

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6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 ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・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	21人【常勤12人（正職員5人（うち出向1名）・嘱託7名）、非常勤9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設定区域内の広域連携の調整業務を担当。
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） （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	<p>【該当する登録要件】</p> <p>（概要）宿泊・交通・体験・商業・農業・金融など203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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>③ ワーク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。</p>	

	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	<p>【活動の概要】</p> <p>1970(昭和45)年 社団法人千歳観光連盟創立。</p> <p>1972(昭和47)年 千歳空港有料駐車場営業開始。</p> <p>1992(平成07)年 新千歳空港駐車場開設。</p> <p>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。</p> <p>2004(平成16)年 JR千歳駅前商業ビル内に千歳観光案内所を開設。</p> <p>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製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)。</p> <p>2011(平成23)年 一般社団法人へ移行。</p> <p>2013(平成25)年 地域限定旅行業登録。</p> <p>2015(平成27)年 第三種旅行業に登録変更。</p> <p>2016(平成28)年 第二種旅行業に登録変更。</p> <p>2017(平成29)年 日本版DMO法人に登録。</p> <p>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。</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>2023(令和5)年 支笏湖支所開設</p> <p>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</p> <p>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。</p> <p>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製品の販促普及を通じて、地域経済振興に努めている。</p> <p>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</p>

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、バリアフリー制度に登録し、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、新たな観光需要創出に努めている。

事業	実施概要 (2023/R5 年度)
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ●国内教育旅行及び教育旅行視察の受入 ●第 1 回ウェルネスツーリズム EXP0 への出展 (5/10~12) 北海道観光機構が出展する北海道ブースに参加し、千歳ワーケーション・アドベンチャートラベル、ユニバーサル事業等をセールス。 ●北海道観光情報交換会 in 名古屋 (9/8) /東京(10/5)/大阪(10/26) への参加 ●「千歳・支笏湖氷濤まつり」首都圏街頭キャンペーン実施 ●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(10/5~12) 北海道エアポート出展の FIT フェアに参加し氷濤まつりをはじめとする当地 PR の他、タイ、シンガポール旅行会社訪問実施。 ●訪日教育旅行台湾現地セールス実施 (11/5~11/9) 北海道訪日教育旅行促進協議会主催の現地セールスへ、千歳市と連携し教育機関への説明会及び学校訪問を実施。 ●千歳市海外セールスプロモーション実施 (2/18~2/21) 千歳市によるシンガポールセールスをコーディネートし、現地市場調査及びスポーツツーリズム誘客セールスを実施。 ●NATAS TRAVEL2024 参加 (2/28~3/4) 北海道観光振興機構出展北海道ブースに参加し当地の観光情報を発信。 ●さっぽろ FIT 推進協議会「香港プロモーション」(3/11~15) さっぽろ FIT 推進協議会主催事業に参加し、市場動向調査及び OTA、メディアとの意見交換を実施 ●SNS (Facebook/Instagram) による情報発信 投稿数 Facebook51 件 (70 件) Instagram 92 件 (91 件) ※カッコ内は前年度実績 ●千歳観光連盟公式ホームページの全面リニューアル及び運営 (2/1 より公開) 観光ホームページを刷新し、千歳をはじめ空港周辺観光情報、モデルコース等を掲載。また北海道観光機構サイトとのデータ連携によるデータ更新効率化と情報発信の強化を図った。
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●千歳駅観光案内所の運営 ※1 月末をもって閉所 来訪者数 2,925 名(2,694 名)、内国内 2,599 名(2,419 名)・海外 326 名(275 名)2024 年 4 月より JR 千歳駅構内に案内所移転 ※カッコ内は前年度実績

