# 観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年８月 22 日

## １．観光地域づくり法人の組織

| | | |
|---|---|---|
| 申請区分<br>※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）倶知安観光協会 | |
| 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<br>北海道　虻田郡　倶知安町 | |
| 所在地 | 北海道虻田郡倶知安町字樺山 41-5 | |
| 設立時期 | 昭和２４年６月２２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 | １０人【常勤７人（正職員５人・出向等２人）、非常勤３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） | （氏名）<br>二川原　康平<br>（出身組織名）<br>（有）グラン・パパ<br><br>※代表理事 | 本年度、（一社）倶知安観光協会 代表理事に就任、同協会において地域出身の若手リーダーとして地域観光振興のけん引役を担い、地域観光事業者と行政や地域のキーパーソンとのパイプ約としても信頼を得ている。長年地域で観光業に携わり、エリア基幹ｺﾝﾃﾝﾂであるスキーに造詣が深く、業界および地域経済の動向に精通している。 |
| 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 | （氏名）<br>鈴木　紀彦<br>「専従」<br><br>※事務局長 | 2021 年 6 月より現職（事務局長）<br>（株）JTB にて市場開発、新規事業及びマーケティング業務に従事、2012 年から 2021 年まで在外支店（ハワイ州）でデスティネーションマネージメント事業、Honolulu Festival 財団でハワイ州観光局とのイベント連携、MICE などの事業に従事。<br>2006 年から 2 年間白老町観光戦略室長として観光政策立案、国立博物館誘致にも関わる。 |
| 財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） | （氏名）<br>佐藤　文雄<br>「出向」<br>出向元：<br>東急リゾーツ＆ステイ㈱ | 当地の観光基幹ｺﾝﾃﾝﾂであるスキー複合リゾートを経営する東急リゾーツ＆ステイ㈱に 30 年以上勤務。<br>2020 年からは現地最高責任者として事業所経営にあたる。2023 年同社定年再雇用、2024 年より当協会に出向。町への補助金請求、長年培った地域とのつな |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| | ※シニアマネージャー | がりを生かし、事業の推進および各事業部会全体の進行を管理。 |
| 企画・制作等事業の全体進行 | （氏名）<br>温井麻美<br>「専従」<br><br>※アシスタントマネージャー | 伊達市の福祉協議会において地元企業～農家～市民の連携による連携事業に係るなどの経験を活かし、域内の連携による観光事業の活性化に取り組む。また、企画・制作デザイン等にも能力を発揮しオールラウンドに協会の運営全般にかかわっている。 |
| MICE<br>着地型連携<br>住民理解 | （氏名）<br>三石真由<br>「専従」 | 都立大学観光学科卒業後、コンサルタント会社の地域活性化推進部観光チームを経て当地観光の活性化を目指し倶知安町地域おこし協力隊に応募、その後当協会に配属。前職のマーケティングや伴走支援の経験を現場での実践に生かすべく、当協会各事業に取り組む。 |
| プロモーション | （氏名）<br>西　真佑花<br>「専従」 | 大手コーヒーショップや民泊事業、小売業などでプロモーションを経験。現在は、これまでの経験を活かし、HP や SNS のプロモーションに取り組む。 |
| 二次交通<br>サマーコンテンツ | （氏名）<br>大平　知佳<br>「専従」 | ニセコエリアの不動産管理会社にて培った語学力を生かし、幅広い観光事業を担当。 |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 | 倶知安町総合政策課（総合計画、宿泊税、サイクルツーリズム）<br>倶知安町観光商工課（観光地域づくり）<br>倶知安町まちづくり新幹線課（社会資本整備、都市計画・準都市計画、景観まちづくり） | |
| 連携する事業者名及び役割 | （一社）ニセコプロモーションボード（地域連携 DMO、ニセコエリア PR）<br>倶知安商工会議所（商業振興）<br>東急リゾーツ＆ステイ㈱（スキー場・リゾート運営）<br>日本ハーモニーリゾート㈱（スキー場・リゾート運営）<br>㈱ＨＴＭ（宿泊・交通事業等）<br>ＪＲ北海道（株）倶知安駅（交通事業）<br>道南バス（株）倶知安営業所（交通事業）<br>ようてい農業協同組合倶知安支所（農業振興）<br>（一社）ニセコひらふエリアマネジメント（地域調整）<br>ＹＮＣＡサイクルツーリズム　ロードバイク）<br>ＮＡＭＢＡ（サイクルツーリズム　マウンテンバイク）　　ほか | |
| 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】①、②、④<br>（概要）令和２年３月に行政と DMO・地域団体が協働で合意形成を図りながら、倶知安町の観光の方向性と取組内容を示した『倶知安町観光地マスタープラン』に基づいて行っている。なお、マスタープランについては年に３回程度開催する「観光地経営会議」において、域内の観光（リゾート運営、宿泊、アクティビティ、飲食等）、商工、農業、交通、地域団体と行政も参画してローリングと改定議論を行っている。また、地域の情報共有や重要な事業調整を行う観光協会の理事会（年５～６回）や日常的に事業調整を行う業務執行理事会（概ね毎月）には、上述の事業者・団体が参画してきめ細かな連携を図っている（①②④）。 | |

