観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 31 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）千歳観光連盟	
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　千歳市、恵庭市、苫小牧市、長沼町、由仁町、安平町	
所在地	北海道千歳市流通３丁目４－１	
設立時期	昭和４５年７月	
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	25 人【常勤 14 人（正職員 6 人・嘱託 8 名）、非常勤 11 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） 小田　賢一「専従」 （出身組織名） （一社）千歳観光連盟 代表理事　会長	（一社）千歳観光連盟の代表理事、会長。千歳市観光スポーツ部次長、部長を歴任し、2020 年より就任。 定年まで市幹部職員として、幅広い分野における経験値に優れ、観光行政は基より異業種とのネットワークも深い。観光産業に対する深い見識を持ち合わせている。
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） 大宮　裕輔「専従」 （一社）千歳観光連盟 観光部次長	2022 年から北海道観光機構に出向し、マーケティング部に配属され各種調査事業を担当。帰任後は国内外におけるプロモーションや旅行商品開発、WEB サイトによる情報発信、マネジメントエリア内のマーケティングなど広域連携の調整業務を担当。

様式１

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） 小林　弘幸「専従」 （出身組織名） （一社）千歳観光連盟 業務執行理事　常務理事	組織内を統括し、経営分析・財務管理の監督を行うとともに、地域連携 DMO の在り方を多方面から研究し、存在意義の可視化に向けた考察を深めている。観光行政ははじめ関係組織等との連携や調整といった相互関係の深化を推進。
各部門 観光地域づくりブランディングの責任者（専門人材）	（氏名） 佐々木　智秀「専従」 （一社）千歳観光連盟 観光部担当部長	観光企画やプロモーションなど、長年、観光振興事業に従事し地域の観光事情に精通する。宿泊、体験、交通など民間事業者との会議体の担当を担い、異業種にも幅広い人脈を有している。
各部門 プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 佐々木　智秀「専従」 （一社）千歳観光連盟 観光部担当部長	観光企画やプロモーションなど、長年、観光振興事業に従事し地域の観光事情に精通する。宿泊、体験、交通など民間事業者との会議体の担当を担い、異業種にも幅広い人脈を有している。
各部門 旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	（氏名） 堤　貴史「兼任」 （一社）千歳観光連盟 支笏湖支所長 （一社）国立公園支笏湖運営協議会事務局長	国内外からの来道者を対象とした着地型旅行商品等の開発及び各種観光メニューの開発・造成や販売セールス、教育旅行商品の調整・販売を担当・指揮する。現在は、国立公園支笏湖運営協議会に出向し、支笏湖を中心にイベント運営や地域事業者と連携し、地域戦略策定などを担当
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	千歳市観光スポーツ部観光課 恵庭市経済部花と緑の観光課 苫小牧市産業経済部産業振興室観光振興課 長沼町産業振興課商工観光係 由仁町産業振興課由仁のもの事業担当 安平町役場 総合支所商工観光課 商工観光労働グループ （当該区域観光協会のバックアップ）	
連携する事業者名及び役割	（一社）恵庭観光協会（広域連携） （一社）苫小牧観光協会（広域連携） 長沼町観光協会（広域連携） （一社）由仁町観光協会（広域連携） （一社）あびら観光協会（広域連携） 札幌大谷大学（産学連携） 公立千歳科学技術大学（産学連携） 千歳商工会議所（他業種連携） 千歳市商店街振興組合連合会（地域連携） 支笏湖温泉旅館組合（旅行商品開発） （一社）国立公園支笏湖運営協議会（地域連携） 千歳市グリーンツーリズム連絡協議会（地域連携） 支笏湖漁業協同組合（旅行商品開発） ノース・スター・トラベル（旅行商品造成） 千歳地区ハイヤー事業協同組合（二次交通） 千歳市埋蔵文化財センター（文化財）	

様式１

	（公財）千歳市体育協会（地域連携） 日本航空(株)（旅行商品開発） 全日本空輸(株)（旅行商品開発） 千歳観光連盟会員企業（旅行商品開発/物販販促/プロモーション/二次交通）
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】 （概要）宿泊・交通・体験・商業・農業・金融など２０１の企業・団体が法人会員として加盟し、当該法人の観光諸事業を支える。日常的な業務は事務局が窓口となり実務者レベルの調整を継続的に行い、法人の意思決定機関の運営、業種並びに事業毎の会議体運営、広域連携調整を図っている。 ① 理事・監事は、宿泊業、飲食業、農業、レクリエーション施設、学術、行政といった幅広い分野を代表するメンバーで構成し、当該法人の意思決定機関を司どる。 ② 宿泊、交通、体験事業者毎の部会を設置し、地域の観光メニュー開発や改題解決に向け、相互の意見・情報交換の機会を創出している。 ③ ワーケーションなど新たな観光スタイルに対し、関係事業者や行政らで構成するプロジェクトを設置し合意形成の仕組みを創出している。 広域的な事業や情報発信を行うため、設定区域の３市３町観光協会の取りまとめを事務局が担い、合意形成の仕組みを創出している。
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	市民・地域団体、市議会などとの意見交換会の場を設置するほか、展開事業の必要に応じてセミナーの開催、行政主催の市民参加ワークショップへの積極的参加、また新聞・雑誌、テレビ・ラジオなどのマスメディア、SNS 等による活動発信を行い、地域への観光に対する機運醸成や理解促進に務めている。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 1970(昭和 45)年　社団法人千歳観光連盟創立。 1972(昭和 47)年　千歳空港有料駐車場営業開始。 1992(平成 07)年　新千歳空港駐車場開設。 1998(平成 10)年　新千歳空港周辺エリアの広域観光団体「北海道中央南部観光交流会」発足。事務局機能を担当。 2004(平成 16)年　JR 千歳駅前商業ビル内に千歳駅観光案内所を開設。 2010(平成 22)年　JR 千歳駅前商業ビル内に千歳観光物産サテライトミルを開設し観光案内を移設。観光客受入体制の整備と地域産品の販促普及を実施(JNTO 認定の外国人観光案内所カテゴリーII 登録)。 2011(平成 23)年　一般社団法人へ移行。 2013(平成 25)年　地域限定旅行業登録。 2015(平成 27)年　第三種旅行業に登録変更。 2016(平成 28)年　第二種旅行業に登録変更。 2017(平成 29)年　日本版 DMO 法人に登録。 2018(平成 30)年　新千歳空港周辺エリアの広域観光団体「北海道中央南部観光交流会」を解散。 2019(平成 31)年　北海道観光ステーション DMO 新千歳空港サービスセンター（HTS）開設 ※2023 年千歳観光ステーション（CTS）に名称変更 2020(令和 2)年　空港民営化に伴い新千歳空港 A・C 駐車場事業譲渡 2021(令和 3)年　一般乗用旅客自動車輸送事業(福祉車両事業限定)の許可

