観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 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）ニセコプロモーションボード	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	北海道虻田郡ニセコ町、倶知安町、磯谷群蘭越町	
所在地	北海道虻田郡倶知安町字樺山 41-5　サンスポーツランドくっちゃん内	
設立時期	2007 年 9 月 7 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	5 人【常勤 3 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）	パトリック・オオタニ （出身組織名） The Luxe Nomad	ニセコエリアの宿泊施設のジェネラル・マネージャー職の就業経験。宿泊･不動産･飲食と多岐にわたる業務範囲において、多様な国籍からなる 100 名以上のスタッフを率いた経験もある。クロスカルチャーなセールス＆マーケティング活動の方針策定、実施に深い経験を有する。 ＤＭＯの組織の意思決定を行い、経営責任を負う。自治体や地域事業者などのステークホルダー間の合意形成、新たなマーケティング戦略の策定、地域内観光団体との連携を行う。
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） ラミレズ 麻衣 事務局員	観光協会での PR・プロモーション業務や SNS コンテンツマーケティングなどの経験を強みとして、紙からデジタルまでの幅広い商材を扱い、データを活用しながらニセコ地域への誘客を目指してマーケティングやブランディング事業を担う。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 岡田　英雄 （出身組織名） H2 Group（株）	東京の IT 企業でのシニアポジションの歴任後、ニセコエリアの大手不動産会社のオペレーションマネジャーとして 5 年間ニセコの別荘宿泊事業に関わる。海外ソフトウエア２社の日本進出に関わり、日本事業のジェネラル･マネージャーとして営業、経理、人事など全ての業務について責任を担っていた。事業ごとのポートフォリオの作成、見直しを行い、出ていくお金についての適正な管理、予算立てを実施し、キャッシュフローの恒常的な確認を行う。

様式１

事務局次長	（氏名） 神奈川　靖如 事務局員	バックオフィスから健全な経営を目指し、収益改善を図る。観光学修士課程修了、現在は博士課程在籍中。学術的な観点からも観光振興を図る。
マーケティング・コーディネーター	（氏名） 樽井　茉莉 事務局員	アメリカでの就業経験で磨かれた語学力を活かし、国内外のメディアやインフルエンサー対応を行う。地域内の観光事業者との調整役となり、ニセコエリアの観光情報を発信している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	ニセコ町商工観光課（観光地域づくり） ニセコ町都市建設課（社会資本整備、準都市計画、景観） 倶知安町観光商工課（観光地域づくり） 倶知安町建設課（社会資本整備） 倶知安町まちづくり新幹線課（準都市計画、景観） 蘭越町商工労働観光課（観光地域づくり）	
連携する事業者名及び役割	ようてい農業協同組合（農業振興） ニセコ町商工会（商業振興） 倶知安町商工会議所（商業振興） 蘭越町商工会（商業振興） ㈱ニセコリゾート観光協会（滞在プログラム企画、アクセス改善） (一社)倶知安観光協会（滞在プログラム企画、アクセス改善） （一社）蘭越町観光物産協会（滞在プログラム企画、アクセス改善） 北海道旅客鉄道（株）（滞在プログラム企画、アクセス改善） ニセコバス（株）（アクセス改善）	
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	① 理事は、リゾート経営、宿泊、飲食、スポーツ、農業、交通分野と多岐にわたり、定期的に理事会を開催。 ② 行政、観光協会、地域事業者、商工会等をメンバーとするニセコ観光圏協議会を設置し、日常的な情報共有・事業調整を行う会議（月１回）を開催 ③ 年に一度、当 DMO の会員に対して活動実績や計画の報告と承認、会員と直接意見交換のため社員総会を開催。当 DMO の最高顧問である各自治体も招き、観光事業者から自治体まで幅広い関係者と議論を行う。	
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	ニセコ観光圏協議会の構成員に各区域の町内会長を住民代表として加えるとともに、農業、商工業、観光業など多様な産業を含めている。 2017 年度　住民観光意識調査の実施 毎年（2021 年度は除く）季節労働者を対象とした「ニセコ・ウィンター・スタッフ・トレーニング・プログラム」の実施（ニセコ地域の生活情報、観光情報、交通情報など） 2022 年度　季節労働者用のニセコ地域の教育ビデオ作成 2023 年度　住民観光意識調査を実施 2024 年度　季節労働者を対象とした教育講座を実施	