様式１

<table>
<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>・協会の活動報告として広報誌を町の広報配布に同送。<br>・住民参加型のイベントの開催<br>・地域イベントでのブース出展<br>・平成 29 年度より継続して、野外ガイド育成事業を継続的に実施。<br>・「住民理解なくして観光振興なし」の考えから様々な事業、イベントなどに「住民割引」を設けるなど参画機会の創出など工夫している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【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>・令和５年<br>具体的事業内容<br>協会広報誌の発信　　年１回　６月発信<br>SNS（Instagram、Facebook、Twitter、LINE）の活用<br>→ﾜｰｹｰｼｮﾝ事業の展開<br>プレスリリースの発信　年間で 10 本以上<br>会員企業（約 350 社）に対しての KTA NEWS の配信<br>スキーの町 50 周年記念誌発行<br>ｳｪﾙｶﾑｾﾝﾀｰにﾃﾞｼﾞﾀﾙｻｲﾈｰｼﾞ新規設置</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・令和３年度より継続してウィンターシーズンにニセコエリアの中心であるニセコひらふ地区の２次交通としてひらふ無料循環バスを運行<br>・観光 DX 推進による着地情報の受入環境整備<br>ニセコデジタルマップ（多言語対応）<br>冬季バスロケーション情報の強化<br>「旅先納税」の活用促進（加盟店への消費誘導）<br>（参考）<br>令和 5 年度旅先納税事業<br>具体事業内容<br>旅先納税事業「KU-KURU」の展開<br>納税額累計２億 2,000 万円（全国１位）<br>・夏季スカイバスニセコ継続運行<br>・GO タクシー　ニセコモデル導入（期間・利用地域の限定）</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>具体事業内容　マスタープランローリング<br>ﾏｽﾀｰﾌﾟﾗﾝに沿った DMO イニシアチブ部会主体の事業促進<br>・滞在目的となり得るライフスタイル提案<br>・心地よさと賑わいをもたらす空間デザイン<br>① 開発コントロール　→　町の都市計画変更<br>② 景観形成　→　町の都市計画変更<br>③ シンボルゲートの整備　→　エリマネとの連携<br>④ 域内交通の整備　→　無料シャトル運行支援<br>・来訪者の滞在を演出するサービス蓄積<br>① スキー場・宿泊施設以外の施設・サービス<br>② ネットワークサービスの整備<br>・持続性を担保する取組</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

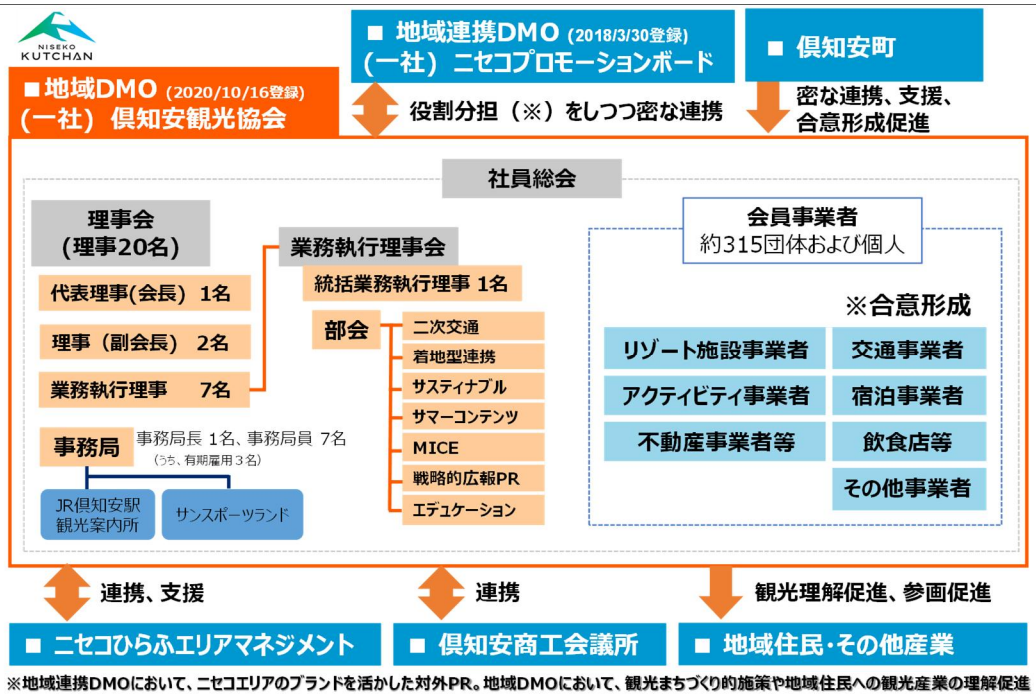
| | | |
|---|---|---|
| | | ① 財務<br>② 各団体の強化<br>③ 平準化<br>④ ブランディング<br>⑤ スマートリゾート<br>・住民の QOL を高める環境<br>① 観光経済の正しい理解<br>② 住民向け政索（住民理解）<br>③ 住宅・人材施策<br>■KTA７部会の再編と事業概要<br>① 二次交通<br>② 着地型連携<br>③ サスティナブル<br>④ サマーコンテンツ<br>⑤ MICE<br>⑥ 戦略的広報プロモーション<br>合宿・教育旅行 |