千歳の観光を考える会と一体化
2022(令和 4)年　観光施設における心のバリアフリー制度登録
千歳市観光施設（美笛キャンプ場）指定管理開始
2023(令和 5)年　支笏湖支所開設
2024(令和 6)年　千歳観光案内所開設（JR 千歳駅構内）※商業施設より移転

当連盟は 1949(昭和 24)年に発足した千歳観光協会を前身に、地域経済振興の開発進展、国際親善に資するため 1970(昭和 45)年に北海道運輸局の許可法人として社団法人化し、時代の変化や形態に即応した観光振興事業を展開してきた。1972(昭和 47)年に空港駐車場の営業を開始し、航空振興、観光・地域振興に係る各種事業に努めている。1998(平成 10)年には新千歳空港周辺エリアの広域連携を図るため、当該 DMO の前身組織となる北海道中央南部観光交流会を発足し、事務局機能を担い、連携地域の国内外マスメディアへの情報発信・取材招聘、国内外旅行会社への旅行商品提案・視察招聘等、広域ゾーンとしての観光振興取り組みを展開してきた。
インバウンドについては、観光庁、JNTO などの事業と連動し、会員企業、行政機関と連携した誘致プロモーションや北海道運輸局との地方連携事業取り組みを推進すると共に、旅行業登録による着地型商品の企画販売や地域産品の販促普及を通じて、地域経済振興に努めている。
2019 年からは「北海道観光ステーション DMO 新千歳空港サービスセンター」（※2023 年に千歳観光ステーション（CTS）に名称変更）を開設し、駐車場事業やアウトドアギアのレンタル、レンタカー、キャンプサイトの運営など国内外の旅行者に対し、新たな観光サービスメニューの提供を開始している。※既存事業の見直しにより 2023 年をもってアウトドアギアレンタル、レンタカー、キャンプサイトのサービスは休止
近年は、コロナ禍による旅行スタイルや多様化する旅行者ニーズの変化からワーケーションの推進や 2019 年には一般乗用旅客自動車輸送事業(福祉車両事業限定)の認可を受け、バリアリー制度に登録し、ユニバーサルツーリズムの推進、国立公園支笏湖をフィールドとしたアドベンチャートラベルの推進など国や北海道の動きと連動し、新たな観光需要によるコンテンツ造成開発に努めている。

事業	実施概要（2024/R6 年度）
情報発信・プロモーション	◎「ちとせ観光通信」発行 ◎国内教育旅行等の受入 ◎訪日(海外)教育旅行の受入（北海道訪日教育旅行促進協議会） ◎第 2 回国際ウェルネスツーリズム EXPO への出展（5/7～9） ◎北海道観光情報交換会 in 大阪（9/3）・名古屋(9/4)・東京（9/26）への参加 ◎シンガポール旅行エージェント Azza Travel 社日本担当者の視察招請（6/14） ◎宮崎放送 千歳ロケ招請（9/6-9/8） ◎海外プロモーション（タイ・シンガポール）(11/9-14) ◎台湾教育旅行誘致事業台湾セールス実施（12/9-12/12） ◎タイ・インフルエンサー（ブロガー）FAM トリップ受入（2/10-12） ◎SNS（Instagram）による情報発信 ◎千歳公式観光サイト「千歳観光ナビ」による情報発信 ◎セガサミーカップゴルフトーナメント　ネット中継観光 PR 出演 ◎その他、観光情報媒体への広告掲載、情報提供、原稿校正など実施
受入環境の整備	◎千歳観光案内所の運営(令和 6 年 4 月-令和 7 年 3 月） 来訪者数　11,973 名(2,925 名)、内国内 8,399 名(2,599 名)･海外 3,574 名(326 名)

様式 1

		◎千歳観光連盟支笏湖支所の運営（令和 6 年 4 月−令和 7 年 3 月） 来訪者数 9,145 名、内国内 4,421 名・海外 4,724 名 ◎レンタサイクル「そらチャリ」貸出 （期間:5 月 21 日～10 月 31 日まで/ 利用 130 件）
	観光資源の磨き上げ	**◎アドベンチャートラベル(AT)推進事業** ①AT ガイド講習事業（受託事業/千歳市） 千歳エリアでの AT プラン構築及び質の向上を図るため地域に精通したガイドの育成を課題のひとつとし AT ガイド研修基礎セミナーとフィールドワーク計画。 (基礎セミナー10/18、フィールドワーク 10/30) ②AT を取り扱う旅行会社等を対象とした招請（受託事業/千歳市） AT 顧客を有する国内ランドオペレーター2社2名を招請し、支笏湖の「森」と「水」、「サスティナブル」をテーマとした FAM トリップ(3泊4日)を実施。コースプランニングへの助言やアンケートによる課題の洗い出しを行った。(2/12～2/15) ・FAM ハイライト 千歳川ウインターラフティング、支笏湖クリア SUP、千歳・支笏湖氷濤まつり、楓沢スノーシューウォーク **◎地域観光"新発見"事業「新千歳空港発着空港周辺ショートトリップ」事業**（観光庁補助事業） 北海道旅行者の宿泊施設チェックアウト後からフライト時刻までの間のアイドルタイムを埋める空港発着交通付きショートトリップコンテンツの企画造成とノース・スター・トラベルによる販売。 【造成商品】 7本 【販売期間】 1/31～2/16 【販売実績】 6 組 13 名 **◎ユニバーサルツーリズム事業** 「ユニバーサル地図/ナビ」の提供開始（ANA ユニバーサル MaaS）。北海道では札幌市に次 2 番目、全国の DMO 及び観光協会で初めて導入した。 ・北海道観光機構伴走支援型観光地域力強化推進事業に採択され千歳DMOを中心とするケアツーリズム造成販売事業」のケアツーリズムモニターツアーとして、車いすインフルエンサー牧野美保氏を招聘し、恵庭～洞爺～登別～白老～定山渓～苫小牧(3 泊 4 日)を実施。 ・千歳DMOを中心とするケアツーリズム造成販売事業モニターツアー(11/6～8 と 11/21～23) **◎ e スポーツ推進事業** ・セガサミーカップゴルフトーナメント「ギャラリープラザ」において、セガが実施した「ぷよぷよ e スポーツミニ大会の参加募集支援。(7/13) ・北海道エアポート主催による「北海道エアポート デジタルアドベンチャー2024(旧名称 e スポーツチャレンジ)」開催にあたり、市内学校・近隣観光協会との連携調整や空港内での市内観光 PR 展示を実施。(11/17) **◎令和6年度ワーケーション促進事業**（受託事業/千歳市） ・これまで取り組んできたワーケーション事業を発展し、千歳の環境・素材を活用した企業主体による「業務型」ワーケーションの誘致に向けた説明会を、千歳・東京の 2 地区で開催。 「北海道・千歳市での『業務型』ワーケーション説明会 【千歳会場】(9/12) 参加者 8 社 9 名 【東京会場】(11/21) 参加者 10 社 11 名

