

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO ・ 地域連携DMO ・ 地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 岩見沢市観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	北海道 岩見沢市	
所在地	北海道岩見沢市有明町南1番地1	
設立時期	2013(平成25)年4月8日	
職員数	8人	
代表者	仁志 正樹 (一社)岩見沢市観光協会・会長 (有)仁志陶器建材店・代表取締役	(一社)岩見沢市観光協会の会長(代表理事)。2017年5月より現職。 観光協会会長就任前より、地域の祭りやイベント運営の中心となり実施し、各種企業、地域住民等の様々な人脈を有している。商工会議所、商店街、地域経済界とも繋がりが太く、現在は、観光協会会長として岩見沢市観光総合戦略を推進している。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	大川 伸二「専従」 (株)JTB北海道 (一社)岩見沢市観光協会・常務理事	2016年4月より(株)JTB北海道から(一社)岩見沢市観光協会へ派遣。観光協会へ派遣される直前は、「JTB北海道本社・観光マーケティング戦略室」勤務の経験あり。JTB勤務26年間の経験、実績を通して、観光地域マーケティング、プランディング、地域活性化について知見と能力を有する。
各部門(プロモーション)の責任者(専門人材)	西村 美樹「専従」 (一社)岩見沢市観光協会	岩見沢市役所、旅行会社での勤務経験を有し、多くの人脈、観光業界の知識を有している。2017年3月より岩見沢市観光協会に勤務し、国内外の各種プロモーション、物産展での出店業務を中心に担当している。各観光施設、農業生産者とコミュニケーションを図り、着地コンテンツ開発、6次化商品開発業務の中心担当者として従事している。 イベント司会業務の経験も豊富で、現在も観光関係イベント時には、司会者としての業務も行っている。
各部門(旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	大川 伸二「専従」 (株)JTB北海道 (一社)岩見沢市観光協会・常務理事	JTB北海道で26年間勤務経験あり。内23年間、団体顧客を中心に営業職を経験。国内外、多くの観光地情報・知識を有し岩見沢地区においても着地コンテンツ開発に精力的に取り組んでおり、「そらちワインタクシー」事業造成の実績もある。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	北海道岩見沢市 経済部観光物産振興課(戦略策定、受入体制整備、マーケティング、プロモーション) 企画財政部企業立地情報化推進室(まち創り基盤整備) 企画財政部企画室(地域公共交通基盤整備) 農政部農務課(農産品振興、農泊推進)	

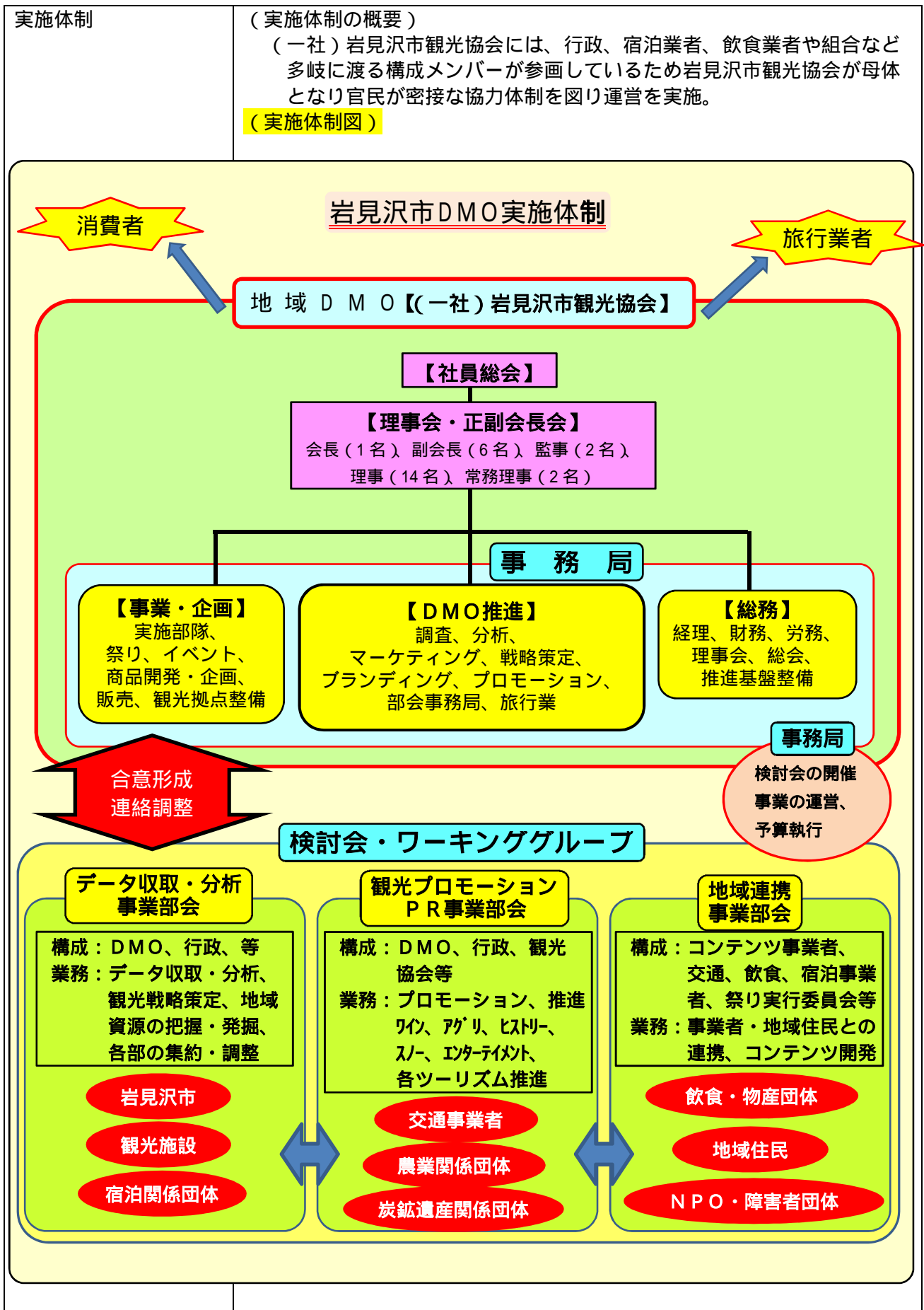
(別添)様式1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(株)JTB北海道(戦略策定、マーケティング、プロモーション、総合アドバイザー) 空知・岩見沢地区ハイヤー協会(着地型旅行商品、二次交通) (株)宝水ワイナリー(地域観光資源・拠点開発) (一財)いわみざわ地域交流センター「ログホテル・メープルロッジ」(地域観光資源・拠点開発) JAいわみざわ(地域特産品、物産開発) (株)道下産地(観光施設運営、受入体制整備) 岩見沢市農業士会(体験型旅行商品開発、特産品開発) 北洋銀行・岩見沢中央支店(空知管内の情報提供、企業マッチング補助) 青年三団体【(一社)岩見沢青年会議所、岩見沢商工会議所青年部、二世会】(伝統継承、祭り・イベント運営)</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>(該当する要件) 官民、産業間の垣根を超えた多様な関係者が参加する検討会を設置する他、日常的な調整、地域を盛り上げるためのイベント、祭り等を実務者レベル、各実行委員会を交えた検討会を開催 また、障害者施設との連携、意見交換を密にし、地域全体への情報発信、意見交換を行い、幅広い層からの合意形成を図れる仕組み作りを行う。</p> <p>日本版DMOが行う取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される検討会、ワーキンググループをDMOとは別に設置いたします。</p>

