観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月２５日

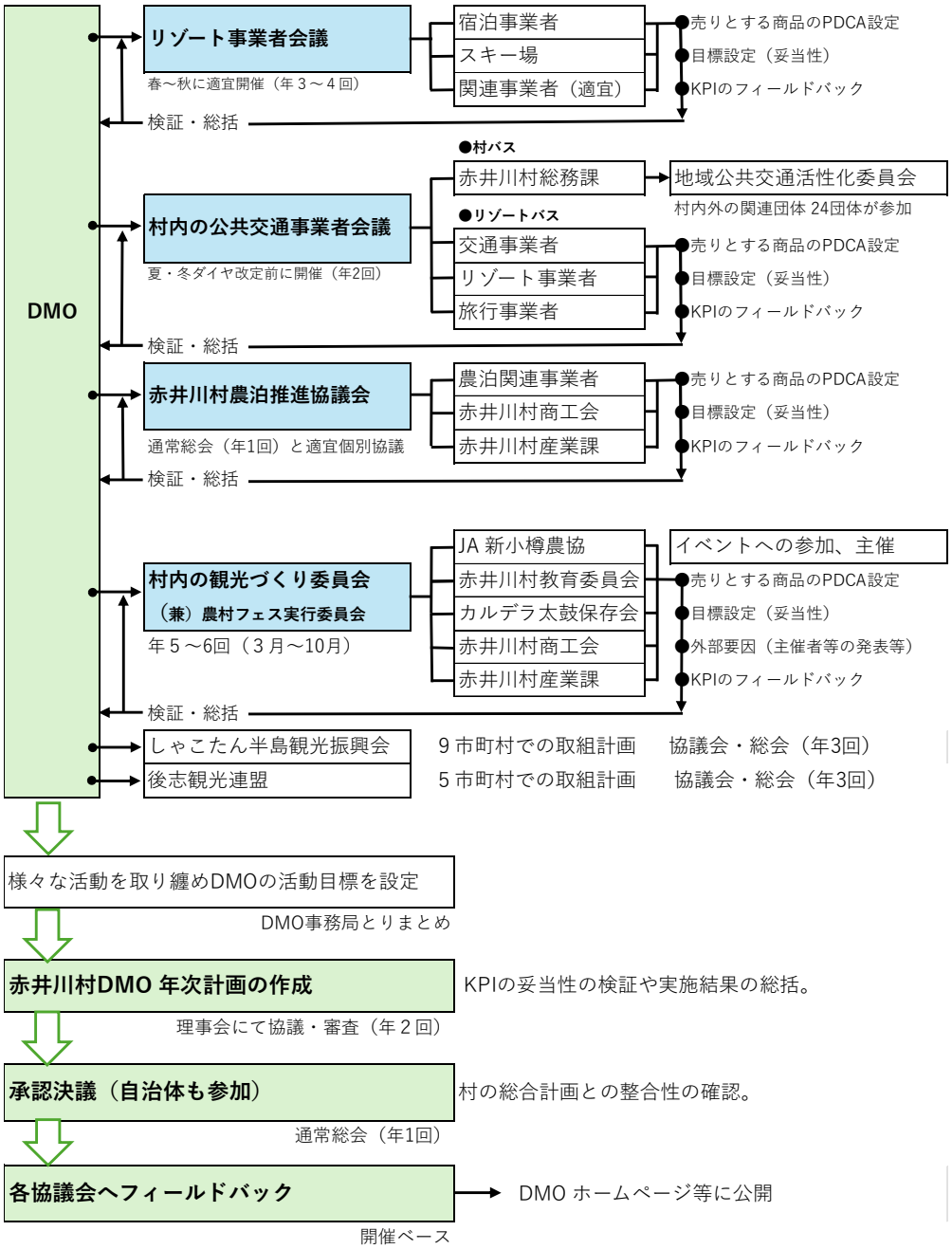
１．観光地域づくり法人の組織

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）赤井川村国際リゾート推進協会	
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 余市郡　赤井川村	
所在地	北海道余市郡赤井川村	
設立時期	2020 年 7 月 20 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２人（正職員１人・出向等１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） ※必ず記入すること	（氏名） 渡邊　裕文 （出身組織名） 合同会社 キロロリゾート	（一社)赤井川村国際リゾート推進協会の代表理事及び、キロロリゾートの統括支配人として勤務している。 沖縄や京都をはじめ数々のラグジュアリーインターナショナルホテルを経験し英語も堪能。同支社大学の講師を務める等、幅広い知識と経験を持つ逸材。
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） 栗原　有希　「専従」 （出身組織名） 元 キロロリゾート	15 年間の海外勤務を経てキロロリゾートのデジタルマーケティング及び国際マーケティングを経験 世界的にも有名なホテルのデジタルツールの作成や、海外のデジタルマーケティングエージェントを駆使し、国際的なブランディングを高める経験を持つ。 WEB サイトの構築、設計にも詳しい。
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） 小野寺　順一「専従」 （出身組織名） 合同会社キロロリゾート	キロロリゾート開業 33 年間に渡り勤務。販売戦略部門に所属し数千人規模の大型イベントを新規立ち上げた豊富な経験と幅広いネットワークを築いている。現在は、DMO にて様々な事業を手掛けており、事業費用確保の為の仕組みづくりを進めている。
赤井川村と地域連携に向けた企画推進責任者	（氏名） 商工会会長 安本 大	赤井川村商工会会長２期目、DMO の理事の一人、建設工事・道路整備事業等、赤井川村の地域産業

様式１

	（出身組織名） 八洲建設取締役	に欠かせない事業者の代表を務める。特に冬場の除雪業務は、観光施設との関わり合いも大きい。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 中野　隆史 （出身組織名） （株）ホリデーサービス	地域内にある観光事業者のひとり リゾートホテル、コンドミニアム事業の責任者で、当 DMO の経理責任者でもある。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	赤井川村 ・産業課（村の観光を担う部門）赤井川村 DMO サポート窓口 ふるさと納税申請、商品開発への取組。 村内イベント窓口（まるっとカルデラ農村フェス） 赤井川村農泊推進協議会、事業サポート ・総務課　二次交通整備等の窓口（村バス運行） リゾートで働く従業員の通勤バスとしての活用を促進。 赤井川村総合計画策定（DMO も目指す方向性の確認） ・建設課　整備、開発事業等の窓口 赤井川村景観計画策定（リゾート地域との関わり）	