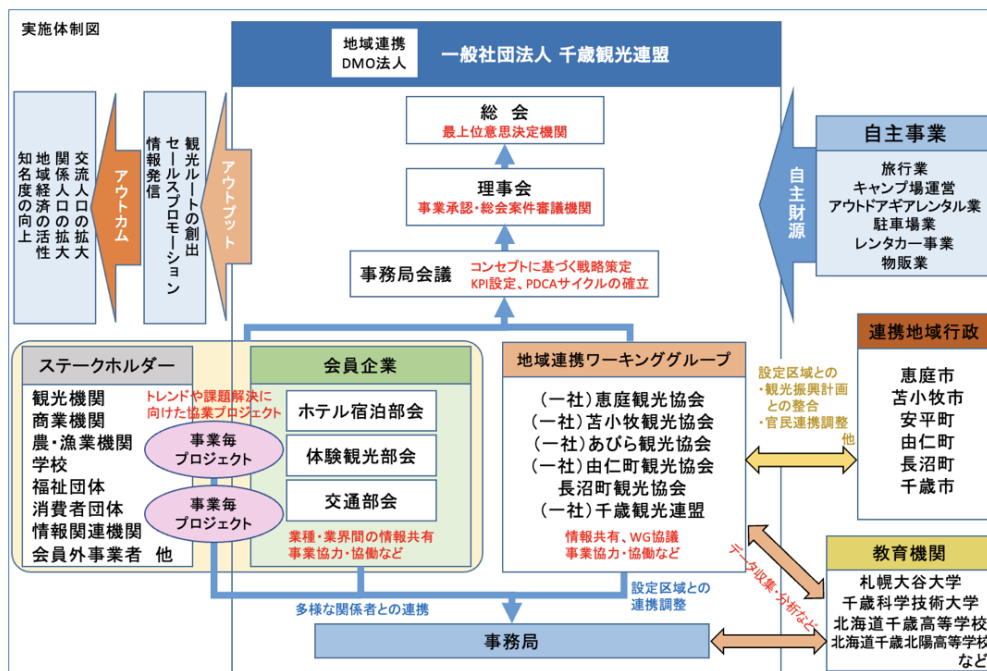
	<p>●千歳観光連盟支笏湖支所開設 ※12/19より開設 来訪者数(12/19～3/31) 2,002名、内国内 652名・海外 1,350名)</p> <p>●レンタサイクル「そらチャリ」貸出 (貸出期間:4月21日～10月29日まで / 利用 184件)</p>	
	<p>観光資源の磨き上げ</p> <p>●アドベンチャートラベル(AT)推進事業 ・千歳市独自のAT旅行会社招聘事業(受託事業/千歳市) アメリカ、カナダのAT旅行会社、欧米のAT旅行会社を顧客とし日本にも拠点を持つDMC4社5名を独自に招請し千歳のコンテンツの視察案内を実施。 ・ATWS2023 DOA事業 地元旅行会社と共同で、参加者12名によるDOA-18コース(千歳川・市街地)の1DAYアドベンチャーをアテンド。</p> <p>●ユニバーサルツーリズム事業 ・車いすインフルエンサーと肢体不自由な小中学生とその保護者との美笛キャンプ場でのDAYキャンプ及び福祉タクシー実証運行を実施。(北海道運輸局補助事業) ・車椅子インフルエンサーを招聘し、千歳市内やDMO地域のモニターツアーを実施。車椅子の方でも楽しめる地域の魅力を発信。(北海道観光機構補助事業)</p> <p>●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」の参加募集等を支援(8/20開催)また、北海道エアポート主催「eスポーツチャレンジ2023」の支援調整他実施。(11/26)</p> <p>●令和5年度ワーケーション促進事業(受託事業/千歳市) NTT-東日本北海道15名による企業研修型ワーケーションの受入実施及びPR動画制作を実施。</p>	
	<p>【定量的な評価】 令和5年度の設定区域全体の観光客入込数はまだ公表されていないが、北海道の観光入込客数調査報告書では、上期における道央圏の入り込みは、前年同期比で33.8%増となっている他、訪日外国人来道者の延べ宿泊数も、1,399.5千人泊、前年同期比で+3,474.1%と大幅に回復している。一方で、マネジメントエリアの中心となる千歳市においては、入り込み客数は、1,895.4千人、対前年比8.6%増となっているが、コロナ禍前2019年比で41.7%、延べ宿泊客数も、98.8%、外国人延べ宿泊者数も62.7%とコロナ禍前を下回っており、他地域に比べ回復が遅れている。</p>	

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、地域連携区域の恵庭市、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、産学連携先の大学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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

- り、外国人旅行者への情報提供を行っている。
- 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。
- 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、多言語は未対応。
- 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。
- 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）
- 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。
- 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活動を行っている。
- 2023 年には ATWS（アドベンチャートラベルワールドサミット）北海道の開催を控え、公式ファムツアーへの組み込みは図った他（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。

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。	アンケート調査を産学連携により大学と連携し、自主事業として実施
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	連携区域内自治体調査を活用して実施。
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。	アンケート調査を産学連携により大学と連携し、自主事業として実施。
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。	アンケート調査を産学連携により大学と連携し、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。	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。	アンケート調査を産学連携により大学と連携し、自主事業として実施。
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

※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。設定区域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むことができる他、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をしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・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ンツが豊富 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・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