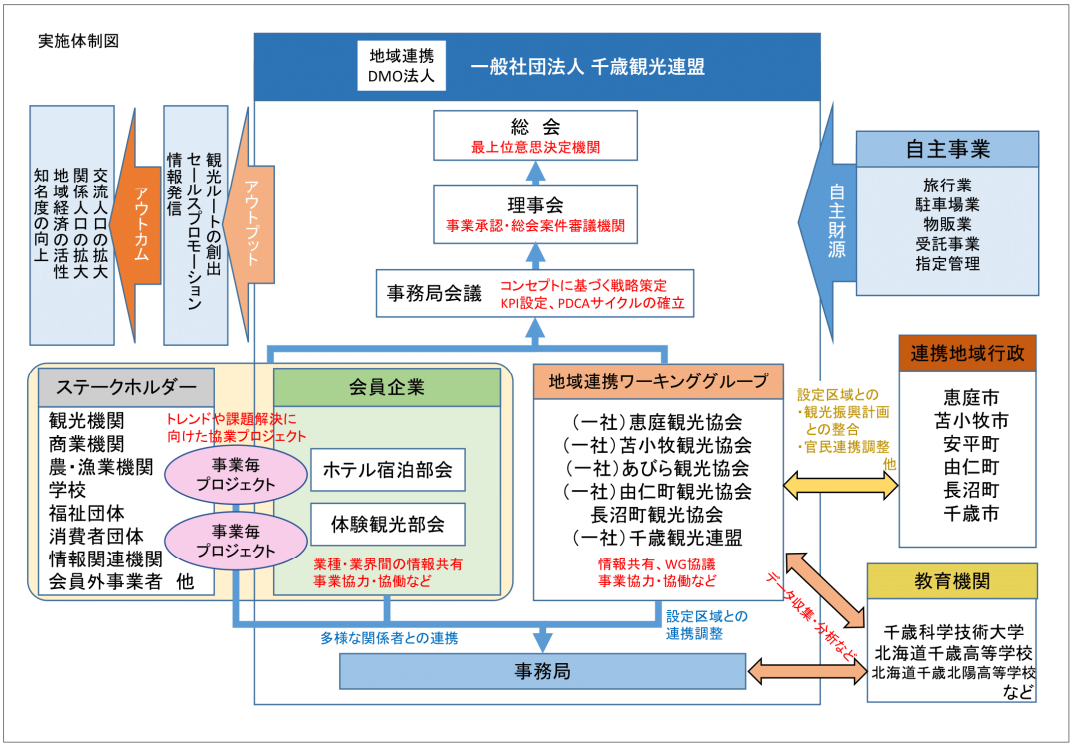
	・JAL ワーケーション行程及び受入支援千歳市と連携し、JAL 職員(8名)による千歳でのワーケーション実施にあたり行程プランニング支援及び受入支援を実施(11/29)。

【定量的な評価】
令和 6 年度のマネジメントエリアの観光客入込数は対前年比 103%と微増となった。宿泊延べ客数においても、対前年比 107%と増加しコロナ禍以降順調に推移している。特に外国人観光客の延べ宿泊者数は対前年比 156%と大きく増加し、感染拡大前の令和元年度（2019 年度）比で 94%まで回復してる。

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】
当該 DMO の前身組織である広域観光団体「北海道中央南部観光交流会」の事務局である(一社)千歳観光連盟が母体となり、マネジメントエリアの恵庭市、苫小牧市、長沼町、由仁町、安平町の各観光協会と情報共有及び調整を行うと共に、各観光協会を通じ行政との連携を図る。
行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者、旅行会社、航空会社など多様な関係者が参画し、官民が密接に連携した運営を実施する。※北海道中央南部観光交流会は平成 30 年度 10 月末を持って発展的に解散。

【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

様式１

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

区域は千歳市を中心とする新千歳空港周辺地域。

Ｈ１０年に区域を構成する観光協会で広域連携団体を設置。

行政区域にとらわれず顧客視点に立ち、区域内の観光情報の発信、周遊ルートの設定、受入環境整備、旅行商品の企画など、地域間連携した取組を実施。

空港を核とした交通結節点として、人・物交流往来が盛んな特性を有し、空港を拠点に車で概ね１時間の範囲内であること。また北海道ならではの豊かな自然環境と豊富な魅力が凝縮する特徴を持ち合わせる当該市町が連携した区域をマネジメントエリアとするのが適切。

【観光客の実態等】

※来訪者調査結果別添

【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】

支笏洞爺国立公園、温泉地、酪農業体験、産業見学、農村風景、渓谷、花（ガーデン）
カヌー、ラフティング、ダイビング、フィッシング、サイクイング、登山、ゴルフ、キャンプ、マラソン、ゲレンデスキー、クロスカントリースキー、スノーパーク、空港、港湾、
アウトレットモール、道の駅、農産品、ワイン、ビール、
千歳・支笏湖氷濤まつり、インディアン水車まつり、航空自衛隊千歳基地航空祭など

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

区域内の宿泊施設:施設数 73 軒、客室数 4,933 部屋、収容人数 9,330 名
※簡易宿泊・下宿を除く

【利便性：区域までの交通、域内交通】

航空:新千歳空港国内空路 28 路線(季節運行含む)、海外 14 路線（2025 年 6 月）
鉄道:JR 新千歳空港駅から区域内各地へ移動可能
車　:道央道、道東道で区域内各地へ移動可能
　　道央圏連絡道路の南長沼ランプ延長開通