**【定量的な評価】**

① 消費額調査 ┐ （夏季）ニセコ観光圏訪問者満足ｱﾝｹｰﾄ
② 満足度調査 ┘ （冬季）倶知安観光協会来場者満足ｱﾝｹｰﾄ
③ 来訪歴調査　延べ宿泊数・日帰り→倶知安町宿泊統計
④ バス昇降数　スカイバス停留所乗車数の把握

| | |
|---|---|
| 実施体制<br>※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】**<br>地域の代表的な観光資源であるリゾート施設を運営する事業者、宿泊事業者、アクティビティ事業者、交通事業者、飲食事業者、農業関係団体、不動産など地域の多様な関係者による、総会、理事会、事務局、各部会（二次交通部会、着地型連携部会、サスティナブル部会、サマーコンテンツ部会、ＭＩＣＥ部会、戦略的広報ＰＲ部会、合宿教育旅行部会）から構成される当観光協会は、その組織構成により各種活動において、地域の様々な意見を反映して運営されている。<br><br>**【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

**【区域設定の考え方】**
倶知安町の観光の中心はスキー場のあるリゾートエリアであり国際的スキーリゾートとしてのブランド認知度が高い。それ以外においても町内には羊蹄山やアクティビティ事業が盛んな尻別川、じゃがいも畑などの農業景観といった各種観光資源が点在する。また、リゾート事業者のみならずそれを下支えする、建設、建物管理・清掃といった観光を裏から支える事業者が倶知安町市街地にかけて存在する。これにより、観光関連産業に従事する従業員も市街地に居住する人々が増え、リゾートエリアのみでは観光まちづくりは完結しない。そのため、倶知安町全域を設定区域とするのが適切である。国内外からの移住者による地域特有の異文化、食文化、など国際性・地域性に富んだ文化が味わえる。

**【観光客の実態等】**　（令和６年４月～令和７年３月）※倶知安町観光客入込状況　2025.06 版より
- 観光客入込数　1569.5 千人　※対前年 120.3%
- 日帰り利用者　1279.9 千人　※対前年 127.3%
- 延べ宿泊人数　884.1 千人　※対前年 101.7%

倶知安町の観光ピークシーズンである冬季は、延べ宿泊数の約８割が外国人観光客と国際的なリゾートになっている。また、年間の宿泊客延べ数の約 75%は冬季に集中し、グリーン季は約 25%、春・秋が最閑散期と一年の中での繁閑差が非常に激しく、これを解決した通年型リゾートの形成を目指している。

**【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】**
（観光施設）
・ニセコ東急　グラン・ヒラフ
・NISEKO HANAZONO リゾート

（自然資源）
- ニセコ三山（羊蹄山、ニセコ連峰、昆布岳）に囲まれた丘陵盆地
- 「羊蹄山」、「鏡沼」「イワオヌプリの紅葉」などの自然
- 夏は登山、ウォーキング、サイクリング、ラフティング
- 農業景観（じゃがいも畑）
- 冬は、スキー、スノーボード。
  世界に誇る「Japaw」と言われる浮遊感のある天然雪（海外ｽｷｰﾘｿﾞｰﾄは人工雪が多い）

（人文資源）
- 世界的なスキーリゾートで、雑誌・ビデオ等で活躍する滑り手や写真家が多数在住・来訪。
- バックカントリースキー安全への先進的な取組み「ニセコルール」とそれを支持するスキー場と滑り手双方での遵守意識の共有
- 倶知安赤坂奴（奴踊り） - 倶知安町赤坂奴保存会
- 羊蹄太鼓 - 羊蹄太鼓保存会 鼓流
- 金毘羅祭り：北海道で一番遅い時期のお祭りとして古くから親しまれている
- 芝桜園（個人の無償開放施設）
- 町営施設：風土館（郷土博物館）、小川原脩記念館（絵画）、百年の森（自然公園）

（登録文化財）
- 大仏寺本堂の天井画（倶知安町指定有形文化財）
- イワオヌプリ硫黄鉱山（経済産業省近代化産業遺産）

**【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**

・施設数（室数）　約 600 施設

・ベット数　約 17,000 ベッド

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

・主要施設からのアクセス

| 種別 | 経路 | 所要時間 |
|---|---|---|
| 鉄道 | 【JR】札幌～小樽～余市～倶知安 | 約２時間３０分 |
| | 【JR】新千歳空港～（札幌・小樽経由）～倶知安 | 約３時間 |
| バス | 【都市間高速バス】札幌～小樽～倶知安 | 約２時間３０分 |
| | 【ｽｷｰﾊﾞｽ※冬季のみ】新千歳空港～ニセコひらふ | 約３時間 |
| 自家用車 | 【高速・国道経由】札幌～倶知安 | 約１時間５０分 |
| | 【国道経由】新千歳空港～倶知安 | 約２時間 |

・域内交通

ニセコユナイテッドシャトル（冬季のみ）
HANAZONO シャトル（冬季のみ）
ひらふ無料循環バス（冬季のみ）
スカイバス・くっちゃんナイト号（夏・冬）
じゃがりん号
路線バス
タクシー

**【外国人観光客への対応】**

| 内容 | 該当場所 |
|---|---|
| インフォメーションサービス | JR倶知安駅・ひらふウエルカムセンター |
| 有人によるインフォメーションサービス | ホームページ、SNSによる情報発信） |
| 案内サインの多言語化 | 町内街頭及び各観光施設（宿泊・スキー場）等 |
| 各事業者の外国人スタッフの受入れ（言葉の壁の解消） | 各観光施設（宿泊・スキー場）等 |
| 多言語音声案内システムの導入 | 各観光施設（宿泊・スキー場）等 |

