

観光地域づくり法人形成・確立計画

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) HAKUBA VALLEY TOURISM	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	区域を構成する地方公共団体名 長野県大町市、長野県北安曇郡白馬村、長野県北安曇郡小谷村	
所在地	長野県北安曇郡白馬村	
設立時期	平成 31 年 4 月 3 日	
職員数	5 人【常勤 5 人（正職員 4 人・出向等 1 人）、非常勤 0 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	高梨 光 （出身組織名） HAKUBA VALLEY 索道事業 者プロモーションボー ド	東急不動産(株)でリゾート開発・運営、KPMG でコン サルティング業務を経験。北アルプススキーエリ ア管内の索道事業者で構成する「HAKUBA VALLEY 索 道事業者プロモーションボード」の会長を拝命。 その手腕により索道事業者 14 社をまとめ上げ、エ リアを統一したプロモーションを主導してきた。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー	藤澤正広 （出身組織名） 白馬観光開発株式会社	白馬観光開発(株)で、長年、営業部門、各営業所 長、取締役を歴任し、索道リゾート各業務を推進 し、主導してきた。
財務責任者 （CFO：チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー）	藤澤正広 （出身組織名） 白馬観光開発株式会社	CMO 兼務
プロモーションの責 任者	太谷陽平「専従」 （出身組織名） HAKUBA VALLEY 索道事業 者プロモーションボー ド	都内大手ホテル、アウトドアアパレルメーカーに 勤務し、「HAKUBA VALLEY 索道事業者プロモーション ボード」に参画し、経験を活かしたプロモーション を主導している。
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	長野県観光部（財政支援、事業実施支援） 長野県北アルプス地域振興局（財政支援・事業実施支援） 一般社団法人長野県観光機構（DMO 運営支援、事業実施支援） 大町市、白馬村、小谷村観光担当課（受入環境整備、財政支援）	
連携する事業者名及 び役割	三市村観光団体（プロモーション、イベント開催、観光情報発信） 大北地区索道事業者協議会（プロモーション、受入環境整備） 地域内宿泊事業者（商品企画造成、観光情報発信） 地域内交通事業者（二次交通整備） 地域内旅行代理店（旅行商品企画造成、観光情報発信） 白馬村観光局、自然と伝統の融合した白馬岩岳の街並み活性化(株)（ふるさと 名物の地産地消食品の開発）	