連携する事業者名及び役割	・赤井川村商工会：村内で唯一の事業者加盟団体。 村内事業者の多くが加盟しており、地域事業者の意見、要望等のとりまとめや DMO と連携した観光づくりを行っている。（村の催事） ・後志観光連盟：赤井川村・余市町・二木町・積丹町・古平町 近郊５市町村で組織する協議会に赤井川村代表として加盟、近隣地域と連携しながら観光づくりを進める。 ・しゃこたん半島観光振興会：上記５団体＋岩内町、神恵内村、泊村、共和町を含めた近郊９市町村で連携する協議会に赤井川村代表として参加。 北後志エリアと積丹半島広域にまたがる観光づくりに向けた取組を行う。 ・小樽市観光協会：赤井川村のゲート Way となる隣町小樽市、小樽としても魅力あるスノーリゾートのベットタウンとして宿泊事業の取込みを進めており、観光誘客における WIN・WIN の関係。 ・（株）AIR：村内のバス事業者（村内唯一の観光バス事業者） 村バス運行、リゾート地域と交通結節点を結ぶ二次交通も行っている。 リゾート従業員の送迎や札幌・小樽・ニセコ・空港を結ぶ交通アクセスの確保を DMO と連携して行っている。 ・（株）New KRH：スキー場運営、村内最大の宿泊施設を運営。 DMO の観光づくりに関する様々な支援、協力をおこなっている。 ・キロロリゾートホールディングス㈱：リゾート内の宿泊事業者 コンドミニアムを運営、赤井川村のお米をはじめ農産品を積極的に活用するなど、地域と連携した取組を DMO とおこなっている。 ・株式会社アクセスネットワーク：バス事業における運行委託先（旅行業） ・新小樽農業協同組合：地域特産品の確保、物産等の企画事業。 ・(株)北海道朝日広告社：プレスリリース、観光プロモーションを担う。 ・北しりリゾート DMC 合同会社：観光づくりのコンサルティング	

様式１

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	**多様な関係者との合意形成の仕組みイメージ図** 

●地域事業者との関連性（商工会は、村唯一の事業者組合機関）

・DMO の意思決定機関である理事会には商工会会長が参画しており、赤井川村内の多様な事業者からの意見・要望を商工会が適切に集約しています。これらの意見は DMO の活動計画に反映され、活動目標の設定において域内事業者との合意形成が図られています。

また、観光づくりに対する多様な事業者への働きかけを推進するため、DMO 代表理事が商工会副会長を務めており、商工会内の各種協議体を通じて関係者との継続的なコミュニケーションを行っています。さらに、年 4～5 回程度開催される商工会臨時理事会にも積極的に参加し、地域事業者との連携や商工会の立ち位置を踏まえながら、地域内の合意形成に努めています。