様式１

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	ウェブサイトや SNS（Instagram、YouTube、Facebook）をはじめ、自動観光案内 AI チャットボットやニセコ公式アプリなど、情報を集約させた多様な媒体を運用。特に海外メディア対応では当 DMO が窓口となり、アジアをはじめオーストラリア、北米をターゲットとしたメディアやインフルエンサーを対応・招聘。 ■デジタルプロモーション事業 以下のウェブ媒体を継続的に運用し、通年型の観光地として認知度向上を図る。 運用媒体：自社ウェブサイト、Instagram、Facebook、公式アプリ「Niseko」 ■メディア・インフルエンサー招聘事業 国内外からのメディア・インフルエンサーを招聘し、国際的な観光地として認知度向上を図る。
受入環境の整備	ウェブサイト、ニセコ公式アプリ、AI チャットボットによる多言語（日本語、英語、中国語）により、地域の観光をはじめ交通など多岐にわたる情報を発信。エリアガイドやリゾートマップなどの紙媒体により旅ナカで観光客が多言語で広域の情報が収集できるように印刷物を制作。 ■エリアマップ・ガイド印刷事業 多言語の観光案内紙を継続的に作成し、日本人観光客からインバウンド観光客の利便性向上を図る。 ■観光 DX 事業 ・2015 年度　エリア内 Wi-Fi 導入 ・2017 年度　ニセコアプリ導入 ・2019 年度　顧客管理システム CRM 導入 ・2020 年度　観光案内 AIChatbot 導入 宿泊データ収集・分析プラットフォーム導入 ・2022 年度　観光集約デジタルマップ（街・山 map）導入
観光資源の磨き上げ	■イベント事業 ・ニセコオータムフードフェスティバル開催 域内飲食店の出店により、地域の魅力を活かしたフードイベントを開催 ・ニセコシュートアウト（写真、動画コンテスト）開催 観光客から地域住民、季節労働者まで楽しめるイベントを毎年数回開催。

【定量的な評価】

・2024 年デジタル媒体利用実績

	Instagram	Facebook	ｱﾌﾟﾘ
実績	8,595FF	20,803FF	15,912 DL
昨年比	116%	101%	83%

様式１

・メディア対応数

	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
国数	15	15	25	11
対応数（件）	51	88	95	48

・リゾートマップ・ガイド印刷事業

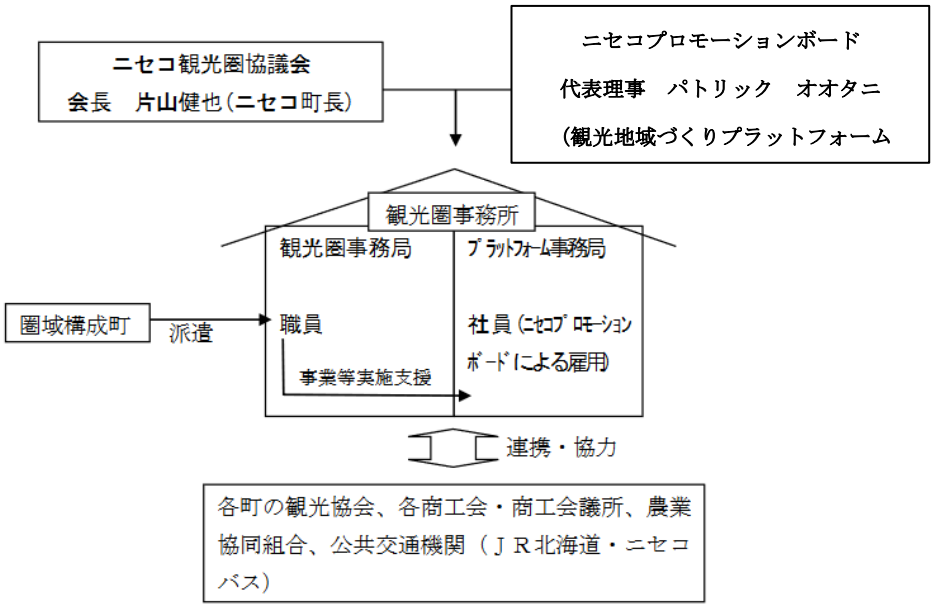
	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
リゾートマップ	70,000	98,000	110,000	110,000
エリアガイド	30,000	38,000	40,000	40,000