## 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。 | 倶知安観光協会来訪者満足度アンケートから算出される消費額。 |
| 延べ宿泊者数 | 宿泊者数の推移を把握するため。 | 倶知安町宿泊統計(宿泊税徴収時の報告に基づく実測値)。 |
| 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。 | 倶知安観光協会来訪者満足度アンケート |
| 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。 | 倶知安観光協会来訪者満足度アンケート |
| ＷＥＢサイトのアクセス状況 | － | － |

| | | |
|---|---|---|
| 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。 | アンケート調査を自主事業として実施。 |
| 外国人宿泊延数 | 宿泊実績の検証、出身国・地域の検証、平均宿泊日数の検証 | 倶知安町実施の調査からデータ収集（訪日外国人宿泊客数調査による。毎年度上半期・下半期に調査）。 |
| 外国人平均宿泊日数 | ニセコエリアにおける外国人の消費動向に密接にかかわるデータのため | 倶知安町実施の調査からデータ収集（訪日外国人宿泊客数調査による。毎年度上半期・下半期に調査）。 |
| 経済波及効果 | すそ野の広い観光関連産業がエリアとして稼いでいくための戦略的データ | 「観光経済波及効果簡易推計システム（経産省:2015）」にて算定 |
| 区域内建築確認申請数 | 区域における開発状況検証 | 倶知安町実施の調査からデータ収集（倶知安町まちづくり新幹線課集計の町内建築確認申請数による。毎月集計）。 |

## ４．戦略

### （１）地域における観光を取り巻く背景

〇土地利用・建築等に関するルール策定

ニセコひらふ・花園地区を擁する倶知安町では、観光客の増加とともにコンドミニアム等の開発が進んでいるが、近年は持続可能な観光を考える上でブランド価値を損なわずに資産価値を向上する開発誘導が必要となっている。開発誘導については、DMO のみで達成できる課題ではない為、行政や地域団体と連携して次の事業を進めていく。

・準都市計画区域・景観地区・特定用途制限地域（令和 5 年度変更）の運用協力
・景観計画に基づき良質な空間デザインを担保するガイドラインや屋外広告物のルール検討
・景観計画（令和４年度に策定）の運用協力　令和 7 年度も継続
・開発・デザイン等の「協議の仕組み」の運用協力　令和 7 年度も継続

〇公共空間の整備

倶知安町のリゾートエリアでは、民間の施設は毎年度更新されていく状況であるが、公共空間や広場空間の整備がこれに追い付いていない状況である。特に、ニセコひらふ地区のリゾートエリアの中心にあるひらふスキー場第 1 駐車場やサン・スポーツランドといった公共空間について、行政と DMO の連携の元、整備を進めていく。

・ひらふスキー場駐車場再整備（シンボル空間）　令和 2 年度～令和 9 年度
・サン・スポーツランド整備　～令和 10 年度

〇域内交通の整備

倶知安町のリゾートエリアは、国内他観光地同様に二次交通の不便さを抱えているとともに、リゾートエリアに流入する車両の増加が、ピークシーズンには交通障害を引き起こす状況にある。このため、交通障害を解決しつつ 2 次交通の円滑な整備を目指し、令和 12 年度以降に予定されている北海道新幹線札幌延伸を見据えた交通対策を行政とともに進めていく。

・従業員バスの運行、宿泊送迎シャトルの共有化によるリゾートエリア内交通整備
令和 2 年度～令和 9 年度まで順次
・リゾートエリアと交通結節点を繋ぐ AI バスなど、スマートリゾート化とともに発展する交通体系の整備　～令和 12 年度

| |
|---|
| ・渋滞路線の線形変更および信号運用など地元と所管官庁への意見具申の場を設定　～令和８年度<br>・トレイルネットワークの構築　令和２年度～令和９年度 |

## （２）地域の強みと弱み

| | 好影響 | 悪影響 |
|---|---|---|
| 内部環境 | 強み（Strengths）<br><br>・世界的ｽｷｰﾘｿﾞｰﾄ「ニセコ」としての魅力<br>・他国籍で様々なバックグラウンドを持つ人が作る文化的多様性<br>・ブランド力の向上 | 弱み（Weaknesses）<br><br>・高騰する料金と提供サービスの乖離<br>・夏季と冬季の繁閑差が激しく、雇用体系が不安定<br>・物価・地価高騰による労働力確保への影響 |
| 外部環境 | 機会（Opportunity）<br><br>・北海道新幹線の札幌駅延伸（倶知安駅新設）後志道の開通<br>・円安傾向の継続によるｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞの来場意欲上昇 | 脅威（Threat）<br><br>・新幹線延伸の遅延 → 将来的なスキー場キャパシティ超え対策としての滞在時観光先への動線確保遅延<br>・国内客離れ |

※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

〇第１ターゲット層
　オーストラリア・アメリカを中心としたスキーを滑る層（30 代から 50 代）

〇選定の理由
　パウダースノーをきっかけとした今日のインバウンド増のきっかけとなったのが、オーストラリア人観光客による口コミでのエリアプロモーションであり、ニセコひらふ地区のコンドミニアム群の開発とビジネスモデル導入にも密接な関わりがある。倶知安町における令和５年度の外国人延宿泊数は全体宿泊者数の約６６％を占め、国別利用者実績ではオーストラリアからの利用者が１位である。バカンス利用にて長期滞在する傾向が高く、アクティブなライフスタイルを売りにするニセコひらふ・花園エリアの観光には欠かせない存在となっている。