外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、P E S T 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

<p>○第１ターゲット層</p> <p>台湾・香港を中心とした東南アジアの個人旅行者、２０～４０代のリピーター</p>
<p>○選定の理由</p> <p>令和５年度の千歳市における外国人延べ宿泊者数では、台湾が 24,263 人(割合 18%)で１位、香港は、14,480 人(割合 10%)で５位となっており、20-40 代がボリュームゾーンとなっている。リピーター率も、台湾が 86.1%、香港が、86.8%と高く、以前、北海道における重要なマーケットとなっている。台湾は、１年を通じてコンスタントに来道しており、自然、景勝地観光、四季の体感、食などに高い関心を持っており、当エリアの観光素材を十分に活かすことができていると考えている。</p> <p>○取組方針</p> <p>地域行政と民間事業者が一体となり、現地市場に向けたセールスプロモーション活動を継続する。</p> <p>市場特性から OTA 利用が多い地域であり、体験事業者や交通事業者など地域事業者と連携し、着地型旅行商品の磨き上げを図り OTA による販売提案を実施する。</p>
<p>○ターゲット層</p> <p>タイ・マレーシア・シンガポールの個人・ファミリー旅行者、２０～３０代</p>
<p>○選定の理由</p> <p>令和５年度の千歳市における外国人延べ宿泊者数では、タイが 15,642 人(割合 11.6%)で３位、シンガポールは、10,184 人(割合 7.5%)で７位、マレーシアは、6,244 人(割合 4.6%)で８位、となっており、20-30 代がボリュームゾーンとなっている。リピーター率も、タイが 84.8%、シンガポールが、65.1%、マレーシアが 50.5%で、12 月～１月の冬シーズンの来訪が多く、冬のアクティビティやイベントなど北海道の冬のコンテンツに興味を持っていることが推測される。当エリアでは、北海道の冬を代表するイベントやアクティビティなど冬のコンテンツも充実していることから、今後も当エリアの観光素材を十分に活かすことができていると考えている。</p> <p>○取組方針</p> <p>地域行政と民間事業者が一体となり、現地市場に向けたセールスプロモーション活動を継続する。</p>

<p>OTA 利用が拡大している市場であり、体験事業者や交通事業者など地域事業者と連携し、着地型旅行商品の磨き上げを図り OTA による販売提案を実施する。</p> <p>SNS 映えする四季の魅力を訴求する。</p>	
<p>○ターゲット層</p> <p>欧米豪などの富裕層（アドベンチャートラベル顧客）</p>	
<p>○選定の理由</p> <p>令和 5 年度の千歳市における外国人延べ宿泊者数では、アメリカが 14,963 人(割合 11.1%)で 4 位、オーストラリアは、4,025 人(割合 3.0%)で 8 位となっており、リピーター率は、50%前後と、アジア圏に比べるとそれほど高くはない。来道者数もアジア圏からの来道が全体の 8 割を占め、欧米豪の割合は高くはないものの、2023 年に開催された ATWS（アドベンチャートラベルワールドサミット）など機に、北海道でのアドベンチャートラベルの市場拡大、成長が期待できる。また、当エリアは、国立公園をはじめ豊かな自然資源を有し、四季を通じてソフト・ハードの様々なアクティビティが体験でき AT に適したフィールドの一つであることから、将来的に欧米豪からの誘客も期待できると考えている。</p>	
<p>○取組方針</p> <p>国、道が進めるアドベンチャートラベル関連事業へ積極的に参画するとともに、エリア内においてもツアーガイド研修や AT 商品造成、アドベンチャートラベルへの認知度向上や機運醸成などの受入環境を整備する。</p>	
<p>○ターゲット層</p> <p>国内外の教育旅行（中高生学年）</p>	
<p>○選定の理由</p> <p>酪農業、アウトドア、産業観光等を組み込んだ国内外からの教育旅行へのニーズが高まっており、現時点 4 校の教育旅行の受入実績があり、連携関係先からのヒアリングの結果等からも今後ニーズが高まると予想。また、将来のリピーターと成りうる若年層の誘致と地域間交流促進を図るため。</p> <p>さらに、ゼロ・カーボンシティを宣言する千歳市や国立公園を有する当該地域は、カーボンフリーといった社会が抱える課題や取り組みをテーマとした学習地としても有効であると考え。海外市場では特に台湾を中心としたニーズがある。</p>	
<p>○取組方針</p> <p>ファームビジット、ファームステイ、産業見学、カヌー、ラフティング、自然との共生など、地域事業者と連携した教育旅行の受入メニュー企画開発を図り、首都圏・関西圏をはじめとする国内市場、また台湾をはじめとする海外市場に向けた継続的なセールスプロモーション活動を実施する。</p> <p>また平成 30 年 2 月に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役割を担っており、台湾対象のオンライン学校交流や旅行会社・学校関係者の招請事業などを継続し、訪日教育旅行の誘致プロモーションと受入体制を構築する。</p>	