【外国人観光客への対応】

〇設定区域内には JNTO 認定外国人観光案内所がカテゴリー３からパートナーまで含め 8 箇所あり、外国人旅行者への情報提供を行っている。
〇2024 年 4 月に開設した千歳観光案内所では専従職員による英語の対面案内に対応している。
〇WEB サイトや観光パンフレット等の情報発信ツールは、英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語の多言語対応を行っている。
※2023 年 WEB サイトをリニューアルしたが、多言語は今年度一部対応予定。
〇第２種旅行業登録により訪日教育旅行、マラソン参加ツアー、MICE 関連ツアー等のインバウンド旅行者を対象とした、受注型企画旅行、手配旅行を行っている。
〇これまで、FIT 旅行者を対象として特典クーポンブック(道南ゴールデンクーポン（国内向け)・北海道ゴールデンクーポン（インバウンド向け）)の企画発行(販売)に取り組んでいたが、2019 年を持って販売を終了。誘客市場を絞り込んだ観光メニューの開発と販売にシフトする。(例：OTA を活用した観光メニュー販売)
〇海外旅行会社等へのセールスプロモーションや海外旅行会社、インフルエンサーなどの視察、取材招聘事業を企画し、設定区域内観光関係者と共にインバウンド旅行者の誘客促進を行う。
〇平成 30 年 2 月より、北海道訪日教育旅行促進協議会に参画し、北海道運輸局、北海道経済部観光局と共に事務局機能を担い、台湾を中心に北海道全体の訪日教育旅行の誘致受入活動を行っている。
〇2023 年には ATWS(アドベンチャートラベルワールドサミット)北海道の開催に向け、公式ファムツアーへの組み込みを図った他(DOA に2コース採択決定)、AT 商品造成に向けたモニターツアーやワークショップなどを開催。
〇千歳市からの受託事業として当エリアでのアドベンチャートラベル推進を目的に、ガイド研修事業や AT 向け旅行商品造成などを行っている。

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	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	来訪者へのアンケート調査を実施し、調査会社へ集計分析を依頼。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	北海道公表の入込統計の活用とマネジメントエリアへの聞き込みにより実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	来訪者へのアンケート調査を実施し、調査会社へ集計分析を依頼。
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。	来訪者へのアンケート調査を実施し、調査会社へ集計分析を依頼。
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。	千歳観光連盟 WEB サイトのアクセスを参考として実施。
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。	来訪者へのアンケート調査を実施し、調査会社へ集計分析を依頼。
観光案内所来訪者統計調査	案内所利用目的や問合せ内容を集計し観光ニーズを把握するため。	観光案内所機能を活用した自主事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

様式１

※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
千歳市を含む 3 市 3 町は、新千歳空港を中心に車で約 1 時間圏内に位置している。マネジメントエリアには国立公園の支笏湖をはじめ、良質な温泉、アウトドア体験など四季を通じて楽しめることができる他、周辺地域でも北海道らしい農村風景がひろがり、農業体験や見学施設、食など共通する数多くの魅力的な観光資源が点在している。しかしながら、地域エリア内でコンセプトに基づいた一元的な情報提供やプロモーションができておらず、対外的に観光地としての知名度・認識は高くないことから、観光地域づくり法人が中心となり連携し、広域的に魅力を内外に発信することで当該区域の観光イメージを高める役割を担う。また、入込など地域により偏りがあることから、北海道を代表する国内外の玄関口である新千歳空港を起点に、千歳をハブの中心とした新たな周辺広域観光の周遊ルートの形成を目指し、滞留・交流人口の拡大、地域経済の活性化につなげることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・北海道の交通結節点、新千歳空港、苫小牧港によるアクセス利便性 ・東京や札幌など都市圏からの地理的、時間的優位性 ・国立公園支笏湖をはじめとした手つかずの自然が残る大自然 ・支笏湖や千歳川の透明度の高さ、水質 ・空港至近にある北海道らしい田園風景が広がる農村エリア ・支笏湖などの自然を生かした様々な体験活動、アウトドア活動が可能 ・良質な温泉資源が豊富 ・高級からリーズナブルまで選択肢が多いホテル・旅館の集積 ・ブランド力のある食資源（姫ます、北寄貝などの農海産品） ・地域の食材を使った飲食店が豊富 ・集客力のあるイベント（氷濤まつり・とまこまい港まつりなど） ・個性豊かなゴルフ場が集積する立地 ・動力船規制や脱炭素など先進的な環境保全への取組 ・教育旅行における教育旅行プログラムのコンテツが豊富	**弱み（Weaknesses）** ・観光資源の季節的偏在 ・冬季観光メニューの不足 ・キラーコンテンツの不足 ・中心市街地の商業施設の老朽・高齢化 ・観光スポット（景観・施設など）の固定化 ・国内外での観光地としての知名度の低さ ・日帰り利用客が多い（滞在時間が短い） ・地域住民の観光に対する意識・理解が低い ・エリア内での近隣市町村連携が未熟 ・地域内を問わず観光資源の連携やエリアとしての一元的な情報の集約・発信が不十分 ・Wi-Fi 等情報インフラ、案内板・HP 等の多言語対応が十分でない ・外国人向け観光情報、案内所、対応ガイドなどが十分でない ・マーケティングデータの収集・分析が不十分で、マーケティングに基づく戦略の策定・事業実施等の強化が必要 ・バリアフリー・ユニバーサルデザインが不十分 ・温泉街らしい風情に欠ける ・ファミリー層や雨の日に楽しめるような場所が少ない ・幅広い年齢層に対応したナイトタイムエコノミーの観光コンテンツが不足している ・全国的に知名度の高い特産品が少ない ・市内、周辺観光地への二次交通アクセスが不十分（二次交通の脆弱） ・エリア内の回遊を促すための周遊ルート、プログラムの不足 ・観光ガイドの役割を担う人材が少ない ・観光ガイドの育成システム、品質管理が不十分

様式１

	機会（Opportunity）	脅威（Threat）
外部環境	・体験型観光の需要増加、アウトドア(キャンプ)ブームの拡大 ・千歳及び周辺地域での新たな宿泊施設開業による宿泊客の増加 ・働き方改革としてのテレワークの普及・定着 ・ライフスタイルの変容による価値観・ニーズの多様化 ・新しい旅行スタイルとしてのワーケーションの注目 ・マイクロツーリズムへの注目 ・社会変化による分散休暇、分散行動の広がり ・SDGsやサステイナブルツーリズムへの関心の高まり ・キウス周堤墓群の「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界文化遺産登録 ・ATWS アドベンチャートラベルワールドサミット 2023 の開催 ・国・道・市による Go To トラベルやどうみん割、地域独自の宿泊割引支援など旅行需要喚起作の取組 ・北海道ボールパーク開業に伴う周辺地域への波及効果 ・地方創生、DMO 推進による国の支援、仕組みづくりの推進 ・半導体工場進出によるビジネストラベル需要の増加が見込まれる ・北海道、千歳市における宿泊税の導入検討	・アウトドアブームによるマナーやモラルの低下 ・オーバーユースによる利用者満足度やサービスの低下 ・オーバーユースによる環境保全への驚異 ・人口減少による国内旅行市場（日本人観光客）の縮小 ・観光関連事業者の高齢化、人手不足、後継者不足 ・新型コロナウイルスなどによる観光客の激減や屋内施設利用に対する不安 ・気候変動による豪雨や豪雪、降雪時期の変化