(別添) 様式 1

<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>【該当する登録要件】② 平成 31 年 4 月に大町市・白馬村・小谷村、大北地区索道事業者協議会で当法人を設立。その後、三市村の観光組織が加盟。各事業においては、当法人が主体となり集客・接客合同専門委員会、テーマごとの小委員会を設置。行政、関係観光団体、商工会、地域事業者（索道、宿泊、交通）等、域内ステークホルダーを各委員会に招請し、事業を推進している。</p>						
<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>自社ホームページ及び、大町市、白馬村、小谷村等のホームページへ、当法人の活動報告を掲載し、広く住民、関係者の意識啓発を行っている。また、事業等を通じて住民や関係者への理解を深めていく。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="464 600 1437 1912"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 600 647 651">事業</th> <th data-bbox="647 600 1437 651">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 651 647 1122"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="647 651 1437 1122"> <ul style="list-style-type: none"> ○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。 ○景観デザインコード 八景選定事業 <ul style="list-style-type: none"> ・景観デザインコードによる八景の選定と選定後の商品開発及び地域の魅力を発信するための小冊子による広報活動の実施。 ○SNS 運営事業 <ul style="list-style-type: none"> ・小委員会を立ち上げ、索道事業者を中心に、三市村観光団体、その他事業者と連携し、HAKUBAVALLEY 公式 SNS を共同運用。 ○営業・出展調整事業 <ul style="list-style-type: none"> ・小委員会を立ち上げ、地域の様々なステークホルダーと国別のイベント情報の共有、出展調整の実施。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1122 647 1912"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="647 1122 1437 1912"> <ul style="list-style-type: none"> ○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。 ○エリア内周遊バスの交通サイン等の統一事業 <ul style="list-style-type: none"> ・バス停看板の統一と多言語化、識別マグネット制作。 ○ワンストップホームページ構築に向けた準備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・旅行商品の販売の為にホームページ設計、販売に関する専門家による勉強会、講習会の開催。 ○キャッシュレス環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス決済と免税電子決済の普及による感染対策の推進及び訪日外国人旅行者の消費動向に関するデータ収集体制の構築。 ○顧客データの収集・共有・活用事業 <ul style="list-style-type: none"> ・夏期来場者アンケート調査を実施し、異なる施設での顧客情報を共有し今後の HAKUBAVALLEY という広域リゾートの販促活動につなげる。 ○HAKUBAVALLEY クリーン認証制度運用事業 <ul style="list-style-type: none"> ・HAKUBAVALLEY クリーン認証の地域への浸透。 ○統一ルール制定事業 <ul style="list-style-type: none"> ・10 スキー場における共通場内看板、標識の作成。 ・スキー場パトロール隊の相互人材派遣制度の制定。 ・スキー場パトロール隊の共通オペレーションマニュアルの制定。 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。 ○景観デザインコード 八景選定事業 <ul style="list-style-type: none"> ・景観デザインコードによる八景の選定と選定後の商品開発及び地域の魅力を発信するための小冊子による広報活動の実施。 ○SNS 運営事業 <ul style="list-style-type: none"> ・小委員会を立ち上げ、索道事業者を中心に、三市村観光団体、その他事業者と連携し、HAKUBAVALLEY 公式 SNS を共同運用。 ○営業・出展調整事業 <ul style="list-style-type: none"> ・小委員会を立ち上げ、地域の様々なステークホルダーと国別のイベント情報の共有、出展調整の実施。 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。 ○エリア内周遊バスの交通サイン等の統一事業 <ul style="list-style-type: none"> ・バス停看板の統一と多言語化、識別マグネット制作。 ○ワンストップホームページ構築に向けた準備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・旅行商品の販売の為にホームページ設計、販売に関する専門家による勉強会、講習会の開催。 ○キャッシュレス環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス決済と免税電子決済の普及による感染対策の推進及び訪日外国人旅行者の消費動向に関するデータ収集体制の構築。 ○顧客データの収集・共有・活用事業 <ul style="list-style-type: none"> ・夏期来場者アンケート調査を実施し、異なる施設での顧客情報を共有し今後の HAKUBAVALLEY という広域リゾートの販促活動につなげる。 ○HAKUBAVALLEY クリーン認証制度運用事業 <ul style="list-style-type: none"> ・HAKUBAVALLEY クリーン認証の地域への浸透。 ○統一ルール制定事業 <ul style="list-style-type: none"> ・10 スキー場における共通場内看板、標識の作成。 ・スキー場パトロール隊の相互人材派遣制度の制定。 ・スキー場パトロール隊の共通オペレーションマニュアルの制定。
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。 ○景観デザインコード 八景選定事業 <ul style="list-style-type: none"> ・景観デザインコードによる八景の選定と選定後の商品開発及び地域の魅力を発信するための小冊子による広報活動の実施。 ○SNS 運営事業 <ul style="list-style-type: none"> ・小委員会を立ち上げ、索道事業者を中心に、三市村観光団体、その他事業者と連携し、HAKUBAVALLEY 公式 SNS を共同運用。 ○営業・出展調整事業 <ul style="list-style-type: none"> ・小委員会を立ち上げ、地域の様々なステークホルダーと国別のイベント情報の共有、出展調整の実施。 						
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。 ○エリア内周遊バスの交通サイン等の統一事業 <ul style="list-style-type: none"> ・バス停看板の統一と多言語化、識別マグネット制作。 ○ワンストップホームページ構築に向けた準備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・旅行商品の販売の為にホームページ設計、販売に関する専門家による勉強会、講習会の開催。 ○キャッシュレス環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス決済と免税電子決済の普及による感染対策の推進及び訪日外国人旅行者の消費動向に関するデータ収集体制の構築。 ○顧客データの収集・共有・活用事業 <ul style="list-style-type: none"> ・夏期来場者アンケート調査を実施し、異なる施設での顧客情報を共有し今後の HAKUBAVALLEY という広域リゾートの販促活動につなげる。 ○HAKUBAVALLEY クリーン認証制度運用事業 <ul style="list-style-type: none"> ・HAKUBAVALLEY クリーン認証の地域への浸透。 ○統一ルール制定事業 <ul style="list-style-type: none"> ・10 スキー場における共通場内看板、標識の作成。 ・スキー場パトロール隊の相互人材派遣制度の制定。 ・スキー場パトロール隊の共通オペレーションマニュアルの制定。 						

(別添) 様式 1

	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>○集客・接客合同専門委員会及び関連小委員会を毎月開催し協議を行っている。</p> <p>○SDGs 普及事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 域内事業者ごとに実施するチェックシートの作成。 ・ SDGs 広報用のウェブサイト構築。 ・ 地域への普及の為にポップの作成及び講演会の開催。 <p>○サイクルトレイルの調査研究事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新規 MTB トレイル整備に向けた調査、研究。
		<p>(定量的な評価)</p> <p>2020-21 シーズンは十分な降雪に恵まれたものの、新型コロナの影響により、エリア内スキー場への外国人来場は 39,000 人 (4 月末実績、前年比 10%) にとどまった。</p>
<p>実施体制</p> <p>※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)。</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>大町市・白馬村・小谷村と索道事業者、三市村観光関係団体が協力し、多様化する国内外観光客の志向に対応できる環境整備、人材育成、観光客の誘致を行い、地域経済の発展に寄与する事を目的とし、(一社) HAKUBA VALLEY TOURISM を設立した。(実施体制図：楕円中央部点線内)</p> <p>三市村観光関係三団体は、地域内の主要団体を含む観光関連事業者の集合体ではあるが、今後、商工団体、農業団体、宿泊業者、飲食業者、教育関係 (白馬高等学校等) などの多様な関係者が直接参画する組織を形成し、さらに官民が密接した運営を実施する。</p> <p>(実施体制図)</p> <p>※別紙 1 のとおり</p>	