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）ニセコプロモーションボードが観光地域づくりプラットフォームを担っているニセコ観光圏協議会を合意形成の場として、地域の多様な関係者との連携・協力を図っている。当協議会には、ニセコエリア内の各町の自治体や観光協会をはじめ、観光関連事業者、他産業の事業者まで幅広く参画している。当協議会は、恒常的な議論の場を設けるため毎月一度開催されている。

【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】

Ｈ１９年からスキー場、宿泊等事業者が参画するとともに区域を構成する地方公共団体の協力を得ながら観光産業の振興に取り組んでいる。観光産業が地域経済の基軸となることを目指し、ディスティネーションマーケティングに取り組んでいる。

また、Ｈ２６年からはニセコ観光圏として国の認定を受けて３町が一体となって活動を実施している。なお、当区域では外国人宿泊数が大きく進展しており、観光資源がエリア内に点在していることからこれらを連携した区域設定とするのが適切である。

【観光客の実態等】

2021 年度以降、観光入込数と宿泊客延数は増加しているが、2024 年度は宿泊消費単価が大きく減少してた。入込数の増加に対し、宿泊単価の低下が顕著であり、長期滞在や高付加価値型の旅行から、短期・低価格志向への変化が読み取れる。

年度	観光入込数（千人）	宿泊客延数（千人泊）	観光消費単価（／人）	
			日帰り	宿泊
2021(R1)	2,058	704	8,496 円	74,772 円
2022(R2)	3,209	1,313	21,362 円	77,979 円
2023(R3)	3,504	1,529	16,460 円	73,816 円
2024(R4)	3,889	1,542	14,583 円	53,152 円

【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】

ニセコに滞在する価値を高めるために、冬季にはスキー場を中心に、多様な宿泊施設、飲食施設、温泉、スノーアクティビティなどの観光資源を有効活用していく。閑散期である夏季には、ニセコの宿泊施設をベースとし、ラフティングやサイクリングなどのアクティビティから、温泉施設、ゴルフ場、自然景観、特産品などエリア内にある様々な観光資源を有効活用して、ニセコエリアへの観光客入込を促進させていく。

・スキー場（グランヒラフ、ＨＡＮＡＺＯＮＯ、ワイス（休止）、ニセコビレッジ、ニセコアンヌプリ国際、モイワ、チセ（休止））
・多様な宿泊施設（コンドミニアム、ホテル、ペンションなど）

・温泉（五色、湯本、昆布、昆布川、新見、アンヌプリ、東山、ヒラフ、ワイスほか）
・登山（ニセコ連山、羊蹄山）
・尻別川（カヌー、ラフティング、釣りほか）
・ニセコ連山、羊蹄山（登山、トレッキング、紅葉）
・ゴルフ場（ＨＡＮＡＺＯＮＯ、ニセコビレッジ、ニセコゴルフ&リゾート）
・自然体験施設・アクティビティ（ピュア、ＮＡＣアドベンチャーパーク）
・産直施設（ミルク工房、ニセコチーズ工房）
・酒造（ニセコ蒸留所(ウィスキー、ジン)、二世古酒造（日本酒)、松原農園
・ニセコワイナリー（ワイン)、ようてい山麓ビール、ニセコビール）
・道の駅（ニセコビュープラザ、蘭越道の駅「ふるさとの丘」「シェルプラザ」「街の茶屋」
・ミュージアム（小川原脩美術館、有島記念館、貝の館ほか）
・国内有数の農業生産地（じゃがいも、米、アスパラ、メロンほか）
・函館本線
・自転車（サイクリングルート、フロートレイル、ダウンヒルコース）
・スポーツ（ニセコクラシック・HNAZONO ヒルクライム（自転車レース)、ニセコマラソン、ニセコ連峰歩くスキー大会、各種スキー大会）
・イベント（くっちゃんじゃがまつり、七夕のタベ、ニセコハロウィン、せせらぎ祭り、シニックナイトほか）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	収容施設数	収容人数
ヒラフエリア	５３０	１２，９００
HANAZONO エリア	９	１，０００
他倶知安町内	３０	１，４５０
東山エリア	２４	２，４９５
アンヌプリ・昆布温泉エリア	４３	２，４１６
他ニセコ町内	１３	１８０
蘭越町内	１５	４０９