※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

○第１ターゲット層

初めての北海道を気ままに巡るスロートラベル層

▷夫婦・パートナー（子供は旅行には同行しない）▷40 代　▷アメリカ在住（西部都市）▷会社員▷年収 1500 万円

○選定の理由

令和５年度の宿泊者数順位では、台湾、中国、タイに次いで 4 位だが、欧米豪では 1 位となっている。2 回目以降の地方訪問も高く、AT やガストロノミーツーリズムなど当エリアのコンテンツ（アクティビティ）との親和性が高い。

○取組方針（戦略）

・公式サイトの多言語化と SNS などによる発信強化
・AT 向けコンテンツ整理とソフトアクティビティを中心とした商品開発。
・訪問意欲を促進させるための実際の風景やアクティビティの映像制作。
・JNTO 多言語ウェブサイトでの情報発信。
・旅ナカ旅行者向けのショート・トリッププランの開発。
・北海道観光機構公式サイト「HOKKAIDO LOVE」とのデータ連携による訴求力強化。

○ターゲット層

何度も北海道を楽しみたいよくばりなファミリー層

▷ファミリー（小学生の子供あり）▷30 代　▷香港在住　▷会社員（共働きの）▷年収 1000 万円

○選定の理由

令和５年度の宿泊者数順位では 6 位だが、リピーター率が高く、移動にレンタカーを使うなど自由度の高い旅行する傾向があり、当エリア内での広範囲な周遊が期待できる。

○取組方針

・ファミリー層を中心とした高付加価値コンテンツの発信。
・花や紅葉、アクティビティなど季節感のあるコンテンツを組合せた情報発信。
・公式 WEB・SNS などオウンドメディアを活用したディープスポットなどの情報の発信。
・最新スポットやトレンド情報などタイムリーな情報発信。
・北海道観光機構公式サイト「HOKKAIDO LOVE」とのデータ連携による訴求力強化。

○ターゲット層 非日常空間でちょっとした贅沢を楽しみたいフリースピリット・ジャーニー層 ▷夫婦・パートナー　▷会社員（管理職）▷40 代（子供なし）▷年収 1600 万円▷都内在住
○選定の理由 顧客分析により中高年層の二人旅の訪問が高く、消費単価も高い傾向。当エリアの地理的優位性や嗜好性からもからも当エリアで提供できるコンテンツとの親和性が高い。 ○取組方針 ・絶景、温泉・癒やし、グルメ、フォトジェニックなどテーマ性の高いコンテンツの発信。 ・「その時期ならでは」など季節・期間限定スポットの情報発信。 ・非日常体験や贅沢など高級感特別感のある大人の旅をイメージできるプランの造成。 ・北海道観光機構公式サイト「HOKKAIDO LOVE」とのデータ連携による訴求力強化。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	Where Your Senses and Emotions Come Alive: Greater Chitose あなたの五感と心が躍動する地：グレーター千歳
②コンセプトの考え方	マネジメントエリアには国立公園の支笏湖をはじめ、良質な温泉、アウトドア体験など四季を通じて楽しめることが出来、周辺地域でも北海道らしい農村風景が広がり、農業体験や見学施設、食など数を多くの魅力的な観光資源が点在するなど北海道の魅力が凝縮されたエリアとなっている。コンセプトにある「五感」をキーワードに、来訪者がすべての「感覚」（視覚、聴覚、味覚、嗅覚、触覚、運動感覚）が目覚め、それにより心の躍動、様々なプラスの「感情」が湧きおこる特別な体験をこのエリアで提供できることをコンセプトとする。

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。	地域連携ＤＭＯを中心に、地域の観光団体等を集めた戦略協議の場を設け情報の共有化を図るとともに、地域観光団体加盟の関連事業者や地域住民とのコミュニケーションの機会を創出し、各種情報の共有を図る。
	2024 年度においては、当該地域観光協会、行政担当者を対象としたデスティネーション・マーケティング研修を開催。（計 5 回）
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	来訪者アンケートによる調査分析等を通じた宿泊、飲食、交通、アクティビティ関連施設等の品質向上を図るための PDCA を行う。
	自主事業や補助事業で実施する旅行商品モニターなどによる参加者アンケートから観光・旅行商品に対する PDCA を行う。

	自主事業による旅行商品販売を通じた旅行者ニーズ・評価を収集分析し、旅行商品メニューの品質向上を図る。
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	設定区域をはじめとする北海道全域の観光情報を取り扱う観光案内所機能を活用し、旅行者への当該区域の情報発信・観光ルート提案、などワンストップ窓口を担う。
	第２種旅行業を活用し、コンセプトに基づいた着地型旅行商品の企画造成・販売を実施する。
	地域関連事業者と連携し国内外セールスプロモーションを展開すると共に、ワンストップ窓口としてセールス代行業務を実施する。
	北海道訪日教育旅行促進協議会へ参画し、北海道運輸局、北海道経済部観光局と共に北海道全体の教育旅行誘致受入の共同事務局としての機能を担う。
	空港所在地としての強みを活かし、新千歳空港を活用したコンテンツの開発や着型旅行商品の造成、販売の推進。
	観光サイトやＳＮＳを利用し当該区域の情報発信を実施。
	観光庁や北海道観光機構などの支援メニューを活用し、アドベンチャートラベルやユニバーサルツーリズムなどのテーマ別観光によるプログラム開発や商品造成などの取り組みを行う。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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（円）	目標	9,500	20,000	18,000	18,500	19,000	19,500
		(65,000)	(65,500)	(26,000)	(26,500)	(27,000)	(27,500)
	実績	18,752	17,235	60,147			
		(－)	25,431	96,861			
●延べ宿泊者数（人）	目標	454,839	570,000	580,000	590,000	600,000	610,000
		(1,718)	(70,000)	(165,000)	(181,500)	(199,650)	(219,600)
	実績	563,100	543,000	615,500			
		(60,832)	(150,736)	(235,440)			
●来訪者満足度（％）	目標	96.5	97.0	97.5	98.0	98.5	99.0
		(93.0)	(93.5)	(94.0)	(94.5)	(95.0)	(95.5)
	実績	86.2	90.4	92.8			
		(－)	(－)	88.6			
●リピーター率（％）	目標	112.5	113.0	77.5	78.0	78.5	79.0
		(66.0)	(66.5)	(67.0)	(67.5)	(68.0)	(68.5)

