ｍａｉｌ	mori-h@town.kamifurano.lg.jp

都道府県･市町村名	中富良野町役場

様式１

担当者氏名	藤澤　匠
担当部署名（役職）	企画課商工観光係
所在地	北海道空知郡中富良野町本町９番１号
電話番号（直通）	0167-44-2123
FAX 番号	0167-44-2401
Ｅ－ｍａｉｌ	takumi.fujisawa@nakafurano.jp

都道府県･市町村名	南富良野町役場
担当者氏名	中村　龍馬
担当部署名（役職）	企画課商工観光係
所在地	北海道空知郡南富良野町字幾寅
電話番号（直通）	0167-52-2115
FAX 番号	0167-52-2225
Ｅ－ｍａｉｌ	nakamura.ryuuma@town.minamifurano.lg.jp

都道府県･市町村名	占冠村役場
担当者氏名	大島　詩織
担当部署名（役職）	企画商工課商工観光担当
所在地	北海道勇払郡占冠村字中央
電話番号（直通）	0167-56-2124
FAX 番号	0167-56-2184
Ｅ－ｍａｉｌ	shiori.ooshima@vill.shimukappu.lg.jp

都道府県･市町村名	北海道
担当者氏名	木之内　将一
担当部署名（役職）	経済部観光局観光地づくりグループ
所在地	北海道札幌市中央区北３条西６丁目
電話番号（内線）	011-231-4111（26-585）
FAX 番号	011-232-4120
Ｅ－ｍａｉｌ	kinouchi.masakazu@pref.hokkaido.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】 一般社団法人ふらの観光協会

様式２

記入日： 令和 7年 11月 28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】
北海道富良野市、美瑛町、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村
【設立時期】 平成10年4月10日
【設立経緯】
富良野美瑛の中核的観光協会としてのふらの観光協会が広域DMOとなる（③区域の観光協会がDMOに移行）
【代表者】 会長　鈴木敏文
【マーケティング責任者（CMO）】 事務局長　石川芳
【財務責任者（CFO）】 専務理事　峯廻賢
【職員数】 10人（常勤7人・非常勤3人）
【主な収入】
収益事業（観光施設管理運営（6年度決算7.7千万円））
【総支出】
108百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
富良野美瑛広域観光推進協議会、富良野市他域内6市町村、JR北海道、JAL、ANA、ADO、商船三井フェリー、JA富良野他

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	180，000（600）	211,500（2000）	250，000（4，000）	320，000（28，000）	340，000（29，000）	360，000（30，000）
	実績	301，532（24415）	302，562（25，402）	311，203（26，328）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	1，000（10）	1，050（50）	1，100（100）	1，900（600）	2，000（700）	2，100（800）
	実績	1，439（214）	1，779（558）	1，809（560）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90（88）	90（88）	90（88）	96.5（92）	96.5（92）	96.5（92）
	実績	95.3（90.6）	95.4（91.7）	96.4（91.7）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	70（13）	70（13）	70（13）	70（13）	70（13）	70（13）
	実績	64.3（13）	68.9（13）	70.1（13）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
国内（道内、本州）海外（アジア圏域を中心とした国々（台湾、香港、シンガポール、タイ） オセアニア地区（オーストラリア）、アメリカ、ヨーロッパ等
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
冬期＝特にスキーを中心とした冬期スポーツ観光ATWSを意識し北海道全体で盛り上げる
夏季＝花観光や登山などのアクティビティを中心とした観光
【観光地域づくりのコンセプト】
「田園休暇」アジアで最も美しい四季彩の大地

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・ドラマ「北の国から」のブラシュアップ
・自然と調和したゆとりの観光
・ATWSと連携したアクティビティ
・ワインツーリズムの推進

【受入環境整備】
・インバウンドに向けた2次交通整備
・サイクル観光の強化
・美瑛町オーバーツーリズム対策

【情報発信・プロモーション】
・富良野美瑛広域「田園休暇」公式ホームページの活用
・6市町村観光協会ホームページ、SNS、ツイッターの利用
・台湾＝Dカード、中国＝ウイチャット

【その他】
・観光アカデミーの開催、市民の観光産業への関心向上
・自然と調和した「農業と観光」都市