〇取組方針
　パウダースノーというキラーコンテンツを継続的にアピールするとともに、アプレスキーの受け皿を整備することで、３世代観光などにも対応し、地域への継続的な良客として将来的な関係も視野に入れた取組を行う。また、他の国からの来訪者に比べて滞在日数が長いことで一人当たりの消費も大きくなるため、楽しんで地域にお金を落としてもらえるように取り組んでいく。

〇第２ターゲット層
　香港・シンガポール・マレーシア等を中心としたアジア圏観光客

〇選定の理由
　ニセコひらふ地区に所在するコンドミニアムを複数所有している富裕層が多く、地区全体の消費単価向上に寄与している。

〇取組方針
　引き続き来訪者数の増加が見込める客層であり、市場規模が大きい客層でもある。現在は、ウィンタースポーツ初心者が多いが、リピーターも多いので、ウィンタースポーツのスキルが上達し、楽し

| |
|---|
| めるアクティビティの幅が広がるように取り組んでいく。また、２０代～３０代のいわゆるデジタルネイティブが来訪の中心となりつつあり、観光に関する欲求も単純な体験価値のみならずテクノロジーも用いた自己実現まで昇華していくことも予想され、エリアとしてもデジタル技術の観光への適用が求められる。各国との気温差を鑑みると避暑需要も見込めるため、夏季の豊富なアクティビティによるリゾートのライフスタイルを提案していく。道が積極的に観光プロモーションを行っており、行政機関（道振興局・倶知安町）を巻き込み、協業で集客活動を行う。 |
| ○第３ターゲット層<br>日本人（首都圏・関西圏・中京圏・道内）の観光客 |
| ○選定の理由<br>海外利用客の来場のイメージが強いが夏季期間は国内旅行者に支えられている。国内客は冬のウィンタースポーツに限らず、夏のアクティビティや温泉、自然散策など季節的スポットへの来場が期待出来る。<br><br>○取組方針<br>国内客は倶知安町の観光の下支えをする存在であり、夏は交通事情も良好であることから新千歳空港からのアクセスが容易なため、首都圏をはじめとした夏の避暑地（ロングステイ）への需要の訴求をする。二次交通の向上、イベントなどの情報発信をしながら地域全体の魅力つくりに寄与する。 |

## （４）観光地域づくりのコンセプト

| | |
|---|---|
| ①コンセプト | 世界的山岳リゾート。 |
| ②コンセプトの考え方 | ウィンターリゾートとして世界レベルのブランドが確立しており、競合ベンチマークは北米など海外リゾートがあげられる。海外リゾートはオールシーズン型に変化を遂げたリゾートが多いが、当地はいまだ冬季に集客が偏重している。夏季の需要に向けコンテンツを構築する必要性があり、その為には町全体で観光に取り組み、利益を分配することで町全体が活性化するよう進めて行く必要がある。 |

## 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<br>※頻度が分かるよう記入すること。 | ・観光地経営会議<br>参加者：商工会議所・エリアマネジメント・行政・観光事業者など |
| | ・観光地経営会議　年 3 回開催<br>各関係団体（官民）が参加し、地区の戦略的観光会議として開催されている。そのほか、関係機関と地元団体と連携を図りながら事業の推進を図る。 |

様式１

| | |
|---|---|
| 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 | ・ロングステイ観光客を対象にワーケーション施設が充実しつつあるので、サマーカレッジなどを開催し、満足度向上を目指している。<br><br>・エリアガイド育成・質向上を継続的目指している（野外災害救急の講習受講補助やガイド用資料やコース開発を毎年度実施。） |
| 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 | ニセコエリアの情報発信・プロモーションについては、地域連携 DMO である（一社）ニセコプロモーションボードがメインで行っている。（一社）倶知安観光協会では、域内に入ってきた観光客に対し、観光案内所や SNS などを通して地域 DMO として即応型の細やかな情報提供を行う。これにより、対外発信を地域連携 DMO が、着地における情報提供を地域 DMO が受継ぐという形で、地域連携 DMO との協力を行うとともに役割分担を明確化する。 |

※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 | | 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（百万円） | 目標 | － | － | － | － | － | － |
| | | － | － | (－) | (－) | (－) | (－) |
| | 実績 | 51,940 | 76,921 | 80,502 | | | |
| | | (　) | (　) | (　) | | | |
| ●延べ宿泊者数（千人） | 目標 | 1,376 | 1,401 | 1,426 | － | － | 1,170 |
| | | (537) | (555) | (573) | (－) | (－) | (　) |
| | 実績 | 676 | 869 | 884 | | | |
| | | (385) | (573) | (634) | | | |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | 90% | 90% | 90% | － | － | 85% |
| | | (90%) | (90%) | (90%) | (－) | (－) | (85%) |
| | 実績 | 89.1% | 87.6% | 83.2% | | | |
| | | (　) | (　) | (　) | | | |
| ●リピーター率（%） | 目標 | 60.0% | 60.0% | 80.0% | － | － | 60% |
| | | (50%) | (50%) | (50%) | (－) | (－) | (60%) |
| | 実績 | 82.0% | 79.8% | 85.9% | | | |
| | | (　) | (　) | (　) | | | |