	実績	84.2	77.0	41.5			
		（－）	（－）	14.7			

※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】

対象区域全体の目標値設定に当たっては、DMO 設立当初は、千歳市以外の区域では各種実態データを持ち合わせていない現状にあること、また区域内における国内外宿泊・日帰り入り込みの多数を千歳市が占める状況であることから、千歳市の実態を基礎データとして全体目標に設定することが、今後の各種連携事業の企画展開と実態調査による調査分析に有効であることを関係者間で合意形成し設定に至っている。

2024 年にはデスティネーション・マーケティングの考えに基づいた地域戦略（簡易試行版）を作成したことから、新たな地域戦略に基づき、これまでの必須 KPI と独自の KPI を設定。

【設定にあたっての考え方】

目標数値について、延べ宿泊者数は、北海道観光入込客調査報告書から抽出。旅行消費額、来訪満足度、リピーター率については、マネジメントエリアの案内所などで来訪者調査を行い、調査会社に集計分析を依頼している。

●旅行消費額

平成 27 年度に実施された「観光客満足度実態調査」の実績値を基準に設定しているが、コロナ後の調査となった 2023 年の実績により、旅行消費額を見直し、目標値を設定。

●延べ宿泊者数

平成 27 年度に実施された「観光客満足度実態調査」の実績値を基準に設定しているが、新型コロナの 5 類移行による行動制限解除されたことから、2023 年の実績により、延べ宿泊者数を見直し、目標値を設定。

●来訪者満足度

毎年 0.5 ポイントの向上を目標に各年次における数値を設定。国内外とともに令和 11 年までに 100 ポイント以上にすることを目標におき、それに向け毎年 0.5 ポイントずつ向上するよう目標値を設定。

●リピーター率

毎年 0.5 ポイントの向上を目標に各年次における数値を設定。国内外ともに令和 9 年度までに 115 ポイント以上にすることを目標におき、それに向け毎年 0.5 ポイントずつ向上するよう目標値を設定。

【データの取得方法について】

データの取得については、北海道観光入込客調査報告書(設定区域全体数抜粋)、また設定区域 3 市 3 町の観光案内所、道の駅、観光施設などで来訪者への対面、WEB アンケート調査により実施

（２）その他の目標

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
●住民満足度 観光客の来訪受容意識【%】	目標	（－）	（－）	87.5	88.0	88.5	89.0
	実績	（－）	87	89.1	（－）	（－）	（－）

様式１

●住民満足度 観光客増による 地域の受益評価【%】	目標	（－）	（－）	75.5	76.0	76.5	77.0
	実績	（－）	75	76	（－）	（－）	（－）
●千歳駅観光案内所来訪者数 （）内は海外 ※単位:人	目標	840	1,000	3,000	3,500	4,000	4,500
		（－）	(400)	(600)	(700)	(800)	(900)
	実績	2,694	2,925	11,973			
		(275)	(326)	(3,574)			
●支笏湖支所来訪者数 （）内は海外 ※単位:人	目標	（－）		2,500	3,000	3,500	4,000
		（－）		1,500	2,000	2,500	3,000
	実績	（－）	2,002	9,145			
		（－）	(1,350)	(4,742)			
●Web サイトのアクセス数 ※単位:回	目標	132,000	158,000	189,000	226,000	271,000	325,000
		(12.0%)	(14.0%)	(16.0%)	(18.0%)	(20.0%)	(22.0%)
	実績	128,466	122,017	599,902			
		（－）	（－）	（－）			
●教育旅行入込数 （）内は海外 ※単位:人	目標	150	250	300	350	400	450
		（－）	（ 80 ）	(120)	(160)	(200)	(240)
	実績	583	13	368			
		（ 0 ）	（－）	(124)			
●平均泊数 （）内は海外 ※単位:泊	目標	（－）	（－）	（－）	1.5	1.7	1.9
		（－）	（－）	（－）	(1.5)	(1.7)	(1.9)
	実績	（－）	1.2				
		（－）	(1.3)				

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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】

当該エリアについては、農業体験を中心に道内外からの教育旅行の受入れを積極的に行っており、今後も当該エリアの重要な観光資源の柱となることから目標数値の設定とした。その他、WEB サイトのアクセス数、観光案内所の来訪者数、2023 年より、住民満足度及び 2023 年に開設した支笏湖支所の入込数を指標に追加。

【設定にあたっての考え方】

●住民満足度

地域住民の観光に対する理解度や観光客の増加による受益評価は、持続可能な観光を推進するためにも需要であることから観光客の来訪受容意識と観光客増による地域の受益評価を指標項目として設定。

●千歳観光案内所・支笏湖支所来訪者数

観光案内所は、旅行者の観光情報の入手や問い合わせなど旅の拠点となり、来訪者の属性や訪問地、来訪目的など来訪者の傾向を把握でき、プロモーションや受入環境整備にも役立てることができる。

●WEB サイトのアクセス数

Google Analytics により、サイト訪問者の属性や観光スポットへの興味関心を把握することで、効果的な情報発信や SEO 対策、WEB マーケティングにも活用することができる。

●教育旅行入込数

教育旅行入込数を収集分析することにより、当該エリアで実施する宿泊、体験など細目毎にデータを集約することが出来、また当該エリアにどの地域から訪問しているかを分析することで誘致プロモーションの戦略に役立てる事ができる。

●平均泊数

新千歳空港所在地としての特性上、前後泊利用が多くまた、観光デスティネーションとしての認知度も低いことから滞在日数が少ないことが課題となっている。周遊促進による滞在日数拡大の取組が不可欠になることから指標項目として設定。

