観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和５年　７月　30 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・(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	（一社）岩見沢市観光協会	
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	
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	９人【常勤７人（正職員６人・出向等１人）、非常勤２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） 仁志　正樹 （出身組織名） (有)仁志陶器建材店	(一社)岩見沢市観光協会の会長(代表理事)。 2017 年 5 月に就任し、就任前から地域の祭りやイベント運営の中心となり、各企業や地域住民等との様々な人脈を有している。商工会議所、商店街などとのパイプが太く、現在は観光協会会長として観光総合戦略の推進役として活動している。
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 ※必ず記入すること	（氏名） 石川　恭行「専従」 （出身組織名） 学校法人経専学園等	(一社)岩見沢市観光協会の常務理事兼事務局長。 2019 年 6 月に着任。旅行会社、観光系専修学校の講師としての経験を持ち、多くの人脈や観光業界についての知識を有している。現在は岩見沢市観光戦略推進のキーマンとして、新たな企画開発などの調整を自治体や企業に対して行っており、ＤＭＯ推進の中心的な役割を担っている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 所　美穂子「専従」 （出身組織名） 岩見沢市	(一社)岩見沢市観光協会の事務局次長。 2023 年 4 月に岩見沢市からの出向により着任。 岩見沢市教育部長などを経ており、市内の人脈を活かしながら業務を推進している。また、予算管理を中心に当協会の核としての役割を果たしている。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右	（氏名） 西村　美樹 （出身組織名） 岩見沢市等	(一社)岩見沢市観光協会の事務局次長。 旅行会社、岩見沢市役所、コミュニティ FM 局などの勤務経験を有し、多くの人脈と観光業界の知識を有している。岩見沢市観光協会では国内外のプロモーションや物産展での出店業務を中心に担当している。また、イベント司会業務の経験も豊

様式１

<table>
<tr><td>横に「専従」と記入すること</td><td></td><td>富で、現在も観光関連イベントの際には、司会者として盛り上げている。</td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
石川　恭行（兼務）
（出身組織名）
学校法人経専学園等</td><td>ＣＭＯ欄と同じ</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">北海道岩見沢市 経済部観光物産振興課
（観光戦略策定、観光客受入体制整備、マーケティング、プロモーション）
北海道岩見沢市　企画財政部企画室
（地域公共交通基盤整備）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">(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」
空知リゾートシティ(株)「北村温泉ホテル」（地域観光資源・拠点開発）
空知リゾートシティ(株)「ホテルサンプラザ」（拠点開発）
空知リゾートシティ(株)「北海道グリーンランド」（地域観光資源）
(株)オミード「メープルアクティビティセンター」（着地型旅行商品開発）
空知・岩見沢地区ハイヤー協会（着地型旅行商品、二次交通問題）
(株)宝水ワイナリー（地域観光資源）
ＪＡいわみざわ（地域特産品・物産品開発）
岩見沢青年会議所／岩見沢商工会議所青年部／岩見沢二世会（伝統継承）
北洋銀行岩見沢中央支店、空知信用金庫本店（企業マッチング）</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】
官民、産業間をシームレスにした検討会を設置するなど、日常的な調整や地域を盛り上げるためのイベント、祭り等の各実行員会組織を通じて実務者レベルの検討会を開催すると共に、観光協会の社員総会や理事会と連携し、行政や交通事業者等関係機関との合意形成を図る。
【具体的な仕組み】
観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会を設置して事業を推進させる。</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">コロナ禍により地域住民に対しての啓発活動は一時的に停止していたが、令和5年度からは地域住民が参加するセミナーを開催するなど、啓発を目的とした観光講座を開催する。
また、当協会のＷｅｂサイトやガイドブック（紙媒体）を課すようにし、地域の魅力を提案し住民自らが観光情報を発信できるような啓蒙活動を各施設と連携して実施する予定である。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・2022年ツーリズムEXPOジャパンへの出展
9月に東京で行われたイベントに岩見沢市単独ブースを設け、BtoB及びBtoCのセールスプロモーションを道外に向けて行った。
・THE　ROYAL　EXPRESS運行時のPR活動
札幌を基点とした道内を4日間で巡る豪華観光列車（ロイヤルエクスプレス）が岩見沢駅に到着した際に道内・道外の乗客にパンフレットの配布などPR活動を行った。
・日本フィルムコミッション全国ロケ地フェア2023の出展
１月に東京で行われたイベントに参加し、映画やテレビ番組制作会社に対してロケ支援などのプロモーションを実施した。</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