※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】**
ＫＰＩについては、倶知安町から提供される各宿泊施設からの利用者データと協会内で実施しているアンケート調査をもとに実態を分析し、状況の把握と目標指数の策定を行う。
なお、目標値は「観光マスタープラン改訂版（2025 年 7 月)」において定めたもの。

**【設定にあたっての考え方】**
●旅行消費額
※今年度より必須 KPI の数値が変更となったため、2025 年度以降の目標値は試算中。
ハイシーズン（12-3 月）に比べて単価の低いポテンシャルシーズン（4-11 月）来訪者の増加により、年平均値はやや低下すると想定。

●延べ宿泊者数
ハイシーズン（12-3 月）は 2023 年延べ宿泊者数実績を維持。ポテンシャルシーズン（4-11 月）の需要底上げを想定し、年間延べ宿泊者数としては 2027 年度までの継続的な増加を想定。

●来訪者満足度
来場者アンケートにおいて、毎年８５%以上の利用満足度を目指す。

●リピーター率
夏季の初来訪客の増加により、通期のリピーター率はやや低下すると想定。

## （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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●経済波及効果（億円） | 目標 | 1,476 | 1,350 | 1,000 | | | 1,240 |
| | | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | 621 | 927 | 990 | | | |
| | | （ ） | （ ） | （ ） | | | |
| ●繁閑差率 | 目標 | 0.42 | 0.44 | 0.46 | | | 0.51 |
| | | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | 0.41 | 0.34 | 0.28 | | | |
| | | （ ） | （ ） | （ ） | | | |
| ●来訪国数 | 目標 | 48 | 65 | 70 | | | 80 |
| | | (48) | (65) | (70) | （ ） | （ ） | （ ） |
| | 実績 | 61 | 68 | 112 | | | |
| | | (61) | (68) | (112) | | | |
| | 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】**
※いずれの指標も目標値は「観光マスタープラン改訂版（2025 年 7 月）」において定めたもの。

●繁閑差率
ウィンターシーズンとグリーンシーズンの繁閑差が、雇用やホスピタリティへの影響が大きいため、当該エリアでは大きな課題となっている。各種施策で閑散期の入込の底上げを図り、通年型リゾートとして繁閑差縮小を最重要課題ととらえ、この数値を継続的に調査する。
尚、数値はグリーン期（5-10 月）延べ宿泊数/ウィンター期（11-4 月）延べ宿泊数とし、数値が 1.0 に近づくほど繁閑差は改善される見込み。

●経済波及効果
リゾートエリアとそれをバックアップするダウンタウンエリアの経済的な循環が、倶知安町エリア全域での観光への取り組みの一つの指標となる。また、観光産業の地域理解促進のためにも、この数値を調査するもの。

●来訪国数

国際的な山岳リゾートを目指すうえで、来訪する外国人観光客の出身国については特定の国に偏るのではなく多方面にわたることが、各国の経済的リスクや偏りのないブランディングの面では望ましいため、推移を調べるもの。

**【設定にあたっての考え方】**

●繁閑差率
夏季期間に MICE 事業など積極的な誘致を行い繁閑差の段階的な改善を目指す。
（繁閑差率に加え、通年雇用者の割合を観光事業者へのアンケートから取得することを検）

●経済波及効果
倶知安町内（スキーリゾート⇔駅前商業施設）への経済波及効果の拡大を目指す。
目標値は、以下の計算式にて算定。
「2019 年経済効果＋（宿泊者数増加分（全てグリーンシーズンと見なす）×グリーンシーズンの消費単価 5.5 万円）×波及効果乗数 1.2)」

●来訪国数
主となる欧米、香港などをまずは増強を目指すことと、近年増えつつあるが絶対数では開拓の予知が大きいヨーロッパなどへ WEB 等を通じた PR で来訪国数の増加を目指す。

## 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 | 130,787,249（円） | 受取会費・入会金 | 4,336,750 円 |
| | | 事業収益 | 3,833,786 円 |
| | | 倶知安町補助金 | 82,661,000 円 |
| | | 北海道観光機構補助金 | 14,000,000 円 |
| | | 北海道 | 800,000 円 |
| | | 観光庁 | 7,300,000 円 |
| | | 負担金収入 | 16,492,000 円 |
| | | 雑収益 | 1,363,713 円 |
| 2023（Ｒ５）年度 | 197,037,584（円） | 受取会費・入会金 | 4,798,500 円 |
| | | 事業収益 | 15,555,070 円 |
| | | 倶知安町補助金 | 130,995,000 円 |
| | | 北海道観光機構補助金 | 10,000,000 円 |
| | | 北海道 | 700,000 円 |
| | | 観光庁 | 13,222,534 円 |
| | | 負担金収入 | 18,154,500 円 |
| | | 雑収益 | 3,611,980 円 |