【利便性：区域までの交通、域内交通】
・ＪＲ函館線 12 本/日（倶知安駅）　札幌から 2 時間半、新千歳空港から 3 時間
・バス（北海道中央、道南）※冬季間（2 社）が追加運行
札幌から約 2 時間半、新千歳空港から約 3 時間
・レンタカー等　千歳空港から約 120 分、札幌から約 130 分
他にタクシー、チャーターバス等あり

（地域内）
・スキー場間シャトルバス、周遊バス（冬期間）
・タクシー、デマンドバス

【外国人観光客への対応】
・案内所の設置（倶知安駅、ニセコ駅、ニセコビュープラザ、街の茶屋）
・スマートフォンアプリ、多言語観光案内 AI チャットボットの導入
・ホームページ、SNS 等による情報発信
・英語対応のマップの作成、施設表示の多言語化
・各事業者、団体等による外国人スタッフの雇用

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。	ニセコ観光圏来訪者満足度調査による収集。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各自治体による宿泊施設への調査。
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。	ニセコ観光圏来訪者満足度調査による収集。
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。	ニセコ観光圏来訪者満足度調査による収集。
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。	グーグルアナリティクスの活用。
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。	ニセコ観光圏住民満足度調査による収集。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

ニセコ観光圏（ニセコ町、倶知安町、蘭越町）は、冬のスキー場の印象が強く、通年を通して安定した事業展開が難しい。パウダースノー以外の、アクティビティ情報、温泉、農産物等、未だ知られていない地域の観光資源を広め、観光客入込の促進を務めることにより、グリーンシーズンの底上げをする事が出来ると考えている。ポストコロナ禍では、インバウンド観光客が戻ってくることを想定し、ニセコエリアが一体となって観光客の受入環境を整備していく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・パウダースノー（自然資源が豊富） ・新千歳空港、札幌などの都市から近い ・多様な人材の豊富さ ・外国人観光客の入込みが多い ・地域個性が多様で観光客の選択肢が多い ・魅力的な食材が豊富 ・スーパー、飲食店街がり観光客と地域の人たちとの交流機会が多い ・農業が基幹産業であり、農業をプラスした体験型メニューが多い	弱み（Weaknesses） ・連携した観光資源管理（ガバナンス）が弱い ・マーケティング展開が脆弱 ・圏域内の交通体系が貧弱 ・高速交通網の未整備 ・圏域内で集客の季節変動がある ・ワンストップサービス ・国内知名度はさほど高くない
外部環境	機会（Opportunity） ・世界市場が関心をもっている ・スローライフ、エコなど健康への関心の高まり ・個人旅行の増加、旅行ニーズの多様化 ・新幹線、高速道路の着工 ・ビザ発給緩和 ・ロングステイの国内富裕層が増加 ・外国人のライフスタイルが日本人にも ・80 年代経験世代のファミリー層	脅威（Threat） ・他地域との競争激化 ・国内人口減少 ・国内スキー人口減少 ・北海道への国内旅行者数鈍化 ・SNS 等による誤った情報拡散