(別添)様式1

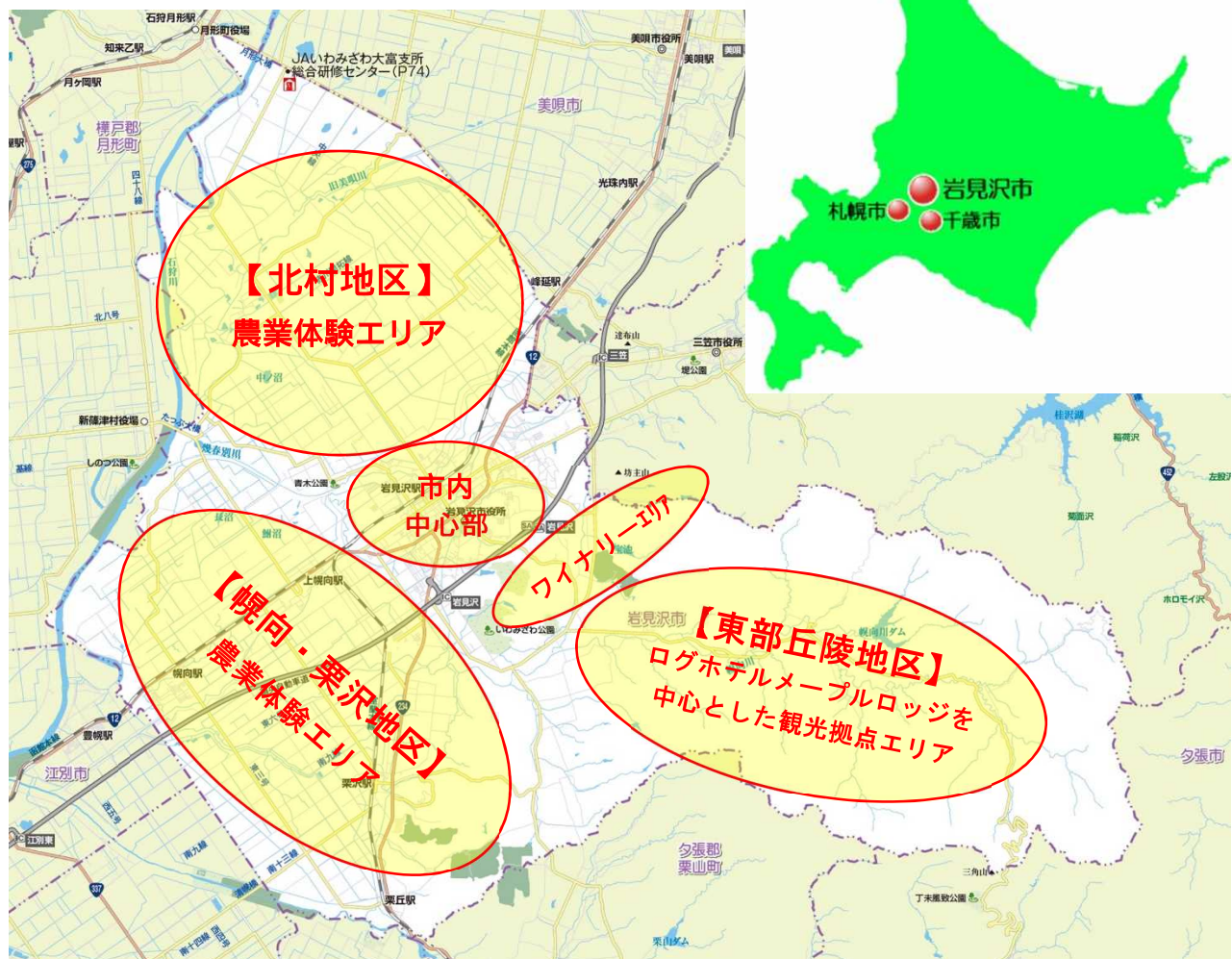
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>市や関係団体・事業者と連携し、市民・事業者が参加するセミナーを最低でも年2回以上開催する他、地域住民への啓発を目的とした観光講座を開催する。 観光協会ホームページ、総合ガイドブックの作成等により、地域の魅力を感じ、地域への誇りと愛着を高めて、地域資源の新たな活用方法を提案して意識改革を図り、住民自ら観光情報発信役となるよう啓蒙活動を図る。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)【別紙「岩見沢市観光総合戦略」参照】</p> <ul style="list-style-type: none">・2015年～2017年(株)JTB北海道と観光振興全般のアドバイザー契約を結び、「岩見沢市観光振興戦略」を策定、実践を展開中。 岩見沢・観光振興の気運を高め、観光人材の発掘と育成を実施。 同時に、観光マーケティング、ブランディング戦略の策定、基盤整備 <p>【商品開発(具体的な戦略)】</p> <ul style="list-style-type: none">アグリツーリズム戦略(着地型旅行商品として造成、販売中)ワインツーリズム戦略(そらちワインタクシー事業を展開中)雪遊び体験戦略(着地型旅行商品として造成、販売中)ヒストリーツーリズム(着地型旅行商品として造成、販売中)エンターテイメントツーリズム(大型音楽フェスティバル) <p>【プロモーション・PR活動】</p> <ul style="list-style-type: none">国内外のトラベルエージェントへのプロモーション実施メディアを招聘したモニターツアーの実施Web、メディアを通じた国内外への情報発信(ホームページ、SNS等)・海外プロモーション(2016、2017年度実施)・国内プロモーション(2017年東京にて実施) <p>【観光拠点整備】</p> <ul style="list-style-type: none">ログホテル・メープルロッジを核とした観光拠点整備 <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none">ワインツーリズム商品「そらちワイン&フードモニターツアー」(愛称:そらちワインタクシー)として、2016年～2017年の2ヶ年実施。販売実績・・・2016年:105台、2017年:200台2016年、北海道観光振興機構より観光振興功労表彰・特別団体表彰を受け、2017年には、日本観光振興協会の産業観光まちづくり大賞の銀賞を受賞。道内各地、道外からの視察、問い合わせが増えております。アグリツーリズム商品として、生産者、農業指導士会等と共に、農業体験商品を造成。生産者の所得向上や、6次化商品へのチャレンジ、観光客への新たなオリジナル商品として販売開始。