	●赤井川村との関連性（多様な関連組織との結びつき） ・赤井川村総合計画策定委員会の構成員のメンバーとしてDMOが参加。 赤井川村の観光づくりに向けた総合計画の立案を代表住民及び自治体と意見を出し合って策定に向け定期的に協議を行っている。　令和8年度完成。 ・赤井川村最大のイベントである『まるっとカルデラ農村フェス』の事務局をDMOが担っており、役場産業課・教育委員会・商工会・JA・地域の核となる関係団体参加による実行委員会を月1回以上（夏期）開催し合意形成を図りながら開催に向けた実行計画の策定及び運営に関する責務を担っている。 ・赤井川村地域公共交通活性化協議会の構成員として参加。 令和４年度にて民間の交通事業者が撤退。翌年、村による『むらバス』運行を開始、DMOは、構成員としての参加に留まらず、村内のスキー場及びリゾートエリア内の各宿泊事業者の意見収集、取り纏めを行い運行ダイヤ策定に向けて村役場と定期的な意見交換会を開催、公共交通の利用促進を進めると共に、地域の観光事業者、ホテル事業者との連携を構築している。 ・赤井川村景観計画策定委員や総合計画策定の構成メンバーとしてDMOが参加。 今年景観条例が施行され、現在赤井川村景観委員として活動している。 ・赤井川村農泊推進協議会の中核団体をDMOが担っている。 今年で５年目を迎え構成員は、赤井川村産業課、地域の観光事業者、農家。 ＤＭＯが主体となって定期的に協議会を開催、村の主産業である農業とリゾート業の２大産業の価値創出を図りながら相互メリットを引き出す活動を行っている。　村より補助金30万円の助成を受けている公的組織でもある。 例：リゾート施設のお米等の食材消費 ⇔ 赤井川村農家との直契約。 農業体験＆もぎたて野菜　⇔ 宿泊プランと新鮮野菜の特別ディナー ●地域の観光事業者、ホテル事業者との関わり ・キロロリゾートの統括支配人は、ＤＭＯの代表理事を務めており、観光事業に関する政策と連携、協調は、常に図られています。 ・ホテル事業者との連携も同様、リゾート内の各ホテル事業者との業務提携が構築しており、観光づくりに向けた合意形成も同時に図られている。 ・観光客にとって重要な公共交通事業をＤＭＯが行っており、近郊小樽・札幌の拠点よりスキーバスを運行している。また、リゾートで働くスタッフの生活路線として低価格で提供している。 今年度の乗車人数は2万人越え。
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	赤井川村は農業を基幹産業とする地域であり、観光地域づくりに関する協議や意見交換を積極的に求める住民は多くありません。このため、DMOは地域との接点となる「村まつり実行委員会」「農泊推進協議会」「商工会の様々な活動」「総合計画策定や景観条例策定会議」等に参加しこれらの機会を活用して、DMOの取組内容に関する広報および意識啓発を積極的に行っています。 そのうえで、日常生活において観光に触れる機会の少ない住民の意識啓発に向け、リゾート施設への招待等を通じて観光づくりに対する理解促進の取組を今後も推進してまいります。 さらに、DMOホームページ、赤井川村ホームページにおいて、DMOの活動計画や活動成果を公開し、住民に対する情報提供の透明性を確保しています。

様式１

■北海道新聞記事、小樽市の歴史的文化財を活用したコンテンツ造成記事

小樽市公会堂で茶の湯体験

歴史的建造物 夏の観光ＰＲ

「能カフェ」も再開

赤井川村国際リゾート推進協会は3日、小樽市公会堂（花園5）の改修を終えた茶室で、観光客らの利用を見込む「茶の湯体験」を始めた。同協会は小樽の歴史的建造物を利用した夏の体験メニューを充実させることで、村内での宿泊や地場産品の消費拡大などにつなげたい考え。

茶の湯体験は茶室「南樽軒」で実施。茶室は裏千家淡交会小樽支部が1952年に市へ寄贈した。同協会が費用を負担し、6月に内装や外壁などを改修。掛け軸や生け花を配置し、和の空間を演出している。

体験では、同支部会員が入れた濃茶と季節の和菓子が味わえる。今後は5日と8月22、24日の3回を予定。1人2500円。茶室の見学も受け付け、日本文化に親しみたい外国人観光客らに対応する。

また、公会堂の屋根改修のため昨年休業した「能カフェ」を再開。7月11日まで、27日から9月6日（8月10日を除く）まで営業する。昼は和のアフタヌーンティーや地元スイーツ、夜は軽食とワインなどのアルコール類を提供。能カフェ営業期間中、公会堂の日本庭園を照らす夜間ライトアップも行う。