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	千歳からはじまる新しい旅のカタチ
--------	------------------

②コンセプトの考え方	設定区域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むことが出来、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している。設定区域は、新千歳空港を中心に港湾、高速道路等交通結節点であり、また空港から 30 分～1 時間の圏内にあり、都市圏からの地理的優位性と利便性を活かした新たな広域観光ルートの魅力創出を図る。
------------	---

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。 2023 年度においては、当該地域観光協会との意見交換会（2 回）を開催。
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。 SNS を利用した当該区域の情報発信を実施。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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KPI

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (円)	目	9,000	9,500	20,000	18,000	18,500	19,000
	標	(64,500)	(65,000)	(65,500)	(26,000)	(26,500)	(27,000)
	実績	10,953 (-)	18,752 (-)	17,235 25,431			
●延べ宿泊者数 (人)	目	413,490	454,839	570,000	580,000	590,000	600,000
	標	(1,562)	(1,718)	(70,000)	(165,000)	(181,500)	(199,650)
	実績	381,300 (1,346)	563,100 (60,832)	543,000 (150,736)			
●来訪者満足度 (%)	目	96.0	96.5	97.0	97.5	98.0	98.5
	標	(92.5)	(93.0)	(93.5)	(94.0)	(94.5)	(95.0)
	実績	86.6 (-)	86.2 (-)	90.4 (-)			
●リピーター率 (%)	目	112.0	112.5	113.0	77.5	78.0	78.5
	標	(65.5)	(66.0)	(66.5)	(67.0)	(67.5)	(68.0)
	実績	80.7 (-)	84.2 (-)	77.0 (-)			

※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、これまで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。

【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、千歳市の平成27年度実施の観光満足度実態調査事業のデータから目標数値を設定している。旅行消費額については、令和3年度に千歳市が実施した千歳市観光基本計画調査業務のデータをもとに目標値を設定。

●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、観光施設などで対面による WEB アンケート調査により実施

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 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
	実績	(-)	(-)	87	(-)	(-)	(-)
●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
	実績	(-)	(-)	75	(-)	(-)	(-)
●千歳駅観光案内 所来訪者数 ()内は海外 ※単位:人	目標	700	840	1,000	3,000	3,500	4,000
		(-)	(-)	(400)	(600)	(700)	(800)
	実績	1,537	2,694	2,925			
●支笏湖支所 来訪者数 ()内は海外 ※単位:人		(15)	(275)	326			
	目標	(-)	(-)		2,500	3,000	3,500
		(-)	(-)		1,500	2,000	2,500
●Web サイトの アクセス数 ※単位:回	実績	(-)	(-)	2,002			
		(-)	(-)	1,350			
	目標	110,000	132,000	158,000	189,000	226,000	271,000
●教育旅行入込数 ()内は海外 ※単位:人		(10.0%)	(12.0%)	(14.0%)	(16.0%)	(18.0%)	(20.0%)
	実績	140,508	128,466	122,017			
		(-)	(-)	(-)			
●キャンピング カー・レンタカー 貸渡件数 ()内は海外 ※単位:件数	目標	50	150	250	300	360	360
		(-)	(-)	(80)	(120)	(180)	(180)
	実績	138	583	13			
●キャンピング カー・レンタカー 貸渡件数 ()内は海外 ※単位:件数		(0)	(0)	(-)			
	目標	40	50	60	休止	休止	休止
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●キャンピング カー・レンタカー 貸渡件数 ()内は海外 ※単位:件数	実績	34	10	21			
		(0)	(0)	(-)			

●アウトドア用品 レンタル貸出件数 ()内は海外 ※単位:件数	目標	50	70	75	休止	休止	休止
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	62	145	116			
		(0)	(0)	(-)			
●キャンプサイト 利用件数 ()内は海外 ※単位:件数	目標	30	450	470	休止	休止	休止
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	
	実績	438	507	367			
		(0)	(0)	(-)			