(別添) 様式 1



2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

2015年度より、岩見沢市観光総合戦略を実践しており、東部丘陵地区のログホテル・メープルロッジや映画の舞台にもなった宝水ワイナリー等を岩見沢市の観光拠点として位置付け、岩見沢観光の象徴的なエリア・施設として確立させ、ブランディングしていくことが大都市や他地区とは異なる観光を提供できる可能性が大きい。

また、北村地区、栗沢地区は、農業エリアであるため農作物収穫体験、農作業体験等のプログラムが実施できるため、岩見沢市内で多様な旅行の提案ができる。

市内中心部は、グッドデザイン大賞を受賞した駅舎があり、鉄道で栄えた岩見沢の歴史、炭鉱遺産を伝える施設もあるため、ヒストリーツーリズムを展開する中心地です。

このように、4つの区域に大別して、それぞれの特色を活かした体験、施設や地域の魅力を体感できるプログラムを提供し、周遊する仕組みを提案することにより、より一層の楽しみ、感動を創出します。

【観光客の実態等】

2015（H27）年度より岩見沢市観光総合戦略を展開し、ワイン等の各ツーリズム商品造成、プロモーション活動、総合ガイドブック製作等の取り組み、地域ならではの「百餅祭り」のPR活動等により、観光客増加を図っている。

岩見沢市の観光に関する統計数字（H26～H29）

■観光入込客数

単位:人

年度	上期 (4～9月)	下期 (10～3月)	合計	対前年比
平成26年度	1,008,887	322,953	1,331,840	—
平成27年度	989,339	301,549	1,290,888	96.9%
平成28年度	896,671	298,303	1,194,974	92.6%
平成29年度	837,949		837,949	

■訪日外国人宿泊客数

単位:人泊

年度	区分	上期 (4～9月)	下期 (10～3月)	合計	対前年比
平成26年度	宿泊客数	135	59	194	—
	宿泊客延数	139	118	257	—
平成27年度	宿泊客数	285	408	693	357.2%
	宿泊客延数	398	481	879	342.0%
平成28年度	宿泊客数	316	89	405	58.4%
	宿泊客延数	398	106	504	57.3%
平成29年度	宿泊客数	305		305	
	宿泊客延数	364		364	

【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】

岩見沢市の観光資源リスト

	資源名		
観光名所 ポイント	いわみざわ公園（バラ園）	歴史文化	万字線鉄道公園（旧朝日駅）
	リトルロックヒルズ		そらち炭鉱の記憶マネジメントセンター
	北海道グリーンランド		JR岩見沢レールセンター
	王泉館跡地公園		万字炭山森林公園
温泉・宿泊施設	ログホテル・メープルロッジ	景色景観	北海幹線用水路
	北村温泉		利根別原生林
ワイナリー ヴィンヤード	宝水ワイナリー		山七公園
	10Rワイナリー		ポプラ並木
	KURISAWA BLANC（ナカザワヴィンヤード）		見晴台
	栗澤ワインズ		田園風景
祭り・イベント	KONDOヴィンヤード	プラタナス並木	
	いわみざわ彩花まつり	特産品	天狗まんじゅう
	ふるさと百餅祭り		フルーツ工房毛陽りんごジュース
	くりさわ農業祭		米（ゆめびりか、ななつぼし等）
	きたむら田舎フェスティバル		岩見沢産小麦キタノカオリ製品
	IWAMIZAWA ドカ雪まつり		アップルパイ
	そらちワインピクニック		きじラーメン
	そらちグルメフォンド		こぶ志焼き
鉄道EXPO	純米ゆわみさわ		
	そらちスプーン（調味料）		

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

【岩見沢】9軒:256室、411名収容

- ・ホテルサンプラザ・・・69室、122名収容、シティホテル
- ・岩見沢ホテル4条・・・55室、66名収容、ビジネスホテル
- ・岩見沢ホテル5条・・・44室、69名収容、ビジネスホテル
- ・ホテルニュー川忠・・・23室、24名収容、ビジネスホテル
- ・ログホテルメープルロッジ・15室、32名収容、温泉ホテル
- ・北村温泉ホテル・・・15室、32名収容、温泉ホテル
- ・秋田谷旅館・・・20室、44名収容、旅館
- ・いろは旅館・・・8室、9名収容、旅館
- ・早川旅館・・・7室、13名収容、旅館

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・千歳空港より車で50分(高速利用)・電車で65分(特急利用)札幌より車で30分(高速利用)・電車で25分(特急利用)という北海道の空の玄関・千歳空港や大都市・札幌まで、近距離に位置しており、近隣市町村へも車で片道30分圏内である。

域内交通は、JR、路線バス、観光タクシー、レンタカー、レンタサイクル、温泉ホテルの送迎バスが利用できます。

中でも、2年前から「そらちワインタクシー事業」を展開しており、域内のワイナリーや観光施設へは貸切タクシーとして、時間内(4時間コース、6時間コース)で自由に訪問でき、域内の観光施設、レストランへも訪問できるため限られた時間内でも効率的に周遊することができます。ワインタクシーを利用し、効率的に多くの施設やお店を訪問することにより、域内の観光消費額の増加が見込まれ、地域活性化に寄与されます。

小樽や登別は既に代表的なルートとして認知されていますが、特に今後拡大が期待できる外国人観光マーケットにおいては、新たな観光地へ訪問するニーズも高まっています。

今後、マーケティング戦略を確実に実施し、札幌圏から近距離の立地条件、岩見沢市の魅力的な観光施設、食等をしっかりと発信することで、札幌から小樽や登別等の定番観光ルートを旅行している観光客を岩見沢市へ誘客し、富良野や美瑛へ向かう観光客を岩見沢市に引き寄せることが、マーケットを格段に広げることにつながります。

札幌や富良野・美瑛とのコンビネーションで、従来の「札幌 小樽」「札幌 登別」ルートだけではなく、マーケットに新たな観光ルート「札幌 岩見沢」を創造し定番化を目指します