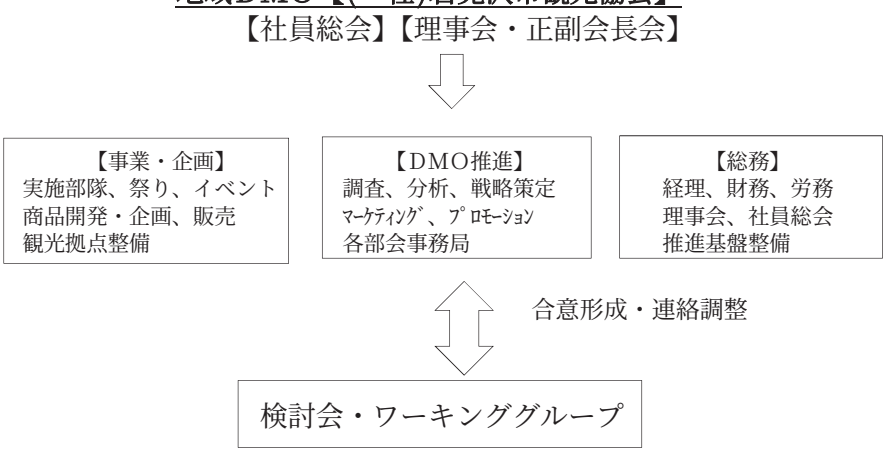
		・観光 PR 動画のプロモーション SNS での PR や札幌中心地区での大型プロジェクター放映、イベントなどでの放映などロモーション活動を行った。
	受入環境の整備	・令和 4 年度観光人材育成事業 観光人材育成事業としてインバウンド観光人材スキルアップ研修を行い、コロナ前の観光とポストコロナの観光を推進する中でインバウンド観光の意義や基本的な知識を振り返り、情報をアップデートし受入環境の整備を行った。
	観光資源の磨き上げ	・2022 年岩見沢のバラを活かした観光資源開発事業 2021 年から行っている事業で、バラを活かしたアクティビティ造成に加え、土産物の開発にも取り組み、今後のインバウンド需要も踏まえ、外国人を対象とするモニターツアーも実施した。 ・そらちワインタクシー事業 2016 年から行っている岩見沢発着のタクシー事業でそらちのワインの魅力を発信する事業として行っている。二次交通に関しての取り組みとして 2023 年度も継続して行っている

【定量的な評価】
岩見沢プロモーション動画「Trip to Hokkaido IWAMIZAWA」は日本国際観光映像祭実行委員会が主催する、日本国際映像祭の日本部門でオフィシャルセレクション部門に選ばれ、国際観光映画祭アフリカ（ITFFA）において SILVER AWAARD を受賞した。

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）岩見沢市観光協会には、行政、宿泊業者、飲食業者や組合など多岐に渡る構成メンバーが参画しているため、岩見沢市観光協会が母体となり、官民が密接な協力体制を図り運営を実施している。