同協会の渡辺裕文代表理事は「夏の一大観光事業として育てたい」と話す。（栗栖維意）

改修された茶室で本格的に楽しむことができる「茶の湯体験」

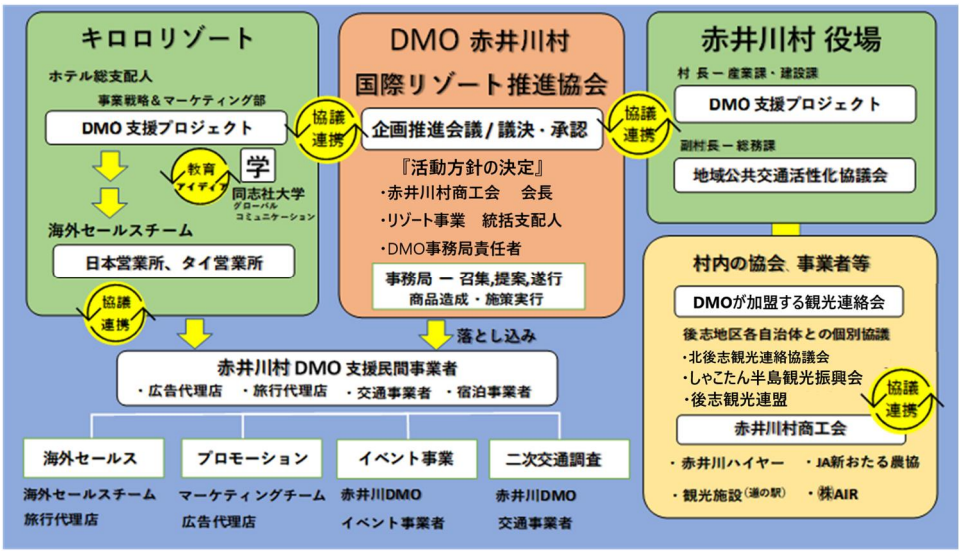
法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	●令和４年 行くべし・北しりべし！ 予約プラットホームを構築。 地域の看板商品創出事業にて小樽に観光プラザを新設 小樽商業施設にて赤井川村ふるさと祭りを開催し PR。 スキーの町おたるを目指した WEB サイトを構築 ●令和５年 赤井川村公式 WEB サイトにおいて、DMO 活動報告の掲載を開始する。 小樽市公会堂『能・カフェ』、小樽港マリーナレストランの WEB サイトの構築。 ●令和６年 同サイトの英語サイトの構築 新規、赤井川村農村フェスオフィシャルサイトの構築。
受入環境の整備	●令和４年度 交通連携促進事業　スキーの町おたるの形成 小樽観光協会、市内 12 のホテル、４スキー場と連携。 農山漁村興交付金事業、中核団体として参加。2 年目 広域観光周遊事業、海・山・畑の周遊 ●令和５年度 インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成事業　　スノーアクティビティワールドの新規造成 ●歴史的建造物、小樽市公会堂コンテンツ造成 小樽観光協会と連携しライトアップと展示室の改修設計。 令和６年度 オーバーツーリズムの未然防止・抑制による観光推進事業 ニセコの混雑緩和を目指したスキーバス運行をスタート。