【外国人観光客への対応】

- ・人材育成を目的に、観光協会主催の「おもてなし講座」や外国人観光客受入研修を実施
- ・観光協会やログホテル・メープルロッジのホームページ、パンフレットの多言語化対応、メープルロッジ看板の外国語表記等の基盤整備を実施。
- ・2016年度より、アジア圏(シンガポール、台湾メイン)に対して、岩見沢市長のTOPセールス、プロモーションを実施しております。

2017年度訪問時には、定期的なツアー造成の相談があり、海外プロモーションの効果が見え始めている。

一方、受け入れ態勢としては、外国語表示看板がほとんど無く、外国語メニューもごく僅かといった状況であるため、現在はタクシー運転手を中心に、外国人対応研修を実施して人材育成を図っている。

一定の外国語表記、体制が整うまでは、おもてなし、コミュニケーション能力を高めて人とのふれあいを大切にされた接客を展開中。

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
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。	Web保守点検会社より毎月データ収集を行っている。
観光客入込数	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	宿泊施設、観光施設に対して観光入込客数調査を実施。
観光客満足度	空知地区の観光素材、体験素材に対する満足度を図るため。	ワインタクシー利用者より、2016年度より実施。
延べ宿泊者数	宿泊実績の検証	行政が実施している実績データを活用
観光消費額	岩見沢市における経済効果を調べるとともに、今後の方向性について検討資料とする	そらちワインタクシー利用者に対してアンケート調査を実施する
リピーター率	岩見沢エリアの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	そらちワインタクシー利用者に対してアンケート調査を実施する

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) 豊富な地域資源 ・欧州の雰囲気の田園風景や雪等の自然 ・ユニークで瀟洒なホテル等 ・国内で有名なワイナリー (宝水ワイナリー・10Rワイナリー等) ・映画ぶどうのなみだのロケ地 ・北海道最大の遊園地やバラ園 ・アジアに人気の果樹園や米等の農産物 ・有名な音楽イベント(ジョインアライブ) ・炭鉱遺産等の歴史・文化 ・道内有数の泉質 ・公園の多さ ・雪の多さ	弱み (Weaknesses) ・観光地としての知名度が低い ・雪の多さ ・豊富な地域資源の観光資源化の遅れ ・観光振興の推進体制や観光人材の基盤 ・観光客向けレストランの少なさ
外部環境	機会 (Opportunity) ・日本全体のインバウンド数の増加 ・札幌のリピーター数の増加 ・札幌 - 小樽の定番ルートに対する飽和感 ・札幌ホテルの価格上昇と高稼働率 ・千歳空港や札幌市からの近さ ・有名観光地富良野・美瑛がルート上に位置 ・高速道路のインターチェンジを保有 ・JRの駅、主要幹線国道が通っている	脅威 (Threat) ・北海道新幹線開業による道南への人流 ・恵庭・美唄等近隣の競合

(別添)様式1

(2) ターゲット

第1ターゲット層 ・30～60代の札幌圏からの女性グループ、カップル
選定の理由、 取組方針 ・流行に敏感で自身のライフスタイル、個性を表現できる訪問先を選ぶ傾向があり、体験素材、お洒落な雰囲気(ワイナリー)の滞在・観光施設を好むため ・旅行意欲が高く、話題のスポットや今まで行ったことのない場所へも行ってみたい願望を持っている 参考資料：LCC 利用者の意識と行動調査 2015 JTB 総合研究所 (取組み方針) 札幌圏から日帰りで行ける新たなディステーションとして、札幌在住者、札幌滞在者へ日帰りオプションツアーとして商品造成を行い、認知度を高くし、宿泊滞在観光地として段階的に訴求していく。
第2ターゲット層 ・東南アジア(台湾、シンガポール、香港)からの北海道旅行リピーター 個人旅行者
選定の理由、 取組方針 東南アジア、特に台湾・シンガポール・香港からの旅行者は、北海道ブームが続いており、リピーターが多く未開拓の北海道観光地を探している。岩見沢地区は、札幌圏から近く、富良野へ行く途中に位置しているため、訪問しやすい新たなディステーションになり得る可能性が高い。自然豊かな景色も人気が高いためワイナリー観光への増加も期待できる。 台湾 No.1 の訪日観光情報サイト「ラーチーゴー」等を運営するジーリーメディアグループ(吉日媒体集団)代表取締役の吉田皓一氏、JTB 台湾のアウトバンド担当者より北海道旅行のニーズヒアリングによりターゲット設定を行いました。 (取組み方針) 2016年度より、岩見沢市長と現地旅行会社へトップセールスを行ない、プロモーション活動を展開しているため、今後も定期的なトップセールスを行なう、また、海外の旅行会社社員、雑誌社を中心とした招聘旅行を企画し、実際に現地を見ていただくことによる旅行商品化、旅行雑誌の掲載を図る。

(3) コンセプト

コンセプト：ワイナリーを基軸とした5つのツーリズムによる観光まちづくり岩見沢！ 【ワイン、アグリ、ヒストリー、スノー、エンターテイメントツーリズム】 【具体例】 5つのツーリズム確立。 ワインツーリズム アグリツーリズム ヒストリーツーリズム スノーツーリズム エンターテイメントツーリズム

コンセプトの考え方

岩見沢市がこの先、観光を推進していくためには他の観光地との差別化が必要となります。岩見沢市は、札幌市にはない「ヨーロッパを彷彿させるのどかな田園風景」「広大な農業景観・大自然」、豊かな大地が育てる「食材」や世界的醸造家が手掛ける「ワイン」等、初めて岩見沢市を訪れた道外の方が感じた「南イタリア・フランスの片田舎の雰囲気」を体験できるツーリズムが展開可能な道内随一の場所と言えます。今後は「すべての人に優しい」「利用しやすい」様々な立場の人が参加できるユニバーサルな視点を取り入れ、「南ヨーロッパ型の観光地域づくり」を目指します。