2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

<p>【区域の範囲が分かる図表を挿入】</p> <p>長野県 大町市・白馬村・小谷村 エリア総称「HAKUBA VALLEY」</p> <p>【区域設定の考え方】</p> <p>北アルプスの麓に位置する三市村は、地形的にもひと続きの谷合いにあり、昭和 55 年から、区域を構成する地方公共団体 (大町市、白馬村、小谷村) で観光連携を図るため「北アルプス三市村観光連絡会」を設置して、二次交通バスの運行、エリア統一宣伝活動、イベント (塩の道祭り等) など連携した取組を実施してきた。</p> <p>平成 25 年以降は、北アルプスという共通の資源を軸として、「山岳高原を活かした世界水準の滞在型観光地づくり」を三市村が一体となって取り組み、平成 27 年度には、「北アルプス三市村エリア周遊・長期滞在促進プラン」を作成している。また、夏季・冬季の輸送の中心となる索道事業者では、平成 28 年度エリア内統一 IC カードによるスキー場フリーゲート化を実現しており、官民ともに連携する基盤が整っている。</p> <p>【観光客の実態等】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 平成 30 年度 北アルプス三市村エリア観光地利用者延数 4,138 千人 ② 平成 30 年度 北アルプス三市村エリア夏期外国人観光客延宿泊者数 37 千人 ③ 令和元年度 HAKUBA VALLEY スキー場外国人延総来場者数 375 千人 ④ 令和元年度 北アルプス三市村エリア観光消費額 29,813,000 千円 ⑤ 令和 2 年度 HAKUBA VALLEY スキー場外国人延総来場者数 3.9 千人 	
---	---

(別添) 様式 1

⑥ 令和 2 年度北アルプス三市村エリア観光消費額 18,146,000 千円

(①②④⑥長野県観光地利用者統計調査、③⑤索道事業者調査)

【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】

※別紙 2 のとおり

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

○域内分布 北アルプス三市村エリア全域

○宿泊施設数 1,120 施設

○収容力、施設規模（収容人数）52,900 人

（大町市：宿泊施設数 65 軒 収容 5,100 人）

（白馬村：宿泊施設数 905 軒 収容力 37,800 人）

（小谷村：宿泊施設数 150 軒 収容力 10,000 人）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

- ・自動車道：長野自動車道安曇野インターから国道 147 号、148 号經由
：関越自動車道長野インターから国道 19 号、オリンピック道路（県道 31 号）經由
：北陸自動車道糸魚川インターから国道 148 号經由
- ・JR 線：北陸新幹線長野駅から路線バス經由
：北陸新幹線糸魚川駅から大糸線經由
- ・その他：松本空港から JR 大糸線經由
：富山空港から JR 北陸新幹線、大糸線經由

○域内交通

- ・道路：路線バスおよび域内シャトルバス
- ・JR 線：大糸線（エリア内縦断）

【外国人観光客への対応】

スキー場利用を中心に外国人観光客が増加している。長期滞在の受入環境整備として、10 スキー場間を結ぶシャトルバス運行や、アフタースキーを楽しむための飲食店を周回するナイトシャトルバスを運行している。また、主要観光施設や宿泊施設を中心に Wi-Fi 環境整備や多言語標記のパンフレット作成も進んでいるが、毎年増加する外国人観光客の需要に追い付くべく改善を続けている。今後さらに増加が見込まれる外国人の滞在をサポートする情報案内等の施設、多言語対応の人材育成なども課題となっている。

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
宿泊客数及び観光消費額	観光客目標値の設定及び目標達成の指標とする。	長野県観光地利用者統計と連動させる。
スキー場来場者数	観光客目標値の設定及び目標達成の指標とする。	各スキー場リフト券発券枚数と連動させ、外国人来場者数も同様に収集する。
顧客満足度調査	受入環境、滞在環境の整備の資料とする。	スキー場内に設置するタブレット型アンケートシステムを活用する。
顧客動向調査	滞在する観光客のエリア内動向を把握し、移手段など環境整備の資料とする。	スキー場内に設置するタブレット型アンケートシステム、IC カードによるシャトルバス利用データを活用する。