※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 北米（冬季）// アジア（夏季）
○選定の理由 アメリカのスキースノーボード人口は、日本に比べるとかなり多い。ニセコユナイテッドは、北米で流通するリゾート共通スキーパスである、「IKON 」「MOUNTAIN COLLECTIVE」にも参加している。北米からの来訪者数の増加が期待される。 グリーンシーズンは、アジア諸国を第１ターゲットに設定。アジア諸国は北海道人気で、今後も来訪数の増加が見込める ○取組方針 北米で開催されるスキーエキスポに参加し、スキーデスティネーションとしてニセコエリアの認知度を向上していく。グリーンシーズンにおいては、アドベンチャートラベル関連の資源を活かして、アジア圏のメディア対応を強化していく。
○ターゲット層 香港、台湾、マレーシア、シンガポールを中心とした東南アジア
○選定の理由 夏の来道が多い国々であるが、ニセコでは冬にも来訪。さらに夏の入込みを増やせる余地がある。リピーターが多いので、夏・冬と交互、もしくは両方に来てもらえるよう、オールシーズンの魅力を訴求していく。 ○取組方針 当ターゲット層は、ウィンタースポーツの初級者や中級者の割合が高い。また、ウィンタースポーツだけでなく、高品質な滞在サービスを求めていることから、ハイクラスな宿泊施設やレストランなど、各セグメントに訴求するプロモーションを行いたい。
○ターゲット層 欧米諸国のスキー愛好家
○選定の理由 欧米における雪不足が続いている中、良質で豊富な雪があるニセコはスキーヤーが注目し、拡大傾向にある。来訪者、各種メディア等への積極的な受け入れを通じ、それぞれからニセコの魅力を発信してもらう「口コミ」を重視し、満足度を向上させる。 ○取組方針 欧米において知名度の高いスキーヤー・スノーボーダーを招聘し、プロモーションビデオを作成してニセコエリアの認知度向上を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	リゾートライフスタイルを体験できるアジアでトップクラスの通年型観光目的地
②コンセプトの考え方	・ニセコで起きている国際化の潮流を、地域文化、経済、自然環境の循環的発展につなげ、持続性を確保 ・インターナショナルマウンテンリゾートとして多様な楽しみ方を確立 ・国際リゾートとしての制度やルールづくり ・国際色豊かな環境を生かした次世代の育成

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。	・ニセコ観光圏協議会を毎月開催 ・理事会を 2 か月に 1 回開催 ・総務部会、イベント部会、マーケティング部会の会議を 2 か月に 1 回開催 ・社員総会を年に 1 回開催 ・自社 HP や毎週のニュースレターによる情報発信
	DMO を中心に、自治体や観光関連組織、他の産業組織の代表者が集まるニセコ観光圏協議会を毎月 1 回開催し、事業の進捗や情報の共有、地域課題について恒常的に議論している。 DMO の会員で構成される理事会や、その理事で構成される各部会が 2 か月に 1 回開催され、事業の方針や戦略の共有と議論を行っている。また、年次社員総会や毎週のニュースレターにより、会員に事業の進捗や情報を共有している。
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	・ニセコ観光圏事業の一環で、年に一度の観光客満足度調査を実施 ・スキー場などの観光関連事業者と連携し、夏季と冬季における観光客満足度調査を実施
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	地域連携 DMO として、ニセコエリアの観光情報の発信・プロモーションを行っている。DMO が管理している自社 HP、SNS（Instagram、Facebook、Twitter)、アプリ、AI チャットボットのウェブ媒体や、エリアガイドやエリアマップの紙媒体を組み合わせ、旅マエ、旅ナカ、旅アトを一貫させた情報発信・プロモーションを行っている。

※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		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	47,000 (139,200)	52,000 (141,900)	53,000 (142,000)	41,000 (143,000)	42,000 (144,000)	43,000 (145,000)
	実績	54,987 (－)	41,274 (－)	40,889 (－)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	900 (500)	1,680 (613)	1,800 (650)	1,900 (700)	1,950 (750)	2,000 (800)
	実績	1,313 (491)	1,529 (738)	1,542 (732)			
●来訪者満足度（%）	目標	18.0 (30.2)	40.0 (30.0)	41.0 (31.0)	33.0 (31.5)	33.5 (32.0)	34.0 (32.5)
	実績	40.1 (－)	31.5 (－)	32.2 (－)			
●リピーター率（%）	目標	78.8 (－)	79.9 (30.0)	80.0 (30.0)	79.0 (30.0)	79.5 (30.5)	80.0 (31.0)
	実績	78.3 (－)	78.8 (－)	78.4 (－)			