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	DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を4か月に1回程度、検討会として設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。
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	<p>既に取り組んでいるそらちワインタクシーを基軸に、乗務員の人材育成、サービス向上のセミナー等を実施し、顧客満足度UPを図る。同時に、飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに統一感を図り、空知地区のブランディングを確立いたします。</p> <p>ワインタクシー事業にて集約したアンケート結果は、市役所、空知総合振興局、参画タクシー会社3社へ提供し、情報共有しております。また、一般市民へ向けた情報発信としては、北海道新聞・空知版と地元誌プレス空知の新聞記事を活用して広く情報発信しており、地域住民の観光振興に対する意識向上を図り、岩見沢地区の観光素材発見・発掘に対する意識向上・改革を目標に取り組んでおります。(別紙、アンケート集約表参照)</p> <p>サービスを評価する仕組みは、ワインタクシーの利用者アンケートにより評価し、また、サービス提供の統一感とは、おすすめ飲食店での外国人旅行者に対する外国語メニュー表の設置や、土日祭日が定休日の店舗に対する定休日の平日設定の啓蒙活動を行って参ります。</p>
一元的な情報発信・プロモーション	<p>DMO(岩見沢市観光協会)が中心となり、岩見沢・空知地区観光のワンストップ窓口として活動していることを各地のプロモーションや、商談会で実施しております。</p> <p>また、岩見沢市の観光推進戦略の中で、毎年、国内大都市圏(東京、大阪、名古屋等)、海外へ向けたプロモーション活動を策定しており、その主体的な実施組織を岩見沢市観光協会(DMO)と定めて活動しております。</p> <p>新たな取り組みや情報を北海道新聞や地元新聞社へプレスリリースし、新聞媒体をフル活用した情報発信も行っております。岩見沢市観光協会のホームページを2016年12月に一新して、各観光施設、飲食店、岩見沢観光のモデルコース、観光PR動画など、観光協会が一元的に情報発信を行っております。また、岩</p>

(別添)様式1

	見沢市観光総合戦略 2018～2020 アクションプランにおいて、岩見沢市観光協会のホームページアクセス数を 2018 年度中に、1 万件 / 月の目標としております。 細かな情報発信は、フェイスブック等、SNS を利用した岩見沢の魅力的なコンテンツ情報を発信しております。
--	--

6 . K P I (実績・目標)

(1) 必須 K P I

指標項目	単位	2016 年度 (H28)	2017 年度 (H29)	2018 年度 (H30)	2019 年度 (H31)	2020 年度 (H32)	2021 年度 (H33)
旅行消費額 円 / 一人	円	14,000	11,000	11,500	12,000	12,500	13,000
延べ宿泊者数	人	73,848	69,903	76,000	77,000	80,000	81,000
来訪者満足度	%	91	92	93	94	95	96
リピーター率	%	20	20	20	25	30	35
観光入込客数	千人	1,195	1,145	1,300	1,400	1,500	1,600

年次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】

2016 年度より実施している「そらちワインタクシー」の利用者へアンケート調査を行っており、その実績を検討し、その数値を基準として設定しております。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

2016 年度より実施している「そらちワインタクシー」利用者の実績を基本として記載。
2018 年度以降は、年間の伸び率 5%UP を目標値として、500 円間隔で設定。

2016 年度は、ワインタクシー実施の初年度であり、TV、新聞等の報道も多く、そらちワインの話題性が大きく@14,000 円の消費額であったが、2 年目は@11,000 円。ワイン購入者が多いと分析しており、年数が経つにつれ、好みのワインのみを購入する傾向となり、その中で毎年@500 円(約 5%)UP という着実に伸ばす目標数値といたしました。岩見沢市の現状として、札幌圏からの日帰り観光客が多いため、観光庁観光統計「旅行・観光消費動向調査、平成 28 年年間値」の 日本人国内旅行消費額「日帰り旅行」の平成 27 年、28 年の比較が 7.1%UP という数値を参考に、岩見沢市の伸び率を年間 5%UP といたしました。

延べ宿泊者数

2014 年度：72,615 名、2015 年度：76,974 名、2016 年度：73,848 名、2017 年度：69,903 名、2017 年度は、メープルロッジのリニューアル工事で半年間の閉館が影響しております。これらの実績推移を鑑みて、2018 年度は、先ず近年で一番の 2015 年度実績に戻す目標として 76,000 名の目標値としました。以後、メープルロッジリニューアルに伴う岩見沢の観光拠点施設として各種体験プログラムやアクティビティー等、滞在型観光への着地型商品造成、提案を強化していく方針であるため毎年 1,000 名づつの UP を目標数値といたしました。

(別添)様式1

市内中心部は、ビジネスホテルであるため観光客の利用が少なく、今後も急激な増加の見込みは薄い。拠点化をすすめるメープルロッジをメインとした宿泊者増を想定して毎年10,000名増とした。2020年度は、オリンピックイヤーのため増加を見通しました。

岩見沢市観光推進戦略の中で、メープルロッジの宿泊稼働率目標を2020年度に60%以上と定めており、2020年度80,000人(市内宿泊者数:70,000人、メープルロッジ9,000人)の目標数値目標は、岩見沢市の観光推進戦略に連動させた数値目標といたしました。

来訪者満足度

2016年度より実施している「そらちワインタクシー」利用者の実績数値を記載。

2018年度以降もワインタクシー利用者へアンケート集約を実施いたします。2016、2017年度の満足度が90%を越える高いレベルの実績値であるため、最終的には100%を目標とするが、着実に高水準を維持して、本物の満足度を広く確立していく方針として毎年1%UPの目標数値といたしました。

北海道調査観光統計「平成28年度 観光客動態・満足度調査」資料の満足度項目で、道内観光客87.7%、道外観光客93.1%、外国人観光客95.6%の数値と比較し、岩見沢市として、2018年度の満足度を93%(前年度比1%UP)とし、以後、年間1%UPが妥当な目標数値であると推定して設定いたしました。

リピーター率

岩見沢観光は、新たなディスティネーションであるため、訪問客の拡大スピードは、それほど高い数値は望めない。しかし、着実にリピーターを増加させていくために、受入体制の基盤整備を整え、段階的なステップアップを図って参ります。

ワインタクシー利用者のアンケート調査「再訪意欲」では2016、2017年度共に89%と高い数値であるが、実際のリピーターとは別指標であり、経済産業省の通商白書2016にて2回目の訪問アンケート調査「20%」という数値を参考に、2018年度目標を20%とし、以後ワインタクシーアンケートの再訪意欲の高さを鑑みて5%UPの目標数値といたしました。

北海道調査観光統計「平成28年度 観光客動態・満足度調査」資料のリピーター項目で、道外客の北海道旅行2回目訪問数値は、平成19年19.7%、平成23年17.1%、平成28年15.4%であり、北海道全体で平均17.4%となるため、通商白書の数値も合わせ見て、岩見沢市としてのリピーター率基準を20%とし、以後、オリンピックイヤー2020へ向けた観光客増加を鑑みて5%のUPといたしました。

観光入込客数

2014年度:1,331千人、2015年度:1,290千人、2016年度:1,195千人、2017年度:1,145千人の実績数値。2018年度は、まずは近年で一番の2014年度実績に戻す目標として、1,300千人を目標数値といたしました。2019年度以降は、観光拠点として位置付けているログホテル・メープルロッジのリニューアル完了の本格化営業、観光振興戦略4年目となるため伸び率を107~108%(100千人UP)の目標数値といたしました。