(別添) 様式 1

WEB サイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度やニーズ傾向を把握するため。	スキー場共通 WEB サイトおよび新規作成予定の三市村観光 WEB サイトのシステムログを活用して実施。
----------------	----------------------------	--

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

日本は今後、概ね 10 年で総人口が 5%減少する予測である。スキー参加率が低い高齢者の比率がますます高くなるため、国内スキー人口は総人口減少の倍のペースである 10 年で 10%減少のスピードで推移することが予想し得る。

一方、白馬バレーエリアの外国人観光客の利用比率は年々増加しており、特に冬季にあっては国外からのスキー客数は全スキー客数の 25%を占める状況である。シャトルバスの運行、スキー場内外での安全確保、街歩きや体験、カメラスポットなど様々な観光資源を利用したプログラムを提供し、この増加に対応できる滞在環境を整えていく必要がある。

また、海外からの観光客への依存が大きくなるほど、為替、国際情勢などの影響を受けやすいため、更なる国内観光客の受入強化と山岳観光を中心としたグリーンシーズンの受入強化により、年間を通じ安定した顧客確保が課題となっている。

こうした地域の課題に対して、HVT を中心にエリア内の合意形成を含めたマネジメント体制を強化しつつ、関係者間の役割分担に基づき実践していく。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「HAKUBAVALLEY」と「立山黒部アルペンルート」は、エリアの 2 大ブランドであり、世界的にも認知度が高い。 ・白馬三山を中心に山岳観光地としてのロケーションが広がっている。 ・山岳観光ポイント（黒部ダム、五竜、八方、柵池など）が豊富。 ・白馬高校に「国際観光科」が新設されるなど、エリア全体に国際市場を視野に入れた動きが活発になっている。 ・索道事業者では、平成 28 年以降エリア内 10 スキー場で共通 IC カードによるフリーゲートが整備された。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主要交通網（新幹線、空港）からの 2 次交通が脆弱。 ・エリアマーケティングする中心的組織の不在。ポイント的集客に留まり周遊・滞在に結び付いていない。 ・宿泊業者等の高齢化により、廃業施設が増加している。 ・飲食店の不足。 ・滞在を促すプログラム（観光資源の共有）の不足、人材不足。 ・一部のエリアにおける景観阻害要素（電柱等）
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夏季、冬季を通じ外国人観光客が増加している。 ・平成 27 年に延伸した北陸新幹線は今後、敦賀まで延伸が予定されている。 ・外国人による宿泊施設営業が増加している。（外国人観光客の入込増加に拍車） 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内人口減に伴うスキー人口の減少。 ・スキー未経験者の増加。（スキー修学旅行等機会の減少） ・国外観光客の増加に対し、国内観光客の減少が顕著。 ・国内各エリア間での集客競争激化が予想される。 ・気象の影響を受けやすい。 ・外国人観光客の入込が 1 月、2 月に集中している。

(別添) 様式 1

※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 インバウンド： アジア各国（特に中国、台湾、香港、シンガポールを重視） 国内： 三大都市圏（関東、中京、関西）
○選定の理由 インバウンド： スキー場事業者独自に各国の市場と成長率を調査し、白馬エリアの占有率からターゲットを選定。 国内： 調査により、最大都市圏における中京、関西方面からの来場割合が低下傾向にある。 ○取組方針 インバウンド： 冬を主軸に、第一に今後もっとも市場の成長が見込まれ、当エリアとして集客し切れていないアジア4カ国（中国、台湾、香港、シンガポール）は県市村の提携関係、直接訪問でのB to B、B to Cの営業、WebやSNSの広告媒体を活用した誘客。 国内： 通年によるエリア内共通の既存アンケート調査分析に磨きをかけることに加え必要な情報収集体制を構築し、情報の共有化を図ることによってコンテンツを磨き上げ、より魅力的な情報配信、滞在環境の整備によるリピーター及び新規顧客を確保する。
○第2ターゲット層 インバウンド： オセアニア（特にオーストラリアを重視） 国内： 若年層の誘客
○選定の理由 インバウンド： 前項同様（第1ターゲット層） 国内： 若年層を中心に白馬（及び各スキー場名）の知名度が低下している。 ○取組方針 インバウンド： 現在最も多くの外国人客が訪れているオセアニア、特にオーストラリアからの集客はここ数年で培った集客ルートを生かして確実に確保する。 国内： 前項同様（第1ターゲット層）
○第3ターゲット層 インバウンド： 北米・欧州各国
○選定の理由 インバウンド： 前項同様（第1ターゲット層） ○取組方針 インバウンド： 国際リフトシーズンパスとの提携により増加が期待される北米・欧州をターゲット国とし、独自のアンケート調査分析結果だけでなく提携先からも得られる顧客情報をもとに各国に適したプロモーションの実施や必要とされる滞在環境の整備を促進する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	『世界から選ばれる山岳観光地の構築』
--------	--------------------