※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ことができる。

●キャンピングカー貸渡件数 ※2023年をもってサービス休止

2020年から北海道観光ステーションにてキャンピングカーのレンタルを開始。旅行者の形態や利用人数、利用期間、訪問先など様々情報を把握することが出来、インバウンドの利用も徐々に増えていることから今後のプロモーション戦略に役立てることができる。

●アウトドア用品レンタル ※2023年をもってサービス休止

2019年から北海道観光ステーションにてサービスを開始。設定区域内においても、支笏湖をはじめキャンプ場が点在しており、近年のキャンプブーム、コロナウイルスの影響により屋外での体験に人気が出てきている。利用者の年代や形態、訪問先などのデータを収集できることから独自指標として設定。

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）
2021（Ｒ３） 年度	162,122,734（円）	【国からの補助金】 8,406,731（円） 【道からの補助金】 2,320,000（円） 【市からの補助金】 56,120,188（円） 【地方公共団体からの指定管理収入】 0（円） 【民間企業等からの寄付】 2,600,000（円） 【会費収入】 4,695,000（円） 【収益事業収入】 85,844,323（円） 【その他】 2,136,492（円）
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】 5,000,000（円） 【道からの補助金】 0（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】 159,489,700（円）
2025（Ｒ７） 年度	206,802,305（円）	【国からの補助金】 5,000,000（円） 【道からの補助金】 0（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】 175,438,670（円）

2026 (R 8) 年度	224,346,172 (円)	【国からの補助金】	5,000,000 (円)
		【道からの補助金】	0 (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】	192,982,537 (円)

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)	
2021 (R 3) 年度	310,707,770 (円)	【旅費交通費】	1,649,569 (円)
		【外注費】	5,176,849 (円)
		【賃料】	333,067 (円)
		【光熱費】	688,725 (円)
		【通信運搬費】	421,134 (円)
		【消耗品費】	766,841 (円)
		【備品等賃借料】	751,681 (円)
		【広告宣伝費】	2,870,627 (円)
		【調査研究費】	101,107 (円)
		【助成金支出】	2,000,000 (円)
		【その他事業費】	1,563,804 (円)
		【収益事業支出】	177,866,191 (円)
		【管理費】	116,518,175 (円)
2022 (R 4) 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 (R 5) 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 (R 6) 年度	303,479,675 (円)	【旅費交通費】	6,830,000 (円)
		【外注費】	46,021,409 (円)
		【賃料】	756,000 (円)

		【光熱費】 1,345,000 (円) 【通信運搬費】 2,219,500 (円) 【消耗品費】 2,259,000 (円) 【備品等賃借料】 4,528,810 (円) 【広告宣伝費】 1,791,000 (円) 【調査研究費】 1,567,900 (円) 【その他事業費】 147,161,456 (円) 【収益事業支出】 88,999,600 (円) 【管理費】 0 (円)
2025 (R7) 年度	312,379,635 (円)	【旅費交通費】 6,830,000 (円) 【外注費】 46,021,409 (円) 【賃料】 756,000 (円) 【光熱費】 1,345,000 (円) 【通信運搬費】 2,219,500 (円) 【消耗品費】 2,259,000 (円) 【備品等賃借料】 4,528,810 (円) 【広告宣伝費】 1,791,000 (円) 【調査研究費】 1,567,900 (円) 【その他事業費】 147,161,456 (円) 【収益事業支出】 97,899,560 (円) 【管理費】 0 (円)
2026 (R8) 年度	322,169,591 (円)	【旅費交通費】 6,830,000 (円) 【外注費】 46,021,409 (円) 【賃料】 756,000 (円) 【光熱費】 1,345,000 (円) 【通信運搬費】 2,219,500 (円) 【消耗品費】 2,259,000 (円) 【備品等賃借料】 4,528,810 (円) 【広告宣伝費】 1,791,000 (円) 【調査研究費】 1,567,900 (円) 【その他事業費】 147,161,456 (円) 【収益事業支出】 107,689,516 (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。

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
担当者氏名	彌永 幸子

担当部署名（役職）	北海道庁経済部観光局観光振興課観光地づくり係長
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	yanaga.sachiko@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	谷口 寛典
担当部署名（役職）	経済部花と緑・観光課観光推進担当主査
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	三橋 大輔
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
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）
F A X 番号	0123-88-0888
E - m a i l	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
F A X 番号	0123-83-3020
E - m a i l	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
F A X 番号	0145-22-3006
E - m a i l	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	清野 信也
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
F A X 番号	011-290-2703
E - m a i l	seino-s52zf@mlit.go.jp