北海道観光入込客数調査報告書平成28年度資料により、岩見沢市の近郊である札幌市の観光入込客数の道内客伸率:104%、日帰客:105%の数値も参考に、岩見沢市として、今まで札幌圏へ旅行していた観光客を空知地区へ誘客する取組みも行っているため、伸び率107~108%(100千人UP)との目標を設定いたしました。

(別添)様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	2016年度 (H28)	2017年度 (H29)	2018年 (H30)	2019年度 (H31)	2020年度 (H32)	2021年度 (H33)
メープルロッジ宿泊施設の稼働率	%	28	35	45	55	60	65
観光協会ホームページアクセス数	件			12万	13万	14万	15万
旅行商品年間販売額	千円			2,000	5,000	10,000	12,000

項目及び年次・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】

岩見沢市が建設したログホテル・メープルロッジは、札幌等の大都市に多い箱型のシティホテルと異なる独特の雰囲気を持つユニークな施設であり、敷地の総面積 187,646 m²(東京ドーム4個分)という広大な敷地を有しており、果樹園(リンゴ、桃、プラム)、野菜畑の運営も行っている。また、36,000 m²の芝生イベント広場を活用すれば、春夏秋冬で様々な観光アクティビティー(バーベキュー、ドローン操縦体験、スノーラフティング体験、雪遊び等)が提供が可能であります。このように大きな可能性を有しているメープルロッジを岩見沢市の観光拠点・フラッグシップ施設として位置づけることにより、施設の存在自体が岩見沢市観光を象徴し、この施設の有り様が岩見沢市観光そのものとなり、岩見沢市ブランドに直結する観光戦略推進拠点として極めて重要な施設であります。

このメープルロッジの宿泊稼働率を向上させることが岩見沢市観光振興戦略における重要なポイントです。

【設定にあたっての考え方】

宿泊施設(メープルロッジ)の稼働率

岩見沢市が建設したログホテル・メープルロッジは、札幌等の大都市に多い箱型のシティホテルと異なる独特の雰囲気を持つユニークな施設であり、敷地の総面積 187,646 m²(東京ドーム4個分)という広大な敷地を有しており、果樹園(リンゴ、桃、プラム)、野菜畑の運営も行っている。また、36,000 m²の芝生イベント広場を活用すれば、春夏秋冬で様々な観光アクティビティー(バーベキュー、ドローン操縦体験、スノーラフティング体験、雪遊び等)が提供が可能であります。このように大きな可能性を有しているメープルロッジを岩見沢市の観光拠点・フラッグシップ施設として位置づけることにより、施設の存在自体が岩見沢市観光を象徴し、この施設の有り様が岩見沢市観光そのものとなり、岩見沢市ブランドに直結する観光戦略推進拠点として極めて重要な施設であります。

このメープルロッジの宿泊稼働率を向上させることが岩見沢市観光振興戦略における重要なポイントです。

そのため、メープルロッジの宿泊稼働率を目標数値として設定。

観光協会ホームページアクセス数

ホームページは、国内外からのアクセスを分析することにより、より効果的なプロモーション展開の参考データとするため目標数値を設定。

旅行商品年間販売額

2017年8月に、第3種旅行業免許を取得。2018年度より着地コンテンツの商品造成を行うため段階的な目標数値としました。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
2015年度	50,469,286円	【岩見沢市からの補助金】 26,300,000円 【会費収入】 2,682,000円 【事業収入(祭り事業)】 12,364,924円 【民間企業等からの寄付(祭り事業)】 8,246,855円 【その他(雑収入、繰越金)】 875,507円
2016年度	66,553,415円	【岩見沢市からの補助金】 32,800,000円 【北海道観光振興機構からの補助金】 7,829,805円 【岩見沢市からの補助金(祭り事業)】 0円 【会費収入】 2,680,000円 【事業収入(祭り事業)】 12,420,431円 【民間企業等からの寄付(祭り事業)】 8,347,206円 【その他(雑収入、繰越金)】 2,475,973円
2017年度	72,780,000円	【岩見沢市からの補助金】 37,435,000円 【北海道観光振興機構からの補助金】 9,000,000円 【岩見沢市からの補助金(祭り事業)】 1,393,000円 【会費収入】 2,472,000円 【事業収入(祭り事業)】 9,961,000円 【民間企業等からの寄付(祭り事業)】 8,069,000円 【その他(雑収入、繰越金)】 2,950,000円 【旅行業免許取得費用】 1,500,000円
2018年度	72,895,000円	【岩見沢市からの補助金】 37,835,000円 【北海道観光振興機構からの補助金】 8,000,000円 【岩見沢市からの補助金(祭り事業)】 1,880,000円 【会費収入】 2,700,000円 【事業収入(祭り事業)】 11,240,000円 【民間企業等からの寄付(祭り事業)】 6,610,000円 【その他(雑収入、繰越金)】 2,630,000円 【旅行業収入】 2,000,000円
2019年度	71,970,000円	【岩見沢市からの補助金】 37,910,000円 【北海道観光振興機構からの補助金】 4,000,000円 【岩見沢市からの補助金(祭り事業)】 1,880,000円 【会費収入】 2,700,000円 【事業収入(祭り事業)】 11,240,000円 【事業収入(旅行業、物販)】 2,000,000円 【民間企業等からの寄付(祭り事業)】 6,610,000円 【その他(雑収入、繰越金)】 2,630,000円 【旅行業収入】 5,000,000円
2020年度	76,470,000円	【岩見沢市からの補助金】 37,410,000円 【北海道観光振興機構からの補助金】 4,000,000円 【岩見沢市からの補助金(祭り事業)】 1,880,000円 【会費収入】 2,700,000円 【事業収入(祭り事業)】 11,240,000円 【事業収入(旅行業、物販)】 5,000,000円 【民間企業等からの寄付(祭り事業)】 6,610,000円 【その他(雑収入、繰越金)】 2,630,000円 【旅行業収入】 10,000,000円