②コンセプトの考え方	<p>世界に誇る雄大な北アルプスの自然環境、日本らしさを感じる地域文化を背景に、国内外から訪れる観光客を魅了する満足度の高い滞在環境を提供し、観光を軸に地域経済が豊かに循環し、そこに住む人々が誇らしく生活することができる地域が持続されていくことを意味するものである。</p> <p>このコンセプトの実現に向けては、直接的な観光事業者のみならず、間接的に関連する地域の農業・商業・交通産業等の幅広い事業者を巻き込んで観光地域づくりを進めていく。同時に、世界から選ばれる観光地として一過性でなく持続的に存続するため、広域型 DMO（以下 DMO という。）を舵取り役とした、自然・文化の活用と保全、地域経済が活力を維持していく地域内経済循環の構築、地域における学びによる観光人材の育成等、長野県が平成 30 年に策定した『SDGs（持続可能な開発目標）未来都市』を参考にしつつ、持続可能な観光地域づくりの取組を地域全体に展開していく。</p>
------------	---

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。	<p>地域内の主要な観光関連事業者の集合体である観光三団体と索道事業者、行政三団体が DMO の構成員になっており、その構成員で月一定期的に DMO 役員会を開催し協議の上、戦略を共有している。</p> <p>また、具体的な行動組織として、集客専門委員会、接客専門委員会を立ち上げ（現在は両委員会を合併）、毎月、課題の掘り起こし、その解決のために、テーマ別に 7 つの小委員会を中心に、毎月協議検討を行っている。</p> <p>過去 1 年間の事業等の報告は、三市村ホームページにも公開し、広く閲覧できる体制としている。</p> <p>DMO が中心となりアンケート調査を実施し、その評価分析を実施する。その評価分析結果を構成員で共有し対応策を構築することでサービスの維持・向上を行っている。</p>
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>DMO が HAKUBA VALLEY エリアに複数存在する参加団体の観光系 WEB の入口を統合し一元管理する。各参画団体は担当する情報の収集と発信を行うことで複層化しない形でダイレクトな情報発信・プロモーションを図る。</p>
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	<p>当法人 HP での旅行商品の販売に向け、HP 設計の見直し、またワンストップ HP 構築に関する勉強会、講習会の開催を予定している。SNS については、当エリア基幹産業である索道事業者を中心に、三市村観光団体、その他事業者と連携し、HAKUBA VALLEY 公式 SNS を共同運用。掲載記事は三言語（日本語、英語、中国語・繁体字）で作成し、多様な地域に対応、ファンの増加を図っている。また域内の様々な事業者に参画を要請することで、多様な視点での記事案の作成と行政の垣根を超えた広域での取り組みを推進している。</p>

(別添) 様式 1

※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		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	30,329	17,802	26,122	28,761
	実績	29,845 ()	29,813 ()	18,146 ()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	2,972	1,763	2,591	2,834
	実績	2,909 ()	2,928 ()	1,917 ()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	84 (89)	84 (89)	85 (89)	85 (89)
	実績	82 (89.2)	80.4 (85.2)	()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	70 (38)	70 (38)	70 (39)	70 (39)
	実績	70.5 (37.6)	72.7 (41.6)	()	()	()	()

※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】

旅行消費額、延べ宿泊者数は、長野県が公表する「観光地利用者統計調査」より引用し、三市村の数値を合算して算出。

来訪者満足度、リピーター率は、エリア内10スキー場を対象に調査したデータ。

利用者満足度は0点~10点の評価をそのまま%に置き換えている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

三市村での個別事情を勘案したものを合算、各種イベント開催等も考慮。

●延べ宿泊者数

旅行消費額と同じ考え方で算出。

●来訪者満足度

エリア内10スキー場にてアンケート調査に基づいての算出。目標設定においては、施設整備の向上等により高水準を維持。

●リピーター率

エリア内10スキー場にてアンケート調査に基づいての算出数値。目標設定においては、施設整備、環境整備による現状維持を期する。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●冬期スキー場 総来場者数 (千人)	目標	()	(393)	1,531 (419)	833 (65)	1,038 (207)	1,201 (302)
	実績	1,543 (368)	1,302 (375)	693 (39)	()	()	()
●夏期観光客総 来場者数(千 人)※括弧内は夏 期 外国人宿泊者数 を表記	目標	()	()	2,670 (51)	1,473 (6)	2,161 (26)	2,379 (39)
	実績	2,595 (37)	2,466 (48)	1,489 (0)	()	()	()
●	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
●	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】

冬期スキー場総来場者数及び冬期訪日外国人旅行者数は、エリア内 10 カ所のスキー場を対象にした調査データ。現行の調査機関からスキーシーズン(各年 11 月～翌 5 月)で記載。