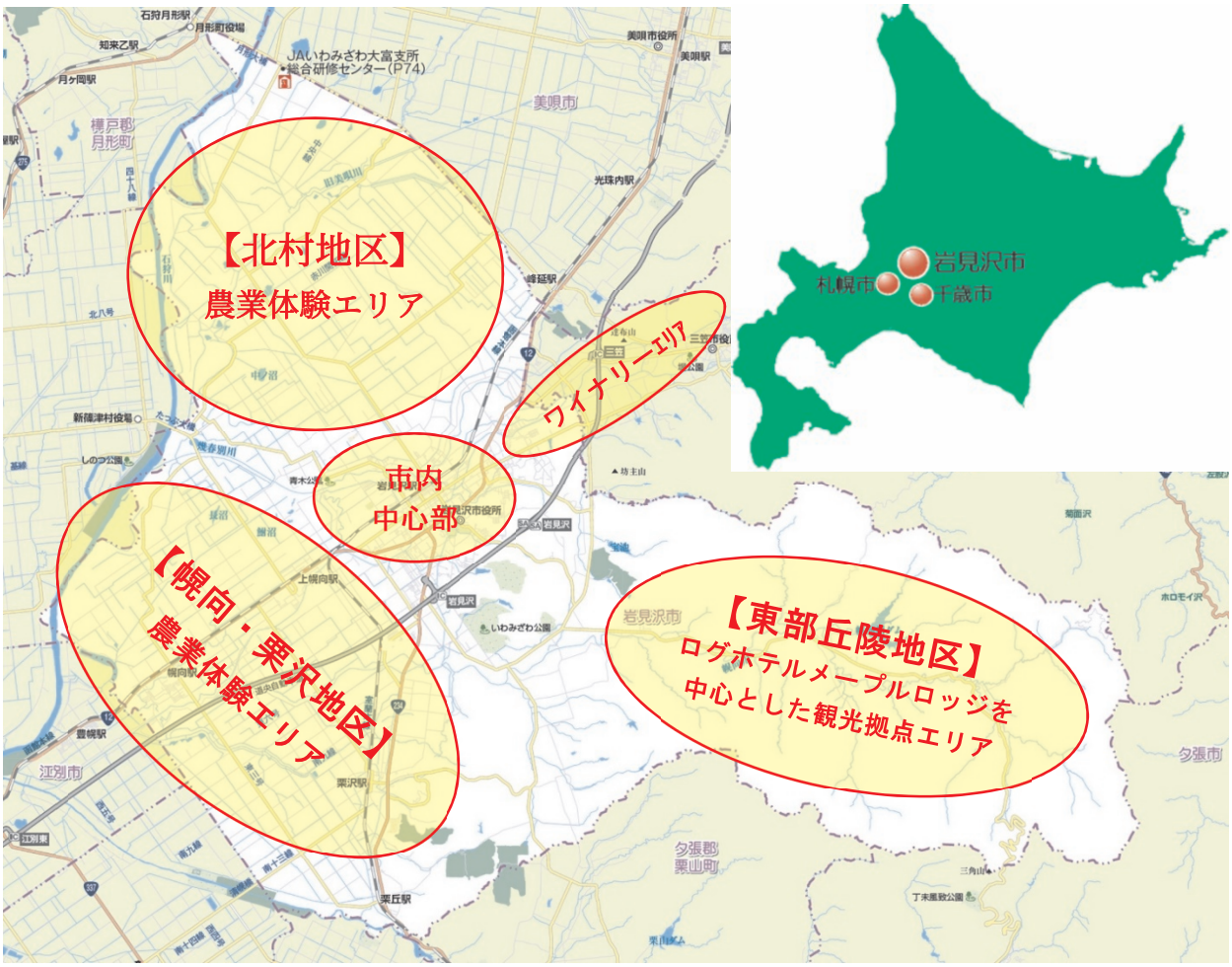
【実施体制図】



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】



【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行くことが大都市や他地区と異なる観光を提供できる可能性が高い。

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可能なため、岩見沢市内で多用な旅行の提案が可能となっている。

更に、市内中心部は、グッドデザイン大賞を受賞した岩見沢複合駅舎があり、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可能な場所です。

以上のように、4 地域に大別して、それぞれの特色を活かした体験や地域の魅力を体験できるアクティビティを提供し、周遊する仕組みを提案することにより、更なる楽しみや感動を創出する。

【観光客の実態等】

2015 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、総合ガイドブック制作等の取り組み、地域ならではの祭り、イベントのＰＲ活動等により、観光客増加を図っている。

■岩見沢市観光入込数（過去 5 年間）

単位：人

年度	上期(4～9 月)	下期(10～3 月)	合計
2018 年度	768,137	315,868	1,084,005
2019 年度	853,187	259,636	1,112,823
2020 年度	350,059	243,499	593,558
2021 年度	259,396	240,785	500,181
2022 年度	586,571	284,407	870,978

【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】

観光名所	いわみざわ公園（バラ園）	歴史・文化	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
	あやめ公園		万字炭山森林公園
	玉泉館跡地公園		旧万字線鉄道公園（朝日駅跡）
温泉宿泊施設	ログホテルメープルロッジ	自然景観	利根別原生林
	北村温泉ホテル		田園風景
ワイナリー ヴィンヤード	宝水ワイナリー		ポプラ並木
	１０Ｒワイナリー		プラタナス並木
	ナカザワヴィンヤード		見晴台（展望台）
	栗澤ワインズ	特産品	天狗まんじゅう
	ＫＯＮＤＯヴィンヤード		フルーツ工房毛陽りんごジュース
祭り イベント	いわみざわ彩花まつり		米（ゆめぴりか、ななつぼし等）
	いわみざわ百餅祭り		小麦キタノカオリ
	くりさわ農業祭		アップルパイ
	きたむら田舎フェスティバル		キジ料理
	IWAMIZAWA ドカ雪まつり		こぶ志窯（陶芸品）
	そらちワインピクニック		そらちスプーン（調味料）
	そらちグルメフォンド		純米ゆあみさわ（日本酒）