※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】

ニセコ観光圏の整備実施計画において、目標値は当観光圏の観光振興のための指標である。指標の設定に関して、観光圏のマネージャー・事務担当者会議にて事業の評価を行い、目標の達成と進捗について検討を行っている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

1 泊程度の平均的な旅行消費額を基準に目標を設定している。2024 年度の実績が 40,889 円にとどまったため、2025 年度の目標は同金額を超えるように設定した。さらに、日帰りから１泊、１泊から２泊へと滞在日数を延ばすことが旅行消費額を増加させると考え、毎年 1000 円増の目標を設定した。

●延べ宿泊者数

コロナ渦後の国内外の旅行需要の完全な回復を見込み、2024 年以降は 2018 年度と同程度（1,900 千人前後）となる目標を設定した。

●来訪者満足度

2024 年度の実績が 32.2%を記録したため、2025 年度の目標は同数値を超えるように設定した。多言語による観光情報整備、受入体制整備、交通渋滞緩和などの施策を行うことで、来訪者満足度の向上を目指し、2025 年以降は毎年 0.5%の増加を設定した。

●リピーター率

2024 年度の実績が 78.4%を記録したため、2025 年度の目標は同数値を超えるように設定した。国内外の旅行者が再訪することを目標として、2025 年度以降は毎年 0.5%の増加を設定した。

（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
●メディア掲載回数（回）	目標	45	45	70	50	55	60
		（－）	（－）	（50）	（30）	（35）	（40）
	実績	88	95	48			
		(26)	(62)	(29)			
●Facebookフォロワー数（件）	目標	19,000	20,000	21,500	22,000	23,000	24,000
		（－）	(18,000)	(19,000)	(18,500)	(19,000)	(19,500)
	実績	18,945	20,617	20,803			
		(17,281)	(17,799)	(17,950)			
●Instagramフォロワー数（件）	目標	3,300	6,000	8,000	9,000	95,000	100,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（ ）
	実績	5,733	7,398	8,595			
		（－）	（－）	（－）			
●wine & dine掲載数（件）	目標		180	190	195	200	205
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	171	174	197			
		（－）	（－）	（－）			

※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】
来訪者の通年を通しての平準化は、地域事業者の安定雇用につながり、稼働率の向上やサービスの質向上に資する。そのため、閑散期（春、秋）の入込確保を図るための滞在プログラムを作成する。特に自転車関係や文化、食、温泉など長期滞在するインバウンドを取り込むプログラムやイベントを運営し、参加者の満足度を上げ、リピーターを増やすとともに入込の平準化を図る。
上記を検証するため KPI として、ニセコエリアの認知度を上げるための「メディア掲載回数」、「Instagram フォローワー数」、「Facebook フォローワー数」と、滞在時の観光客の利便性向上に繋げるエリアガイドの「wine&dine 掲載数」を KPI に設定した。

【設定にあたっての考え方】
●メディア掲載回数
適切なメディアを選定するため、2025 年度の目標は昨年度までよりも大幅に低く設定した。継続して国内外メディアの対応を行うが、メディアの偏向報道が目立つため適切なメディアの選定を行う。
●Facebook, Instagram フォローワー数
デジタル媒体を通じて認知度を高めるため、SNS のフォローワー数を設定。利用者に訴求できるコンテンツを投稿し、恒常的にフォローワー数を増やしていく。
●Wine&Dine（エリアガイド）掲載数
滞在時における観光の選択肢を増やすため、エリアガイドの掲載数を増やしていく。また当ガイドは、事業収入の要となるため、掲載数を増加させていくことは財源確保の一助となる。