夏期観光客総来場者数は、長野県が公表する「観光地利用者統計調査」より引用し、現行調査機期間から各年 6 月～10 月で三市村の数値を合算して記載。

夏期観光客総来場者数の内、訪日外国人旅客数は、宿泊者数にて記載、三市村による調査データを記載。

【設定にあたっての考え方】

●冬期スキー場総来場者数

国内、インバウンド別に過去実績を分析し、白馬バレー全体の宿泊供給や交通整備状況を勘案して設定した。国内は、過去実績の分析と共に国内人口の将来推計値と年代別のスキー参加率を勘案して設定。

●夏期観光客総来場者数

三市村で個別事情を勘案の上、検討したものを合算。各市村でのイベント開催等を考慮した設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(別添) 様式 1

※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
2018(H30) 年度	(円)	(内訳の区分例) ※内訳が明確になるように記入すること。 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等
2019(R1) 年度	32,929,503(円)	1.会費・寄付金 1-1.会費 32,900,000円 2.その他 2-1.その他 29,503円
2020(R2) 年度	81,303,660(円)	1.補助金・助成金 1.1 国補助金・交付金 9,683,000円 1.2 都道府県補助金・交付金・支援金 10,701,141円 3.特定財源 3.1 その他 4,000,000円 4.会費・寄付金 4.1 会費 35,900,000円 5.その他 5.1 その他 21,019,519円
2021(R3) 年度	71,742,300(円)	1.補助金・助成金 1.1 国補助金・交付金 4,460,000円 1.2 都道府県補助金・交付金・支援金 15,960,000円 2.特定財源 2.1 都道府県市町村の負担金 7,268,000円 3.会費・寄付金 3.1 会費 36,200,000円 4.その他 4.1 その他 7,854,300円
2022(R4) 年度	36,200,000(円)	1.会費・寄付金 2.1 会費 36,200,000円
2023(R5) 年度	36,200,000(円)	1.会費・寄付金 1.1 会費 36,200,000円

(2) 支出

(別添) 様式 1

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【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】 等
2019 (R1) 年度	23,176,998 (円)	1.事業費 1.1 ホームページ関係費 7,920 円 1.2 プロモーション関係費 31,933 円 2.一般管理費 2.1 給与・手当 18,453,485 円 2.2 法定福利費 2,528,714 円 2.3 退職金引当金 265,000 円 2.4 事務所関係費 1,135,296 円 2.5 需用費 271,544 円 2.6 会計代行費用 483,106 円
2020 (R2) 年度	73,449,540 (円)	1.事業費 1.1 ホームページ関係費 2,961,180 円 1.2 デザインコード作成事業費 6,096,712 円 1.3 パンフレット作成費 3,435,480 円 1.4BC ルール策定事業費 2,944,390 円 1.5 スノーリゾート整備事業費 15,972,960 円 1.6 クリーン認証制度策定事業費 285,826 円 2. 一般管理費 2.1 給与・手当 23,782,000 円 2.2 法定福利費 3,756,556 円 2.3 退職金引当金 697,000 円 2.4 事務所関係費 1,238,400 円 2.5 需用費 632,463 円 2.6 会計代行費用 541,549 円 3.その他 3.1 法人税 19,200 円 3.2 その他 11,085,824 円
2021 (R3) 年度	71,742,300 (円)	1.事業費 1.1 ホームページ関係費 3,015,840 円 1.2 スノーリゾート整備事業費 8,920,000 円

(別添) 様式 1

		1.3SDGs 事業 2,000,000 円 1.4 デザインコード八景選定事業 1,300,000 円 1.5 免税・QR 決済システム導入事業 3,000,000 円 1.6 夏期アンケート事業 1,500,000 円 1.7 感染症対策事業 1,000,000 円 1.8 関西方面誘客事業 6,000,000 円 1.9 氷河調査事業 6,228,000 円 2. 一般管理費 2.1 給与・手当 27,000,000 円 2.2 法定福利費 4,300,000 円 2.3 退職金引当金 1,700,000 円 2.4 事務所関係費 1,250,000 円 2.5 需用費 720,000 円 2.6 会計代行費用 613,000 円 3. その他 3.1 法人税 30,000 円 3.2 その他 3,165,460 円
2022 (R4) 年度	36,200,000 (円)	1. DMO 人事管理経費 30,200,000 円 2. 情報管理経費 4,000,000 円 3. 事務所費 2,000,000 円
2023 (R5) 年度	36,200,000 (円)	1. DMO 人事管理経費 30,200,000 円 2. 情報管理経費 4,000,000 円 3. 事務所費 2,000,000 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