上記観光資源は、岩見沢市観光協会作成のガイドブックに掲載し、広く周知するための素材として活用しています。特に宿泊施設については、そこを起点とするアクティビティを造成し、情報発信基地としての役割を担っています。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

【岩見沢市内】8 軒：248 室、397 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
・ホテルニューカワチュウ・・・・22 室、23 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、温泉付リゾートホテル
・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

【利便性：区域までの交通、域内交通】
新千歳空港より車で 60 分（高速利用）・列車で 70 分（特急利用）、札幌より車で 45 分（高速利用）・列車で 25 分（特急利用）という北海道の空の玄関・新千歳空港や大都市・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 分圏内です。
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。
その中でも、サマーシーズンには「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）で自由に訪問でき、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、特にアフターコロナ期に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。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ましたが、コロナ禍で現在は進捗していない状況。
・2022 年度に北海道観光振興機構と連携した、インバウンド対策セミナーを実施し、受入体制の強化を行った。
・コロナ禍前に来道者数が増加傾向にあるムスリムに対応するために、ローズウォーターを活用したアクティビティや酒類を使用しない菓子類の開発を始めている。

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	岩見沢市に於ける経済効果を調査し、今後の戦略計画の検討資料とする。	行政が行っている委託事業で収集したアンケート調査を分析している。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	行政が実施している実績データを活用。
来訪者満足度	当地を中心とした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。	各事業で行うアンケート調査を検証。
リピーター率	岩見沢エリアの観光振興に対する状況分析を行い、今後の観光施策に活用する。	行政が行っている委託事業で収集したアンケート調査を活用。
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 保守点検会社から毎月送られてくるデータを分析。
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。	住民参加のイベントでアンケート調査を行い調査

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

岩見沢市は札幌駅や新千歳空港からの利便性も高い地域だが、旭川や富良野などの有名観光地への通過点となっていることが課題です。また、域内に団体客を受入可能な宿泊施設や飲食施設が乏しいため、今までは団体客に対する積極的なセールスが出来ていなかった。
この様な地域の課題に対して、農泊事業などと連携し、滞在してもらえるプログラムを構築してゆき、学生団体を中心にグループ客誘致を目指してゆく。

（２）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 ・外国人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）	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 ・二次交通が脆弱 ・団体客に提供可能な施設が少ない

	・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	
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 ・新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） ・札幌と旭川（両都市に挟まれている） ・空知管内での近隣市町との競合

※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
・20～50 歳代の札幌圏からの女性グループ及びカップル

○選定の理由
・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との願望を持っている。

○取組方針
・札幌圏から日帰りで行ける新たなディスティネーションとして、札幌在住者、札幌滞在者へ日帰りオプショナル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。

○ターゲット層
・歴史が好きな中高年層グループ

○選定の理由
・岩見沢は明治時代初期から鉄道と石炭で栄えた街であるため、多くの労働者が居住していたため、昔を懐かしみ来訪するため。

○取組方針
・中心市街地には歴史的な建造物も多くあり、また老舗と呼ばれる店舗や飲食店も点在しているため、それらを活用した街歩きプランを提供している。

○ターゲット層
・東アジア（台湾・香港）からの個人客

○選定の理由
・新千歳空港には多くの直行便が運航されており、レンタカーを利用して気軽に訪れる事が可能である当地は、特にリピーターが求める未開拓の北海道観光地として提供できる。
よって、訪問しやすい新たなディスティネーションとして売り出す事が可能。