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）	
2022（Ｒ４）年度	490,377,756（円）	【国からの補助金】	9,468,000（円）
		【道からの補助金】	5,560,000（円）
		【市からの補助金】	329,862,167（円）
		【地方公共団体からの指定管理収入】	11,363,635（円）
		【民間企業等からの寄付】	0（円）
		【会費収入】	4,865,000（円）
		【収益事業収入】	126,665,279（円）
		【その他】	2,593,675（円）
2023（Ｒ５）年度	186,264,780（円）	【国からの補助金】	1,951,920（円）
		【道からの補助金】	10,000,000（円）
		【市からの補助金】	0（円）
		【地方公共団体からの指定管理収入】	11,363,635（円）
		【民間企業等からの寄付】	0（円）
		【会費収入】	4,730,000（円）
		【収益事業収入】	158,219,225（円）
2024（Ｒ６）年度	180,853,335（円）	【国からの補助金】	6,270,978（円）
		【道からの補助金】	5,106,950（円）
		【市からの補助金】	0（円）
		【地方公共団体からの指定管理収入】	11,363,640（円）
		【民間企業等からの寄付】	0（円）
		【会費収入】	4,745,000（円）
		【収益事業収入】	130,679,729（円）
2025（Ｒ７）年度	168,695,507（円）	【国からの補助金】	4,000,000（円）
		【道からの補助金】	4,000,000（円）
		【市からの補助金】	0（円）
		【地方公共団体からの指定管理収入】	11,363,640（円）
		【民間企業等からの寄付】	0（円）
		【会費収入】	4,845,000（円）
		【収益事業収入】	144,486,867（円）

2026（Ｒ８） 年度	183,299,189（円）	【国からの補助金】	4,000,000（円）
		【道からの補助金】	4,000,000（円）
		【市からの補助金】	0（円）
		【地方公共団体からの指定管理収入】	11,363,635（円）
		【民間企業等からの寄付】	0（円）
		【会費収入】	5,000,000（円）
		【収益事業収入】	158,935,554（円）
2027（Ｒ９） 年度	199,192,744（円）	【国からの補助金】	4,000,000（円）
		【道からの補助金】	4,000,000（円）
		【市からの補助金】	0（円）
		【地方公共団体からの指定管理収入】	11,363,635（円）
		【民間企業等からの寄付】	0（円）
		【会費収入】	5,000,000（円）
		【収益事業収入】	174,829,109（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４） 年度	627,207,907（円）	【旅費交通費】	3,166,926（円）
		【外注費】	5,305,434（円）
		【賃料】	354,978（円）
		【光熱費】	784,396（円）
		【通信運搬費】	287,329（円）
		【消耗品費】	334,639（円）
		【備品等賃借料】	758,021（円）
		【広告宣伝費】	1,224,259（円）
		【調査研究費】	200,966（円）
		【その他事業費】	7,074,890（円）
		【収益事業支出】	491,289,507（円）
		【管理費】	116,426,562（円）
2023（Ｒ５） 年度	326,375,194（円）	【旅費交通費】	8,548,973（円）
		【外注費】	25,635,976（円）
		【賃料】	2,110,862（円）
		【光熱費】	2,095,025（円）
		【通信運搬費】	2,371,705（円）
		【消耗品費】	2,381,033（円）
		【備品等賃借料】	5,359,949（円）
		【広告宣伝費】	1,330,611（円）
		【調査研究費】	38,750（円）
		【その他事業費】	128,898,578（円）
		【収益事業支出】	108,596,533（円）
		【管理費】	39,007,199（円）
2024（Ｒ６） 年度	317,794,742（円）	【旅費交通費】	10,417,837（円）
		【外注費】	41,739,784（円）
		【賃料】	675,464（円）
		【光熱費】	1,270,538（円）
		【通信運搬費】	7,226,745（円）
		【消耗品費】	3,349,677（円）
		【備品等賃借料】	8,443,420（円）
		【広告宣伝費】	612,796（円）
		【調査研究費】	950,000（円）

様式１

		【その他事業費】	148,059,675（円）
		【収益事業支出】	95,048,806（円）
		【管理費】	0（円）
2025（Ｒ７） 年度	287,056,842（円）	【旅費交通費】	8,000,000（円）
		【外注費】	31,226,000（円）
		【賃料】	966,000（円）
		【光熱費】	1,733,000（円）
		【通信運搬費】	2,615,450（円）
		【消耗品費】	1,836,000（円）
		【備品等賃借料】	2,220,000（円）
		【広告宣伝費】	1,171,022（円）
		【調査研究費】	800,000（円）
		【その他事業費】	137,590,565（円）
		【収益事業支出】	98,898,805（円）
		【管理費】	0（円）
2026（Ｒ８） 年度	296,946,723（円）	【旅費交通費】	8,000,000（円）
		【外注費】	31,226,000（円）
		【賃料】	966,000（円）
		【光熱費】	1,733,000（円）
		【通信運搬費】	2,615,450（円）
		【消耗品費】	1,836,000（円）
		【備品等賃借料】	2,220,000（円）
		【広告宣伝費】	1,171,022（円）
		【調査研究費】	800,000（円）
		【その他事業費】	137,590,565（円）
		【収益事業支出】	108,788,686（円）
		【管理費】	0（円）
2027（Ｒ９） 年度	307,825,592（円）	【旅費交通費】	8,000,000（円）
		【外注費】	31,226,000（円）
		【賃料】	966,000（円）
		【光熱費】	1,733,000（円）
		【通信運搬費】	2,615,450（円）
		【消耗品費】	1,836,000（円）
		【備品等賃借料】	2,220,000（円）
		【広告宣伝費】	1,171,022（円）
		【調査研究費】	800,000（円）
		【その他事業費】	137,590,565（円）
		【収益事業支出】	119,667,554（円）
		【管理費】	0（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

・駐車場収入（寿インター駐車場）
・物販事業収入（通販サイト企画運営、道外百貨店出展・商品仲介）
・指定管理による収入（美笛キャンプ場）
・旅行事業収入　（手配旅行、教育旅行、ユニバーサルツーリズム）
・サポート事業収入（レンタサイクル）
・市受託事業収入（アドベンチャートラベル、企業研修型誘致事業他）
・補助金収入（観光庁事業など）
※将来的に、千歳市の宿泊税導入に伴う受託事業等による収入も見込まれている。

様式１

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

今後も一般社団法人千歳観光連盟を当該市町における地域連携ＤＭＯの法人として継続して事業連携への取り組みを行うことで承済み。

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】

※区域の重複なし

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【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】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	大宮　裕輔
担当部署名（役職）	観光部　次長
郵便番号	〒066-0019
所在地	北海道千歳市流通 3 丁目 4-1
電話番号（直通）	0123-24-8818
ＦＡＸ番号	0123-24-8819
Ｅ－ｍａｉｌ	y-omiya@1000sai-chitose.or.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