三市村、索道事業者、観光団体等からの会費収入をベースに、将来的には、HP 整備を通じ、交通、宿泊、飲食、各種アクティビティ、リフト券、レンタル等を一括予約できる仕組みにて、その手数料収入も見込む。

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

長野県、大町市・白馬村・小谷村と、大北地区索道事業者協議会は、平成 31 年 4 月に一般社団法人 HAKUBAVALLEY TOURISM を設立し、地域連携 DMO として登録したいとの意見であり本申請に至った。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携 DMO 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)

(別添) 様式 1

エリアが重複する白馬村観光局（地域DMO）はHVTの社員として参加しており、毎月開催される役員会、集客・接客専門委員会、小委員会にて情報共有、を行っている。事業の役割分担として、三市村連携の際の調整役、広域事業の際の関係省庁との連携を当法人が担っており、白馬村観光局はGo To トラベル等の政府制作における村内事業者の受付、管理、ケア等、また年間を通じリアルイベントの実施を担っている。

長野県観光機構（地域連携DMO）は主に県内広域観光戦略を策定しており、当法人は三市村特化し、策定、実施している。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	藤澤 正広
担当部署名（役職）	一般社団法人 HAKUBAVALLEY TOURISM(事務局長)
郵便番号	399-9301
所在地	長野県北安曇郡白馬村大字北城 6329-1
電話番号（直通）	0261-71-1898
F A X 番号	0261-71-1899
E - m a i l	Masahiro.fulisawa@hakubavalley.com

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	長野県
担当者氏名	井出尚人
担当部署名（役職）	観光部山岳高原観光課(主任)
郵便番号	398-8507
所在地	長野県長野市南長野幅下 692 番地 2
電話番号（直通）	026-235-7247(直通)
F A X 番号	026-235-7257
E - m a i l	Mt-tourism@prefi.nagano.lg.jp

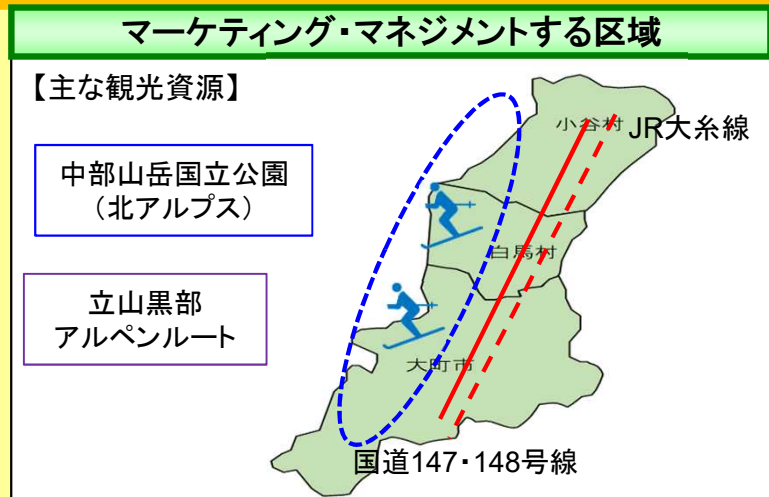
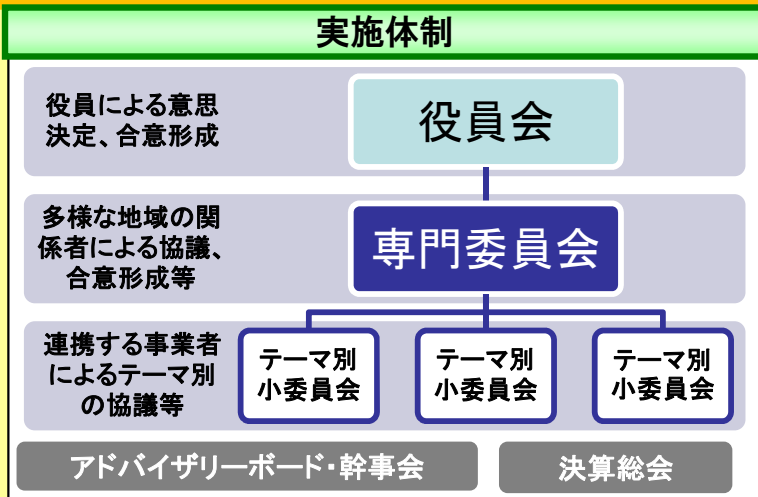
都道府県・市町村名	長野県大町市
担当者氏名	松澤まさみ
担当部署名（役職）	産業観光部観光課(課長)
郵便番号	398-8601
所在地	長野県大町市大町 3887 番地
電話番号（直通）	0261-22-0420(内線 560)
F A X 番号	0261-23-4660
E - m a i l	mm@city.omachi.nagano.jp