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）
2022（Ｒ４）年度	71,922,237（円）	【国からの補助金】6,266 千円 【都道府県からの補助金】3,351 千円 【市町村からの補助金】7,492 千円 【収益事業】16,917 千円 【会費】34,640 千円 【雑収益】3,154 千円
2023（Ｒ５）年度	97,338,000（円）	【国からの補助金】21,920 千円 【都道府県からの補助金】4,459 千円 【市町村からの補助金】6,500 千円 【収益事業】25,655 千円 【会費】34,918 千円 【その他】3,806 千円
2024（Ｒ６）年度	106,609,000（円）	【国からの補助金】23,928 千円 【都道府県からの補助金】6,040 千円 【市町村からの補助金】9,375 千円 【収益事業】28,521 千円 【会費】38,745 千円 【その他】1,500 千円
2025（Ｒ７）年度	76,650,000（円）	【国からの補助金】250 千円 【都道府県からの補助金】1,500 千円 【市町村からの補助金】8,000 千円 【収益事業】24,400 千円 【会費】39,000 千円 【その他】3,500 千円
2026（Ｒ８）年度	77,000,000（円）	【国からの補助金】250 千円 【都道府県からの補助金】1,500 千円 【市町村からの補助金】8,000 千円 【収益事業】25,000 千円 【会費】39,000 千円 【その他】3,250 千円
2027（Ｒ９）年度	77,500,000（円）	【国からの補助金】250 千円 【都道府県からの補助金】1,500 千円 【市町村からの補助金】8,000 千円 【収益事業】25,000 千円 【会費】39,750 千円 【その他】3,000 千円

（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	68,275,000（円）	【一般管理費】29,621 千円 【自社事業】28,674 千円 【DMO 事業】9,980 千円
2023（Ｒ５）年度	84,841,000（円）	【一般管理費】28,967 千円 【自社事業】23,286 千円 【DMO 事業】30,613 千円 【その他】1,973 千円
2024（Ｒ６）年度	88,550,000（円）	【一般管理費】27,343 千円 【自社事業】36,876 千円 【DMO 事業】9,127 千円 【交通事業】15,204 千円
2025（Ｒ７）年度	81,300,000（円）	【一般管理費】35,000 千円 【自社事業】38,300 千円 【DMO 事業】7,500 千円 【その他】500 千円
2026（Ｒ８）年度	77,000,000（円）	【一般管理費】35,000 千円 【自社事業】33,500 千円 【DMO 事業】7,500 千円 【その他】1,000 千円
2027（Ｒ９）年度	77,500,000（円）	【一般管理費】35,000 千円 【自社事業】34,000 千円 【DMO 事業】7,500 千円 【その他】1,000 千円

（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

現在の主な収益源は会員費と自社事業の広告収入のため、第三の柱となる収益源を確保したく、着地型旅行商品（コンテンツ）の造成・販売、特産品の企画・販売等など幅広く可能性を検討中。

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

北海道ニセコ町、倶知安町、蘭越町は、（一社）ニセコプロモーションボードを当該都道府県及び市町村における地域連携ＤＭＯとして登録し、（一社）ニセコプロモーションボードをニセコエリア代表として申請する。

様式１

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】

ニセコプロモーションボードがマネジメント・マーケティング対象としているニセコエリアには、倶知安町の地域 DMO の（一社）倶知安観光協会が存在する。また、DMO ではないが観光を推進する組織としてニセコ町の（株）ニセコリゾート観光協会、蘭越町の（一社）蘭越町観光物産協会がある。これらの計 3 組織と、月に 1 度開催しているニセコ観光圏協議会で情報共有、意見交換、合意形成を行っている。

【区域が重複する背景】

ニセコプロモーションボードは、ニセコ観光圏のプラットフォームである地域連携 DMO であるため、３エリアにまたがった対象区域である。

【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 のニセコプロモーションボードは、３町の広域連携の視点に立ち、主にインバウンドをターゲットとしたプロモーション活動、旅行者の環境受入整備、マーケティングに活用するデータ収集・分析を担当している。
地域 DMO の倶知安観光協会や２町の観光協会は、各町内の観光コンテンツや特産品の企画・販売、国内向けのプロモーション活動、各町施設の運営の役割を担っている。