(2) 支出

年度	総支出	内訳
2015 年度	50,469,286 円	【一般管理費】 10,459,337 円 【国内イベント、祭り開催費】 37,882,321 円 【その他(財政基盤費、引当等)】 1,127,628 円 【繰越金】 1,000,000 円
2016 年度	66,553,415 円	【一般管理費】 18,865,155 円 【観光振興推進事業(観光振興機構)】 7,906,384 円 【国内イベント、祭り開催費】 37,923,703 円 【その他(財政基盤費、引当等)】 858,173 円 【繰越金】 1,000,000 円
2017 年度	72,780,000 円	【一般管理費】 20,184,000 円 【国内、海外プロモーション】 3,952,000 円 【観光振興推進事業(観光振興機構)】 10,000,000 円 【観光振興推進事業】(インバウンド等) 1,243,000 円 【物販事業(6次化商品開発)】 628,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 34,837,000 円 【その他(財政基盤費、引当等)】 400,000 円 【旅行業免許取得】 1,500,000 円
2018 年度	72,895,000 円	【一般管理費】 24,815,000 円 【国内、海外プロモーション】 2,050,000 円 【観光振興推進事業(観光振興機構)】 8,000,000 円 【観光振興推進事業】(旅行商品造成等) 2,000,000 円 【物販事業(6次化商品開発)】 630,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 35,000,000 円 【その他(財政基盤費、引当等)】 400,000 円 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】など
2019 年度	71,970,000 円	【一般管理費】 25,240,000 円 【国内、海外プロモーション】 2,200,000 円 【観光振興推進事業(観光振興機構)】 4,000,000 円 【観光振興推進事業】(旅行商品造成等) 4,500,000 円 【物販事業(6次化商品開発)】 630,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 35,000,000 円 【その他(財政基盤費、引当等)】 400,000 円 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】など
2020 年度	76,470,000 円	【一般管理費】 25,240,000 円 【国内、海外プロモーション】 2,200,000 円 【観光振興推進事業(観光振興機構)】 4,000,000 円 【観光振興推進事業】(旅行商品造成等) 9,000,000 円 【物販事業(6次化商品開発)】 630,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 35,000,000 円 【その他(財政基盤費、引当等)】 400,000 円 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】など

(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

岩見沢市からの計画的な運営助成金

2015年度～2017年度(3ヶ年): 観光総合戦略第1フェーズ(実施中)

2018年度～2020年度(3ヶ年): 観光総合戦略第2フェーズ(計画実施決定)

現在、2020年度まで岩見沢市の観光総合戦略の実施が確定しているため、2020年度までに下記の取組みにより自律的、継続的な運営資金を確保する計画。

旅行業による手数料収益確保

2017年8月に第三種旅行業免許を取得済み。

着地コンテンツ開発、大手旅行会社等へオプショナルツアー素材の卸し販売・直売。

ワインタクシーを核とした観光タクシープラン造成による手数料収入

地域の特産品を活用した6次化商品開発・販売

2017年より取組みを開始し、ワイン醤油、白菜ポン酢など5種類開発の経験、実績を基に、生産者(農家さん)と連携して継続的な商品開発・販売を行い収益確保を行う。

また、北海道・岩見沢の農産物の品質の良さ、高さを活かした海外マーケットへの輸出にも取り組む。

観光土産店の直営業による収益確保

前述のオリジナル商品と共に、地域の特産、土産品を取り扱う売店運営を計画。

単なる物販だけでなく、生産者(農家)や障害者施設と共同で商品造成・販売を行い地域のコミュニティを創出する場所として確立する取組みを行う。

祭り、イベント運営による資金確保

従来は、地元住民だけの祭り事として実施してきたが、地域のオリジナリティ、唯一無二の魅力的な祭り事に変革させ集客力をUPさせる。

実施する祭り から 魅せる・稼ぐ祭りへの変革!

見たくなる物、食べたくなる物、買いたくなる物をコンセプトに、それぞれの祭り事で収益を生み出し、行政からの補助金に頼らない、継続的な運営となる取組みを行う。

行政の補助金は、新たな魅力創出の開発費用、実施費用等、将来を見越したコンテンツ開発に投入する計画。

運営資金確保については、岩見沢市からの助成金が大いですが、2015年度より取り組んでいる「岩見沢市観光振興戦略」の推進組織として、観光協会を中心組織として位置付けており、従来の祭り事運営業務は勿論のこと、常勤職員も従来3名であった組織から6名に増員し、市役所観光物産振興課で行っていた観光ビジョン業務等も観光協会へ集約し、ダブルジョブを解消し、岩見沢市全体における観光振興については、観光協会を中心に行う方針を掲げているため、岩見沢市からの助成金が大きくなっております。

更には、観光協会として旅行業免許を取得し、アグリツーリズムやワインツーリズム等を確立化させることにより、地域の経済力UPが望めるため、市役所のあらゆる部署と連携した業務を行っており、最終的には、DMOとして稼ぐ観光を基軸に各産業の橋渡し役を担っていくため、市役所としてもキーポイントである組織として助成金を拠出していただいております。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

岩見沢市では、観光によるまちづくり、地域活性化を図るべく、地域資源を活かした新たな観光ルート形成、着地型・体験型観光メニュー等の開発を行い、地域の魅力を更に高め、交流人口の増加を目的に、205年度より「岩見沢市観光総合戦略」を策定し、重点取り組み計画として取り組んでおります。

観光誘客促進のために、従来の「団体で有名な観光地を巡る」ものから、個人旅行へのシフトや外国人旅行者の増加などにより、地域に存在する自然、文化、歴史、産業などを体験する観光へのニーズの高まりや多様化が進んでいることから観光協会に観光振興の総合的な役割、いわゆるDMOを担っていただくため、組織体制の強化に対する支援を行うことで、官民一体となったマネジメント機能や収益を生み出す力を更に高め、「観光地を運営する視点」に立った戦略的な取組みを推進しています。

岩見沢市は、(一社)岩見沢市観光協会を本市における地域DMOとして登録したいので、(一社)岩見沢市観光協会と共に申請いたします。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	大川 伸二
担当部署名(役職)	一般社団法人 岩見沢市観光協会(常務理事)
所在地	〒068-0034 北海道岩見沢市有明町南1番地1 岩見沢市有明交流プラザ1階
電話番号(直通)	0126-22-3470
FAX番号	0126-35-6620
E-mail	okawa@i-kankou.jp

10. 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 岩見沢市
担当者氏名	沢永 宜之
担当部署名(役職)	経済部観光物産振興課(課長)
所在地	〒068-8686 北海道岩見沢市鳩が丘1丁目1番1号
電話番号(直通)	0126-23-4111(内線274)
FAX番号	0126-32-0135
E-mail	sawae-a@i-hamanasu.jp

都道府県・市町村名	北海道 岩見沢市
担当者氏名	長坂 智幸
担当部署名(役職)	経済部観光物産振興課(主幹)
所在地	〒068-8686 北海道岩見沢市鳩が丘1丁目1番1号
電話番号(直通)	0126-23-4111(内線276)
FAX番号	0126-32-0135
E-mail	naga2024@i-hamanasu.jp