○取組方針
・コロナ前は香港や台湾でセールスプロモーションを実施。また、着地型旅行商品をＯＴＡサイトに掲載すると共に、海外メディアの招請も実施した。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	ワインを基軸とした５つのツーリズムによる観光まちづくりを行う ＊５つのツーリズム ①ワインツーリズム　②アグリツーリズム　③ヒストリーツーリズム　④スノーツーリズム　⑤エンターテイメントツーリズム
②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 ※頻度が分かるよう記入すること。	観光協会社員総会、岩見沢観光総合戦略会議
	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。 更に年１回の観光協会社員総会にて、戦略方法などの情報を共有する。
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	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。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、更に市民へ向けた情報発信としては、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） ※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、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	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、商談会で実施している。 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）と定めて活動もしている。 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、岩見沢市観光協会のホームページには、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実施し、最近では細かな情報発信は、フェイスブックやインスタグラム等のＳＮＳを利用した岩見沢の魅力的なコンテンツ情報も発信している。

※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		2020（Ｒ２）年度	2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	1,053	400	605	800	820	840
		(-)	(0.3)	(6)	(8)	(10)	(12)
	実績	349	370	420	( )	( )	
		(0.2)	(0)	(0.1)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	81	40	55	70	75	80
		(-)	(0.03)	(0.05)	(0.1)	(0.3)	(0.5)
	実績	44	56	66	( )	( )	
		(0.03)	(0.02)	(0.02)			
●来訪者満足度（%）	目標	96	94	95	95	95	95
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	92	90	92	( )	( )	
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標	35	20	25	25	30	35
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	20	23	25	( )	( )	
		(-)	(-)	(-)			

※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】
2016 年度より実施している「そらちワインタクシー」の利用者や北海道観光振興機構事業の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いる。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
ワインタクシー事業や宿泊施設で実施したアンケート項目の域内消費額を元に、延べ宿泊者数をかけた数字で算出した。目標数値の設定としては 2023 年度から新型コロナウイルスが 5 類感染症に移行したことを受け、観光需要が見込めることから設定した。

●延べ宿泊者数
岩見沢市が公開している過去の実績を元に、新型コロナウイルスの 5 類感染症に移行したことから、2023 年度をコロナ前の状況に戻す計画で策定。

●来訪者満足度
毎年実施しているそらちワインタクシー及び、岩見沢市内の宿泊施設で実施しているアンケート調査をもとに算出している。

●リピーター率

様式１

過去３年間の調査では当地のリピーター率は３割を超えていたが、コロナ禍に於ける 2020 年度には旅行客が減少したため 20%と低調になってしまったため、2023 年度以降（向こう３ヵ年）の観光需要回復に合わせて従来の目標数値に近づけるための目標を設定した。

（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
●メープルロッジの稼働率（%）	目標	65	65	70	80	85	85
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	67	68	83			
		(-)	(-)	(-)	( )	( )	
●観光協会ＨＰアクセス数（件）	目標	55,000	25,000	50,000	70,000	72,000	75,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	57,004	52,243	94,056			
		(-)	(-)	(-)	( )	( )	
●着地型旅行商品の参加者数（件）	目標	1,000	400	900	1,200	1,200	1,300
		(-)	(-)	(50)	(80)	(80)	(85)
	実績	295	803	820			
		(-)	(-)	(-)	( )	( )	
	目標						
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績						
		( )	( )	( )			
	目標						
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績						
		( )	( )	( )			

※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】

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 ㎡（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 ㎡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、スノーラフティング体験、雪遊び等）の提供が可能であり、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る。
このメープルロッジの宿泊稼働率を向上させるこが岩見沢市観光振興戦略における重要なポイントだと考えている。

【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 ㎡（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 ㎡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（バギー体験、サイクリング体験、スノーラフティング体験、雪遊び等）の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る。
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あると考え、メープルロッジの宿泊稼働率を目標数値として設定した。