様式１

| | | |
|---|---|---|
| 2024（Ｒ６）<br>年度 | **371,541,396（円）** | 受取会費・入会金　5,189,750 円<br>事業収益　11,091,956 円<br>倶知安町補助金　216,139,000 円<br>北海道観光機構補助金　8,000,000 円<br>北海道　0 円<br>観光庁　52,696,314 円<br>国交省　54,114,146 円<br>負担金収入　20,367,000 円<br>受け取り寄付金　30,000 円<br>雑収益　3,913,230 円 |
| 2025（Ｒ７）<br>年度（予算） | **299,298,400（円）** | 受取会費・入会金　0 円<br>受け取り補助金等　4,800,000 円<br>事業収入　11,455,400 円<br>外部負担金・事業協賛金収入　15,000,000 円<br>負担金収入　500,000 円<br>雑収入　650,000 円<br>防犯ライブカメラ補助金　750,000 円<br>ひらふ駐車場除雪補助　12,075,000 円 |
| 2026（Ｒ８）<br>年度（目標） | **257,000,000（円）** | 受取会費・入会金　4,000,000 円<br>事業収益　9,500,000 円<br>倶知安町補助金　210,000,000 円<br>北海道観光機構補助金　10,000,000 円<br>北海道　9,700,000 円<br>観光庁　10,000,000 円<br>負担金収入　500,000 円<br>雑収益　1,300,000 円<br>その他　2,000,000 円 |
| 2027（Ｒ９）<br>年度（目標） | **257,000,000（円）** | 受取会費・入会金　4,000,000 円<br>事業収益　9,500,000 円<br>倶知安町補助金　210,000,000 円<br>北海道観光機構補助金　10,000,000 円<br>北海道　9,700,000 円<br>観光庁　10,000,000 円<br>負担金収入　500,000 円<br>雑収益　1,300,000 円<br>その他　2,000,000 円 |

様式１

**（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 | 130,023,472（円） | 【一般管理費】 48,590,292 円<br>【サマーコンテンツ】 6,014,972 円<br>【サスティナブル】 5,034,783 円<br>【合宿教育旅行】 969,224 円<br>【着地型連携】 35,067,424 円<br>【コロナ対策】 2,828,766 円<br>【MICE】 10,756,011 円<br>【除雪】 10,981,620 円<br>【その他】 3,263,423 円 |
| 2023（Ｒ５）年度 | 193,766,032（円） | 【一般管理費】 74,474,704 円<br>【サマーコンテンツ】 2,228,335 円<br>【サスティナブル】 3,497,286 円<br>【合宿教育旅行】 622,512 円<br>【着地型連携】 2,200,000 円<br>【コロナ対策】 3,691,104 円<br>【MICE】 28,236,969 円<br>【除雪】 11,213,061 円<br>【その他】 67,602,061 円 |
| 2024（Ｒ６）年度 | 361,009,081（円） | 【一般管理費】 81,907,260 円<br>【サマーコンテンツ】 9,491,462 円<br>【サスティナブル】 5,489,612 円<br>【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ】 4,050,520 円<br>【エデュケーション】 1,531,386 円<br>【着地型連携】 4,540,831 円<br>【二次交通】 0 円<br>【MICE】 57,692,072 円<br>【除雪】 12,025,708 円<br>【DX 事業】 45,877,328 円<br>【その他】 138,402,902 円 |
| 2025（Ｒ７）年度（予算） | 299,298,400（円） | 【一般管理費】 91,993,400 円<br>【サマーコンテンツ】 15,000,000 円<br>【サスティナブル】 5,000,000 円<br>【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ】 2,500,000 円<br>【エデュケーション】 2,000,000 円<br>【着地型連携】 10,000,000 円<br>【二次交通】 149,400,000 円 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 【MICE】 | 10,000,000 円 |
| | | 【除雪】 | 12,075,000 円 |
| | | 【その他】 | 1,330,000 円 |
| 2026（Ｒ８）<br>年度（目標） | 257,000,000（円） | 【一般管理費】 | 87,000,000 円 |
| | | 【サマーコンテンツ】 | 5,650,000 円 |
| | | 【サスティナブル】 | 5,650,000 円 |
| | | 【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ】 | 3,030,000 円 |
| | | 【エデュケーション】 | 1,980,000 円 |
| | | 【着地型連携】 | 5,650,000 円 |
| | | 【二次交通】 | 68,650,000 円 |
| | | 【MICE】 | 8,280,000 円 |
| | | 【除雪】 | 13,080,000 円 |
| | | 【DX 事業】 | 26,830,000 円 |
| | | 【その他】 | 31,200,000 円 |
| 2027（Ｒ９）<br>年度（目標） | 257,000,000（円） | 【一般管理費】 | 87,000,000 円 |
| | | 【サマーコンテンツ】 | 5,650,000 円 |
| | | 【サスティナブル】 | 5,650,000 円 |
| | | 【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ】 | 3,030,000 円 |
| | | 【エデュケーション】 | 1,980,000 円 |
| | | 【着地型連携】 | 5,650,000 円 |
| | | 【二次交通】 | 68,650,000 円 |
| | | 【MICE】 | 8,280,000 円 |
| | | 【除雪】 | 13,080,000 円 |
| | | 【DX 事業】 | 26,830,000 円 |
| | | 【その他】 | 31,200,000 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

倶知安町からの補助金（宿泊税原資）、会費収入及びその他収入（自主財源）を財源としている。なお、倶知安町は令和元年度より宿泊税を徴収しており、財源の大半は宿泊税を原資としている。
また 、近年はふるさと納税のスキームを活用した『旅先納税』を倶知安観光協会が導入し、これにより観光客から倶知安町への寄付も定着しつつありこれも DMO 支援の財源の一つとなっている。[令和 6 年度：7,200 万円]
その他、財源として受け入れ視察の有料化（ゲストスピーカープログラム）[令和 6 年度：69 万円]や DX 事業としてデジタルサイネージの広告収入も見込む。[令和 6 年度：194 万円]