【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】

当 DMO は、主にインバウンドをターゲットとし、SNS による各町の観光資源を活用した観光情報の発信や、海外エキスポに参加するなどのマーケティング活動を担当している。地域 DMO をはじめ各町の観光推進組織は各町の観光資源を活かした観光コンテンツや特産品の企画・販売を行っているため、当 DMO は適切な役割分担により効率的な活動を行えている。
また当 DMO は、ニセコエリア全体の視点での受入環境整備を行い、エリア全体で観光客の利便性や観光地の競争力を高める取り組みを行っている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	神奈川　靖如
担当部署名（役職）	事務局次長
郵便番号	044-0078
所在地	北海道虻田郡倶知安町字樺山 41-4　サンスポーツランドくっちゃん内
電話番号（直通）	0136-21-2551
ＦＡＸ番号	0136-21-2553
Ｅ－ｍａｉｌ	kanagawa@nisekotourism.com

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	ニセコ町
担当者氏名	市原　俊樹
担当部署名（役職）	商工観光課　参事
郵便番号	048-1595
所在地	北海道虻田郡ニセコ町字富士見 55 番地
電話番号（直通）	0136-44-2121
ＦＡＸ番号	0136-44-3500
Ｅ－ｍａｉｌ	ichihara-toshiki@town.niseko.lg.jp

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）	観光商工課観光係　係長
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）	0136-23-3388
ＦＡＸ番号	0136-23-3399
Ｅ－ｍａｉｌ	Numata.naoya@town.kutchan.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人ニセコプロモーションボード

様式2

記入日： 令和7年7月31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】
北海道倶知安町、ニセコ町、蘭越町
【設立時期】 2007年9月7日
【設立経緯】 エリアプロモーション活動を目的として地域内事業者により設立
【代表者】 パトリック・オオタニ
【マーケティング責任者（CMO）】 ラミレズ　麻衣
【財務責任者（CFO）】 岡田　英雄
【職員数】 5人（常勤3人、非常勤2人）
【主な収入】（単位：百万円）
会費収入、収益事業 、補助金・他（2024年度決算）
【総支出】（単位：百万円）
総支出（事業費、一般管理費（2024年度決算））
【連携する主な事業者】
倶知安観光協会、ニセコリゾート観光観光、蘭越町観光物産協会、倶知安町商工会会議所、ニセコ町商工会、蘭越町商工会、JAようてい、JR北海道、ニセコバス、ほか

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	47,000（139,200）	52,000（141,900）	53,000（142,000）	41,000（143,000）	42,000（144,000）	43,000（145,000）
	実績	54,987（－）	41,274（－）	40,889（－）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	900（500）	1,680（613）	1,800（650）	1,900（700）	1,950（750）	2,000（800）
	実績	1,313（491）	1,529（738）	1,542（732）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	18.0（30.2）	40.0（30.0）	41.0（31.0）	33.0（31.5）	33.5（32.0）	34.0（32.5）
	実績	40.1（－）	31.5（－）	32.2（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	78.8（－）	79.9（30.0）	80.0（30.0）	79.0（30.0）	79.5（30.5）	80.0（31.0）
	実績	78.3（－）	78.8（－）	78.4（－）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・国内（北海道道央圏、首都圏）
・東アジア諸国・地域（台湾、中国本土、香港、他）
・欧米豪のスキー愛好家
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・複数言語（日英中）による情報発信と受入環境整備
・各国・地域のメディア受入・対応
【観光地域づくりのコンセプト】
・リゾートライフスタイルを体験できるアジアでトップクラスの通年型観光目的地

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】
・SNSやｳｪﾌﾞｻｲﾄのﾃﾞｼﾞﾀﾙ媒体による情報発信
・世界各国からのﾒﾃﾞｨｱ受入・対応
・インフルエンサー招聘

【受入環境整備】
・日英のﾘｿﾞｰﾄﾏｯﾌﾟ・ｴﾘｱｶﾞｲﾄﾞ制作
・AIﾁｬｯﾄﾎﾞｯﾄによる自動多言語案内
・NISEKOアプリによる観光情報発信

【その他】
・ﾆｭｰｽﾚﾀｰによる域内事業者への定期的な情報発信
・観光事業者の代表として地域の多様な協議会に参画