●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。

●着地型旅行商品の参加者数

2018 年度より着地コンテンツの商品造成を行っており、新たなコンテンツ開発にも着手しているため目標数値とした。

様式１

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	81,225,606 円	【岩見沢市からの補助金】 34,250,003 円 【北海道観光振興機構からの補助金】 3,375,800 円 【観光庁からの補助金】 18,415,050 円 【会費収入】 2,360,000 円 【事業収入（物販事業等）】 13,784,789 円 【民間企業等からの寄附（祭り）】 1,403,890 円 【その他（雑収入等）】 7,636,074 円
2021（Ｒ３）年度	98,708,000 円	【岩見沢市からの補助金】 57,868,000 円 【北海道観光振興機構からの補助金】 6,000,000 円 【会費収入】 2,700,000 円 【事業収入（物販事業等）】 21,330,000 円 【民間企業等からの寄附（祭り）】 5,810,000 円 【その他（雑収入等）】 5,000,000 円
2022（Ｒ４）年度	89,746,090 円	【岩見沢市からの補助金】 43,983,000 円 【北海道観光振興機構からの補助金】 1,440,440 円 【その他の補助金収入】 2,058,059 円 【会費収入】 2,383,000 円 【事業収入（物販事業等）】 29,294,489 円 【民間企業等からの寄附（祭り）】 3,703,868 円 【その他（雑収入等）】 6,883,234 円
2023（Ｒ５）年度	90,000,000 円	【岩見沢市からの補助金】 45,000,000 円 【北海道観光振興機構からの補助金】 6,000,000 円 【会費収入】 2,800,000 円 【事業収入（物販事業等）】 25,500,000 円 【民間企業等からの寄附（祭り）】 6,500,000 円 【その他（雑収入等）】 4,200,000 円
2024（Ｒ６）年度	93,000,000 円	【岩見沢市からの補助金】 45,000,000 円 【北海道観光振興機構からの補助金】 6,000,000 円 【会費収入】 2,800,000 円 【事業収入（物販事業等）】 28,500,000 円 【民間企業等からの寄附（祭り）】 6,500,000 円 【その他（雑収入等）】 4,200,000 円
2025（Ｒ７）年度	93,000,000 円	【岩見沢市からの補助金】 45,000,000 円 【北海道観光振興機構からの補助金】 6,000,000 円 【会費収入】 2,800,000 円 【事業収入（物販事業等）】 28,500,000 円 【民間企業等からの寄附（祭り）】 6,500,000 円 【その他（雑収入等）】 4,200,000 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	79,743,466 円	【一般管理費】 31,061,698 円 【観光振興推進事業費（機構）】 6,000,000 円 【観光振興推進事業費（商品造成等）】 7,140,322 円 【物販事業（６次化商品開発）】 10,146,564 円 【国内イベント、祭り開催費】 36,738,355 円 【その他（財政基盤費、引当等】 2,018,362 円
2021（Ｒ３）年度	98,708,000 円	【一般管理費】 35,608,000 円 【観光振興推進事業費（機構）】 6,000,000 円 【観光振興推進事業費（商品造成等）】 12,030,000 円 【物販事業（６次化商品開発）】 8,500,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 34,870,000 円 【その他（財政基盤費、引当等】 1,700,000 円
2022（Ｒ４）年度	87,646,090 円	【一般管理費】 40,975,455 円 【観光振興推進事業費（機構）】 1,445,462 円 【観光振興推進事業費（商品造成等）】 8,019,575 円 【物販事業（６次化商品開発）】 14,346,053 円 【国内イベント、祭り開催費】 20,780,241 円 【その他（財政基盤費、引当等】 2,079,304 円
2023（Ｒ５）年度	93,000,000 円	【一般管理費】 31,000,000 円 【観光振興推進事業費（機構）】 6,000,000 円 【観光振興推進事業費（商品造成等）】 12,500,000 円 【物販事業（６次化商品開発）】 8,700,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 33,000,000 円 【その他（財政基盤費、引当等】 1,800,000 円
2024（Ｒ６）年度	93,000,000 円	【一般管理費】 31,000,000 円 【観光振興推進事業費（機構）】 6,000,000 円 【観光振興推進事業費（商品造成等）】 12,500,000 円 【物販事業（６次化商品開発）】 8,700,000 円 【国内イベント、祭り開催費】 33,000,000 円 【その他（財政基盤費、引当等】 1,800,000 円
2025（Ｒ７）年度	（円）	（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

●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（実施済）
2018 年度～2020 年度（3 ヶ年）：観光総合戦略第２フェーズ（実施済）
2021 年度～2023 年度（3 ヶ年）：観光総合戦略第３フェーズ（実施中）
今後 3 カ年は岩見沢市の観光総合戦略の実施が確定しているため、下記の取り組みをすることで、自律的、継続的な運営資金を確保する計画。
①旅行業による手数料収益確保
2017 年 8 月に第３種旅行業の登録済。
新たな着地型旅行商品を開拓し、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も見込む。

②地域の特産品を活用した６次化商品開発・販売
2017 年より取り組みを開始し、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・販売を通じて収益確保を行う。
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。