## 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

倶知安町は、（一社）倶知安観光協会を倶知安町における地域ＤＭＯとして継続的に登録したいので、（一社）倶知安観光協会とともに形成・確立計画を更新します。

## 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）

**【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】**

エリアが重複する地域連携 DMO（(一社）ニセコプロモーションボード：蘭越町・ニセコ町・倶知安町）とは、同じ建物内に事務局が存在するため、各取組の意見交換を行っているほか、それぞれの強みを活かしながら協力した事業も行っている。

**【区域が重複する背景】**

ニセコエリア全域（蘭越町・ニセコ町・倶知安町）を地域連携 DMO が対象として取組んでおり、そのうち課題先進地であり観光地域づくりの先進的取り組みが必要な倶知安町を地域 DMO が対象としている。

**【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】**

地域連携 DMO が「ニセコエリア全体」を対象とすることで効果を発揮する事業（対外プロモーション、ブランディング、データ収集、マップコンテンツ提供）を行うのに対し、地域 DMO はニセコエリアの中心リゾートを抱える倶知安町にフォーカスして効果を発揮する事業（観光まちづくり、転勤族の多い市街地住民への観光の理解促進、旅先納税）を行っており、密に連携を図りながら役割分担をしている。

**【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】**

例えば、マップコンテンツ提供において全体的な見せ方やとりまとめといった下地づくりは地域連携 DMO が行いながら、そこに埋め込む個別パーツは地域 DMO が提供するなど、これまでも役割分担をして効率的・効果的な活動をしており、これを継続していく。

## １０．記入担当者連絡先

| | |
|---|---|
| 担当者氏名 | 三石　真由 |
| 担当部署名（役職） | 事務局員 |
| 郵便番号 | 044-0078 |
| 所在地 | 北海道虻田郡倶知安町樺山 41-5 |
| 電話番号（直通） | 0136-55-5372 |
| ＦＡＸ番号 | 0136-55-5376 |
| Ｅ－ｍａｉｌ | mitsuishi@niseko.co.jp |

様式１

## 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 | 倶知安町 |
| 担当者氏名 | 沼田　尚也 |
| 担当部署名（役職） | 観光商工課　主幹 |
| 郵便番号 | 〒044-0078 |
| 所在地 | 北海道虻田郡倶知安町字樺山　41-5 |
| 電話番号（直通） | 0136-23-3388 |
| ＦＡＸ番号 | 0136-23-3399 |
| Ｅ－ｍａｉｌ | kankou@town.kutchan.lg.jp |

# （候補／登録）【地域DMO】 一般社団法人倶知安観光協会

様式2

記入日： 令和7年 8月22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】
北海道虻田郡倶知安町
【設立時期】 昭和24年6月
【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 二川原 康平
【マーケティング責任者（CMO）】 鈴木 紀彦
【財務責任者（CFO）】 佐藤 文雄
【職員数】 10人（常勤7人（正職員5人・出向等2人）、非常勤3人）
【主な収入】
事業収入11.0百万円、受取補助金330.9百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費 279.1百万円、一般管理費 81.9百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
（一社）ニセコプロモーションボード（地域連携DMO、ニセコエリアPR）
倶知安商工会議所（商業振興）、東急リゾーツ＆ステイ㈱（スキー場・リゾート運営）、日本ハーモニーリゾート㈱（スキー場・リゾート運営）
㈱HTM（宿泊・交通事業等）、JR北海道（株）倶知安駅（交通事業）

## KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

| 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（百万円） | 目標 | － | － | － | － | － | － |
| | 実績 | 51,940（ ） | 76,921（ ） | 80,502（ ） | — | — | — |
| 延べ宿泊者数（千人） | 目標 | 1,376（537） | 1,401（555） | 1,426（573） | （ ） | （ ） | 1,170（ ） |
| | 実績 | 676（385） | 869（573） | 884（634） | — | — | — |
| 来訪者満足度（%） | 目標 | 90%（90%） | 90%（90%） | 90%（90%） | （ ） | （ ） | 85%（85%） |
| | 実績 | 89.1%（ ） | 87.6%（ ） | 83.2（ ） | — | — | — |
| リピーター率（%） | 目標 | 60%（50%） | 60%（50%） | 80.0%（50%） | （ ） | （ ） | 60%（60%） |
| | 実績 | 82.0%（ ） | 79.8%（ ） | 85.9%（ ） | — | — | — |

## 戦略

【主なターゲット】
オーストラリア・アメリカを中心としたスキーを滑る層である30代から50代の外国人
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
パウダースノーというキラーコンテンツを継続的にアピールするとともに、アプレスキーの受け皿を整備することで、3世代観光などにも対応し、地域への継続的な良客として将来的な関係も視野に入れた取組を行う
【観光地域づくりのコンセプト】
世界的山岳リゾート

## 具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・観光地経営会議を年3回開催
行政・観光・交通事業者が一体となって、倶知安町の観光事業の掘り起こしをしている。

【情報発信・プロモーション】
・ホームページ
・各SNSによる情報発信
・地域連携DMO（一社）NPBと協業しきめ細やかな情報発信。

【受入環境整備】
・Informationサービス
（倶知安駅、ウェルカムセンター）
・案内サインの多言語化
・各事業者の外国人スタッフの受入
・ひらふ無料循環バスの運行
・スカイバスニセコの運行
（2025年度より無料シャトル事業に移行）
・旅先納税KU-KURU
・GO TAXI ニセコモデル