(別添)様式1

都道府県・市町村名	北海道 岩見沢市
担当者氏名	上仙 純也
担当部署名(役職)	経済部観光物産振興課(係長)
所在地	〒068-8686 北海道岩見沢市鳩が丘1丁目1番1号
電話番号(直通)	0126-23-4111(内線276)
FAX番号	0126-32-0135
E-mail	josen@i-hamamasu.jp

法人名: 一般社団法人 岩見沢市観光協会
登録区分名: 地域DMO

ワイナリーを基軸とした5つのツーリズムによる観光まちづくり 岩見沢! 【ワイン、アグリ、ヒストリー、スノー、エンターテインメントツーリズム】

【区域】 北海道 岩見沢市
【設立時期】 2013(H25)年4月8日
【代表者】 会長: 仁志正樹
【マーケティング責任者】 大川 伸二
【職員数】 8名
【連携する主な事業者】
(株)JT北海道、空知・岩見沢地区ハイヤー協会、(株)宝水ワイナリー、(一財)いわみざわ地域交流センター「ログホテル・メープルロッジ」、JAIいわみざわ、(株)道下産地、岩見沢市農業士会、北洋銀行・岩見沢中央支店、青年三団体【(一社)岩見沢青年会議所、岩見沢商工会議所青年部、二世会】

(表: 実施体制)

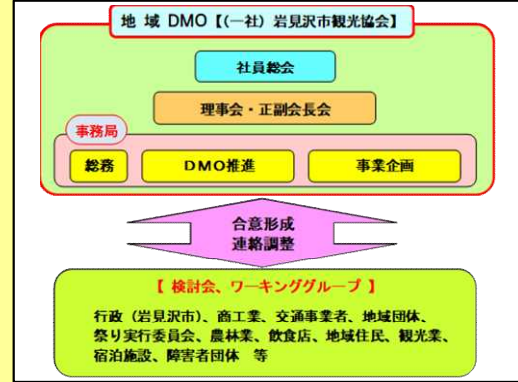


表: KPI(実績・目標)

「旅行消費額」「来訪者満足度」は、そらち
ワインタクシー利用者のアンケート数値を基本

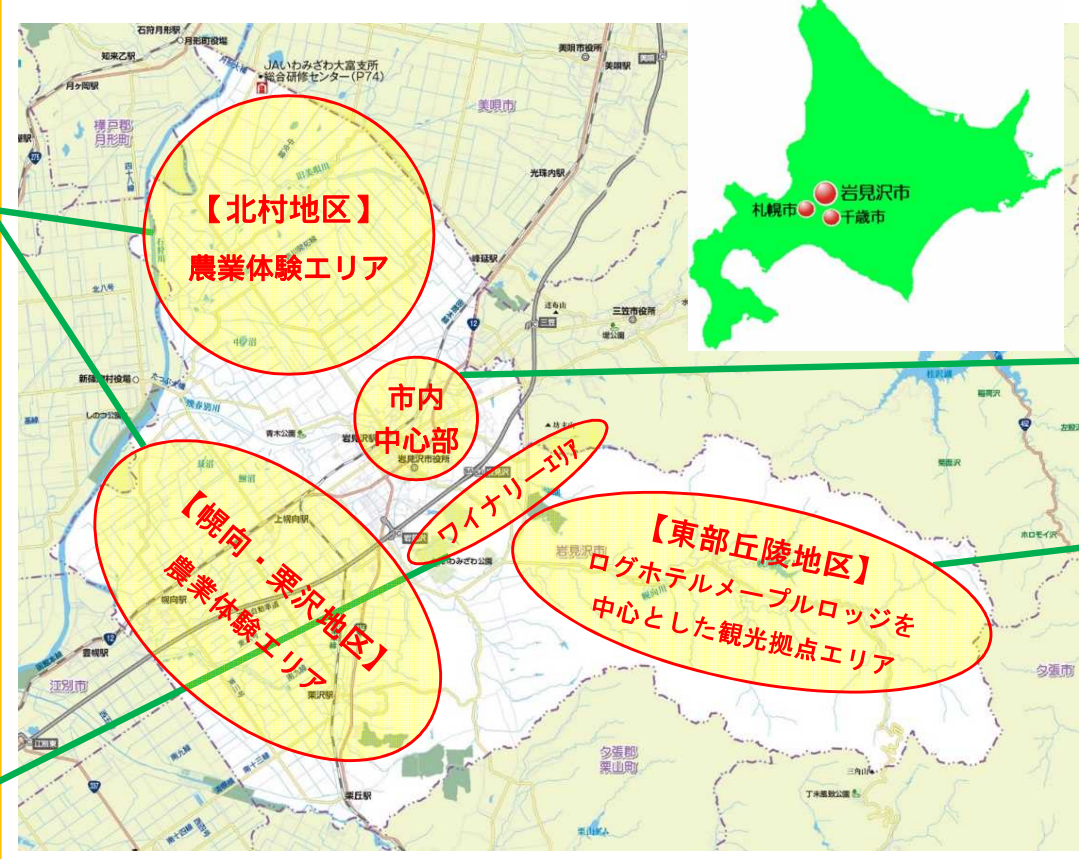
	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
旅行消費額 円/人	11,000	11,500	12,000	12,500	13,000
延べ宿泊者数	75,000	76,000	77,000	80,000	81,000
来訪者満足度	92%	93%	94%	95%	96%
リピーター率	20%	20%	25%	30%	35%

農業(アグリ)体験エリア

広大な解放感ある田畑の風景は、とてもきれいで、空気も美味しく、気分爽快!
そのような大自然の中で、落花生や白菜の収穫体験を楽しんでいただく。地域資源の「ワイン」「食」等を提供する商品開発。農観連携による6次産業化開発。

ワイナリー観光エリア

映画の舞台もなった「宝水ワイナリー」を拠点として、そらちワインタクシーをフル活用してワインツーリズムの振興を図る。
ワイナリーやヴィンヤードを巡り、歴史や景観も含めた魅力商品開発



ヒストリー(歴史)ツーリズムエリア

市内中心部には、グッドデザイン大賞を受賞した駅舎があり、鉄道で栄えた岩見沢の歴史、炭鉱遺産を伝える施設もあるため、ヒストリーツーリズムとして展開。
また、いわみざわ公園内には、野外音楽堂で、毎年「夏フェスティバル」が開催されているためコラボレーションした商品開発を行う。

観光フラッグシップ機能

ログホテル・メープルロッジは、広大な敷地を有するラグジュアリー感を体感できる温泉付きホテル。周辺には、人気のイングリッシュガーデンやバラ園、果樹園もあり、メープルロッジを拠点とした滞在型観光を促進。
食の面でも、敷地内の畑からとれたての野菜等も提供できる。
グランピング事業の展開も行う