③観光土産店の直営業による収益確保
前述②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り組みを行う。

④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り組みを行う。
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。

⑤指定管理等による収入及び人材の確保
今後は岩見沢市が所有する施設の指定管理業者になることで、収入面の確保は勿論のこと、人材を確保し、安定した運営を行う予定。

※運営資金確保については、岩見沢市からの助成金が大きいですが、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、常勤職員を７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．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

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、2015 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、「観光地を経営する視点」に立った戦略的な取組みを推進しています。
2021 年度からは岩見沢市観光協会に当市の観光プロモーションを一任し、協会と共に誘客事業に取り組んでおり、2023 年度に向け観光協会の自走化の後押しをしているところです。

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）

該当なし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	西村　美樹
担当部署名（役職）	事務局次長
郵便番号	068-0034
所在地	北海道岩見沢市有明町南 1-1
電話番号（直通）	0126-22-3470
ＦＡＸ番号	0126-35-6620
Ｅ－ｍａｉｌ	nishimura@i-kankou.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・岩見沢市
担当者氏名	山本　輝隆
担当部署名（役職）	経済部観光物産振興課（課長）
郵便番号	068-8686
所在地	北海道岩見沢市鳩ケ丘 1-1-1
電話番号（直通）	0126-23-4111　内戦 3230
ＦＡＸ番号	0126-32-0135
Ｅ－ｍａｉｌ	teru@city.iwamizawa.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	北海道・岩見沢市
担当者氏名	田公　寿幸
担当部署名（役職）	経済部観光物産振興課（主幹）
郵便番号	068-8686
所在地	北海道岩見沢市鳩ケ丘 1-1-1
電話番号（直通）	0126-35-4568
ＦＡＸ番号	0126-32-0135
Ｅ－ｍａｉｌ	takimi@city.iwamizawa.lg.jp

(登録)【地域DMO】 一般社団法人 岩見沢市観光協会

様式2

記入日： 令和5年7月30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 岩見沢市
【設立時期】 2013年4月8日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 会長 仁志 正樹
【マーケティング責任者(CMO)】 常務理事 石川 恭行
【財務責任者(CFO)】 事務局次長 所 美穂子
【職員数】 9人(常勤7人(正職員6人・出向等1人)、非常勤2人)
【主な収入】
補助金 47百万円、事業収入 29百万(2022年度決算)
【総支出】
事業費 46百万円、一般管理費 40百万円(2022年度決算)
【連携する主な事業者】
(株)空知リゾートシティ、JAいわみざわ、岩見沢地区ハイヤー協会

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020(R2)年	2021(R3)年	2022(R4)年	2023(R5)年	2024(R6)年	2025(R7)年
旅行消費額(百万円)	目標	1,053 ( )	400 (0.3)	605 (6)	800 (8)	820 (10)	840 (12)
	実績	349 (0.2)	370 (0)	420 (0.1)	—	—	—
延べ宿泊者数(千人)	目標	81 ( )	40 (0.03)	55 (0.05)	70 (0.1)	75 (0.3)	80 (0.5)
	実績	44 (0.03)	56 (0.02)	66 (0.02)	—	—	—
来訪者満足度(%)	目標	96 ( )	94 ( )	95 ( )	95 ( )	95 ( )	95 ( )
	実績	92 ( )	90 ( )	92 ( )	—	—	—
リピーター率(%)	目標	35 ( )	20 ( )	25 ( )	25 ( )	30 ( )	35 ( )
	実績	20 ( )	23 ( )	25 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
20～50歳台の札幌圏からの女性及びカップル

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
札幌市に滞在している旅行客と札幌市民をターゲットとして、日帰りで楽しめるプランを提供するために着地型旅行商品の充実を図っている。
【観光地域づくりのコンセプト】
女性が楽しめるコンテンツの提供やSNSでの発信を行い、満足度の高い旅行商品を提供する

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・岩見沢jのバラを活かした観光資源開発事業
・そらちワインタクシー事業

【受入環境整備】
・広域観光推進事業(二次交通)
・岩見沢市中心市街地活性化事業

【情報発信・プロモーション】
・観光動画「Trip to Hokkaido IWAMIZAWA]の発信
・ツーリズムEXPOジャパンへの単独出展
・日本フィルムコミッション全国ロケ地フェア2023の出展
・THE ROYAL EXPRESS運行時のPR活動