様式１

担当者氏名	渡部　美紀
担当部署名（役職）	北海道経済部　観光局観光振興課主査（観光地づくり）
郵便番号	〒060-8588
所在地	北海道札幌市中央区北３条西６丁目
電話番号（直通）	011-204-5303(26-567)
ＦＡＸ番号	011-232-4120
Ｅ－ｍａｉｌ	watanabe.miki1@pref.hokkaido.lg.jp

都道府県･市町村名	千歳市
担当者氏名	小坂　孝男
担当部署名（役職）	主幹（観光施策調整担当）
郵便番号	〒066-8686
所在地	北海道千歳市東雲町 2 丁目 34 番地
電話番号（直通）	0123-24-0377
ＦＡＸ番号	0123-22-8854
Ｅ－ｍａｉｌ	takao.kosaka@city.chitose.lg.jp

都道府県･市町村名	恵庭市
担当者氏名	高橋　淳
担当部署名（役職）	経済部花と緑・観光課主査
郵便番号	〒061-1498
所在地	北海道恵庭市京町１番地
電話番号（直通）	0123-33-3131 (2521)
ＦＡＸ番号	0123-33-3137
Ｅ－ｍａｉｌ	hanatomidori@city.eniwa.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	苫小牧市
担当者氏名	池田　寛
担当部署名（役職）	産業経済部産業振興室観光振興課課長
郵便番号	〒053-8722
所在地	北海道苫小牧市表町 5 丁目 11 番 5 号
電話番号（直通）	0144-32-6448
ＦＡＸ番号	0144-32-4200
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.tomakomai.hokkaido.jp

都道府県･市町村名	長沼町
担当者氏名	森　洋介
担当部署名（役職）	産業振興課商工観光係　係長

様式１

郵便番号	〒069-1392
所在地	北海道夕張郡長沼町中央北１丁目１番１号
電話番号（直通）	0123-88-2111 (317)
ＦＡＸ番号	0123-88-0888
Ｅ－ｍａｉｌ	h-fukuhara@ad.maoi-net.jp

都道府県･市町村名	由仁町
担当者氏名	今村　倫幸
担当部署名（役職）	産業振興課由仁のもの事業担当主査
郵便番号	〒069-1292
所在地	北海道夕張郡由仁町新光 200 番地
電話番号（直通）	0123-83-2114
ＦＡＸ番号	0123-83-3020
Ｅ－ｍａｉｌ	t-imamura@town.yuni.lg.jp

都道府県･市町村名	安平町
担当者氏名	稲井　勝
担当部署名（役職）	商工観光課 商工観光労働グループ　主幹
郵便番号	〒059-1595
所在地	北海道勇払郡安平町早来大町 95 番地
電話番号（直通）	0145-22-2514
ＦＡＸ番号	0145-22-3006
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.abira.lg.jp

オブザーバー

都道府県･市町村名	北海道運輸局
担当者氏名	酒井　啓友
担当部署名（役職）	観光部観光地域振興課長
郵便番号	〒060-0042
所在地	北海道札幌市中央区大通西 10 丁目札幌第二合同庁舎
電話番号（直通）	011-290-2722
ＦＡＸ番号	011-290-2703
Ｅ－ｍａｉｌ	sakai-h52dz@mlit.go.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人千歳観光連盟

様式２

記入日：　令和7年　7月　31日

基礎情報

【区域】 北海道千歳市、恵庭市、苫小牧市、長沼町、由仁町、安平町
【設立日】 昭和45年7月
【設立経緯】 その他
【登録日】 平成29年11月28日
【代表者】 小田　賢一（会長）
【マーケティング責任者（CMO）】
大宮　裕輔（観光部次長）
【財務責任者（CFO）】
小林　弘幸（常務理事（業務執行理事）/事務局長）
【職員数】 25人
（常勤14人（正職員6人・嘱託職員8人）、非常勤11人）
【主な収入】 収益事業130百万円　指定管理11百万円　補助金収入8百万円（令和6年度決算）
【総支出】 事業費 222百万円　収益事業支出 95百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
区域内6市町、6市町観光協会、旅行会社、宿泊、交通事業者他

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（円）	目標	9,500 (65,000)	20,000 (65,500)	18,000 (26,000)	18,500 (26,500)	19,000 (27,000)	19,500 (27,500)
	実績	18,752 （－）	17,235 25,431	60,147 96,861	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	454,839 (1,718)	570,000 (70,000)	580.000 (165,000)	590,000 (181,500)	600,000 (199,650)	610,000 (219,600)
	実績	563,100 (60,832)	543,000 (150,736)	615,500 (235,440)	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	96.5 (93.0)	97.0 (93.5)	97.5 (94.0)	98.0 (94.5)	98.5 (95.0)	99.0 (95.5)
	実績	86.2 （－）	90.4 （－）	92.8 88.6	—	—	—
リピーター率（%）	目標	112.5 (66.0)	113 (66.5)	77.5 (67.0)	78.0 (67.5)	78.5 (68.0)	79.0 (68.5)
	実績	84.2 （－）	77.0 （－）	41.5 14.7	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①初めての北海道を気ままに巡るスロートラベル層
②何度も北海道を楽しみたいよくばりなファミリー層
③非日常空間でちょっとした贅沢を楽しみたいフリースピリット・ジャーニー層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
地域行政と民間事業者が一体となり情報発信とセールスプロモーションを実施。
【観光地域づくりのコンセプト】
あなたの五感と心が躍動する地：グレーター千歳
新千歳空港を核としたマネジメントエリアは、数多の観光スポットや食など魅力的な観光資源が点在し、北海道の魅力が凝縮されたエリアとなっている。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・アドベンチャートラベル推進事業
・ユニバーサルツーリズム事業
・eスポーツ推進事業
・ワーケーション促進事業
【受入環境整備】
・千歳観光案内所整備事業
　千歳観光案内所の運営
（来訪者11,973名　うち海外3,574名）
・支笏湖支所（案内所）の運営
（来訪者9,145名　うち海外4,724名）
・レンタサイクル「そらチャリ」貸出
（利用130件）

【情報発信・プロモーション】
・国内海外教育旅行の誘致受入
・第2回ウェルネスツーリズムEXPOへの出展
・北海道観光情報交換会への参加
・Visit Japan FITフェア#15参加及びタイ・シンガポールプロモーション実施
・訪日教育旅行台湾現地セールス実施
・海外旅行会社・インフルエンサーFAM受入
・千歳観光連盟公式ホームページ「千歳観光ナビ」の運営

シンガポール千歳観光セミナー

AT招請事業