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	長野県白馬村
担当者氏名	太田雄介
担当部署名 (役職)	観光課 (課長)
郵便番号	399-9393
所在地	長野県北安曇郡白馬村北城 7025 番地
電話番号 (直通)	0261-85-0722 (直通)
F A X 番号	0261-72-7001
E - m a i l	Kanko@vill.hakuba.lg.jp

都道府県・市町村名	長野県小谷村
担当者氏名	山田 久志
担当部署名 (役職)	観光地域振興課 (課長)
郵便番号	399-9494
所在地	長野県北安曇郡小谷村中小谷丙 131 番地
電話番号 (直通)	0261-82-2585 (直通)
F A X 番号	0261-82-2232
E - m a i l	ya-hi@vill.otari.nagano.jp

【区域】長野県、大田市、白馬村、小谷村
 【設立日】平成31年4月3日
 【登録日】令和1年8月7日
 【代表者】高梨 光
 【マーケティング責任者(CMO)】
 藤澤 正広
 【財務責任者(CFO)】
 藤澤 正広
 【職員数】5人
 (常勤5人(正職員4人、出向等1人)、非常勤0人)
 【連携する主な事業者】
 大田市、白馬村、小谷村、大北地区索道事業者協議会、
 大田市観光協会、(一社)白馬村観光局、
 (一社)小谷村観光連盟



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】②
 【概要】平成31年4月に大田市・白馬村・小谷村、大北地区索道事業者協議会で当法人を設立。その後、三市村の観光組織が加盟。各事業においては、当法人が主体となり集客・接客合同専門委員会、テーマごとの小委員会を設置。行政、関係観光団体、商工会、地域事業者(索道、宿泊、交通)等、域内ステークホルダーを各委員会に招請し、事業を推進している。

法人のこれまでの活動実績

- 【情報発信・プロモーション】
 - ・景観デザインコード 八景選定事業
 - ・SNS運営事業 (統一ホームページ、パンフレット作成も実施)
 - ・営業・出展調整事業
- 【観光資源の磨き上げ】
 - ・エリア内周遊バスの交通サイン等の統一事業
 - ・ワンストップホームページ構築に向けた準備事業
 - ・キャッシュレス環境整備事業
 - ・顧客データの収集・共有・活用事業
 - ・HAKUBAVALLEY クリーン認証制度運用事業
 - ・統一ルール制定事業(10スキー場共通ルール)
- 【受入環境の整備】
 - ・SDGs普及事業
 - ・サイクルトレイルの調査研究事業

戦略

【主なターゲット】
 国内:三大都市圏
 インバウンド:アジア圏、豪州、北米、欧州

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 国内:ウェブショップ購入者データ、アンケート調査などから得られるマーケティング情報を分析、主にデジタル施策を中心にターゲットング広告を行う。

インバウンド:JNTO、長野県観光機構と連携し、各地域の市場、顧客、デジタル環境の特性を把握しつつ、主に富裕層、スキー愛好者層、アドベンチャーツーリズム層をターゲットに誘致施策を実行する。また、アンケート調査から得られた情報を基に、既存コンテンツの磨き上げ、新規の体験型商品の造成を行う。

観光関連事業者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

地域内の主要な観光関連事業者の集合体である観光三団体と索道事業者、行政三団体がDMOの構成員になっており、その構成員で月一回定期的にDMO役員会を開催し協議の上、戦略を共有。プロモーションも相互に協調しながら実施し、重複を避け、効率的に実施。

KPI(実績・目標) ※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018(H30)年度	2019(R1)年度	2020(R2)年度	2021(R3)年度	2022(R4)年度	2023(R5)年度
旅行消費額(百万円)	目標	()	()	()	17,802	26,122	28,761
	実績	29,845	29,813	18,146	()	()	()
延べ宿泊者数(千人)	目標	()	()	()	1,763	2,591	2,834
	実績	2,909	2,928	1,917	()	()	()
来訪者満足度(%)	目標	()	()	84	84	85	85
	実績	82	80.4	(89)	(89)	(89)	(89)
リピーター率(%)	目標	()	()	70	70	70	70
	実績	70.5	72.7	(38)	(38)	(39)	(39)

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】会費収入(三市村、三観光団体、索道協議会) 約71.7百万円
 ※令和3年計画
 【総支出】71.7百万円 ※令和3年計画
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 会費収入をベースに、予約システムの構築による手数料収入を目指す。

スライド 1

陽平1 当該項目における訪日外国人旅行者の値については、連携する三市村が調査実施しておらず、従って当法人でもKPI設定をしておりません。ついては誠に恐れ入りますが空欄で提出させていただきます。

陽平, 2021/05/20

陽平2 当該項目における訪日外国人旅行者の値については、連携する三市村が調査実施しておらず、従って当法人でもKPI設定をしておりません。ついては誠に恐れ入りますが空欄で提出させていただきます。

陽平, 2021/05/20