	観光資源の磨き上げ	●令和４年度 地域の観光資源の磨き上げを通じた地域内連携事業 ・ミステリーツアー スキー場内に地産地消を目的とした赤井川村レストランをプロデュース。 ●令和５年 ・第１回 まるっとカルデラ農村フェス　赤井川村事業 実行役員として参加、初年度集客 6,000 名 令和６年度　第２回開催　集客 6,800 名 ●令和５年度 国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業 遊休施設を地産地消のスキー場レストランへ改修。 ●令和６年度 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業 小樽を入口とした観光周遊コンテンツの開発、小樽市済生会病院とウエルネスツーリズムを具現化しモニタリング及び商談会を実施。北海道観光機構・小樽観光協会と連携。 ●令和６年度 伴走支援型観光地域力強化推進事業 小樽市観光協会と連携し小樽市ベイエリアの開発を行うベイエリアのライトアップや新しいコンセプトのレストラン事業をオープンスタートさせる。
	【定量的な評価】 令和６年度　スキーバス利用者人数　18,019 名　前年対比 150% 令和６年度　レストランでのご当地料理の喫食数 9,600 食（160%UP） 令和６年度　リゾート施設内のスキーシーズン稼働率 80%以上を達成。 令和６年度　スキー場索道収入　この十数年間で最高益を達成。	
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】** 地域の観光事業における主要なステークホルダーであるホテル事業者と定期的な意見交換会を実施しており、インバウンド市場の動向などの最新情報を共有しています。これらの情報を踏まえ、DMO では活動報告や今後の方向性について議論し、関係事業者と共通認識を形成しています。 また、各事業者が目指す目標の達成に向け、DMO として必要な支援や協力を行い、地域全体の観光振興に資する体制を構築しています。 赤井川村の公共交通事業（村バス）において、赤井川村総務課とリゾートを代表して DMO が参加、交通事業者を交えて定期的に協議を行っております、その中でも観光事業者の従業員の通勤に関する要望を取り纏めて自治体及交通事業者へ報告すると共に、バス運行に関する要望を行っております。 自治体主体の多様な協議会に参加し会を通して、DMO の考え方や活動への理解や親睦を図っています。　DMO が参加する協議会 ・赤井川村総合計画策定委員会　・地域公共交通活性化協議会 ・赤井川村農振フェス実行委員会　・赤井川村景観計画策定委員会 ・赤井川村森林空間総合利用地域運営協議会	

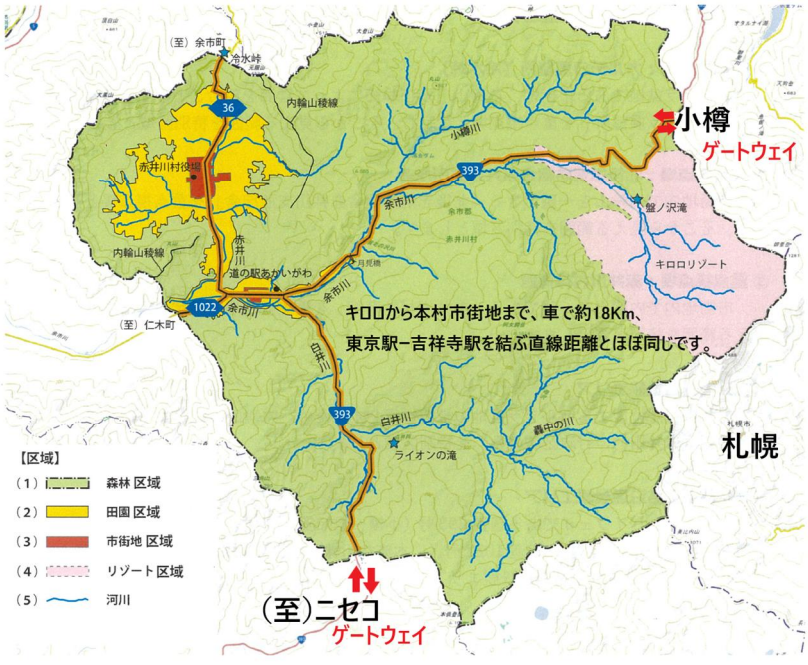
様式１

	赤井川村総合計画に示されている『農村型体験観光の推進』に向けて、赤井川村の活動援助を受け『赤井川村農泊推進協議会』の中核団体を担っております。参加する村内の農家、関連する事業者との連携及び話し合いの場が農泊推進事業を通して構築しており、併せて、赤井川村産業課との定期的な話し合いを行っており、DMO が主催する総会、協議会においては、必ずオブザーバーとして招集（参加）しています。 **【実施体制図】** 

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】

図 景観区域（一般区域）



様式１

【区域設定の考え方】

北海道の南西部に位置し山々に囲まれた「カルデラの里」として知られており、NPO 法人「日本で最も美しい村」連合にも加盟している大自然の景観美しい村です。

赤井川村は、人口 1,100 名程の小さな村で、近年外国人の居住割合も増えてきています。

外国人の殆どがリゾート関係の仕事に従事している事もあり、自治体としてのまとまり連携という面では、他の自治体と比べとても解りやすい構造になっています。

村を拠点とした住居環境問題や公共交通問題、観光資源の活用等、赤井川村独特の問題も多い事から地域に特化した DMO が主導し呼びかけの中で地域連携、諸問題の解決を進めます。

継続的な重点項目：公共交通事業（過疎の村ならではの問題）の改善

・主要結節点からの札幌線、小樽線については、リゾートバス事業の継続と拡大。
・村内に居住するリゾート従業員への利便性の拡充、働きやすい職場環境。（数増・ダイヤ）
・観光需要の拡大を目指した公共交通網の整備。ニセコ等の地域からの移動手段の確保。

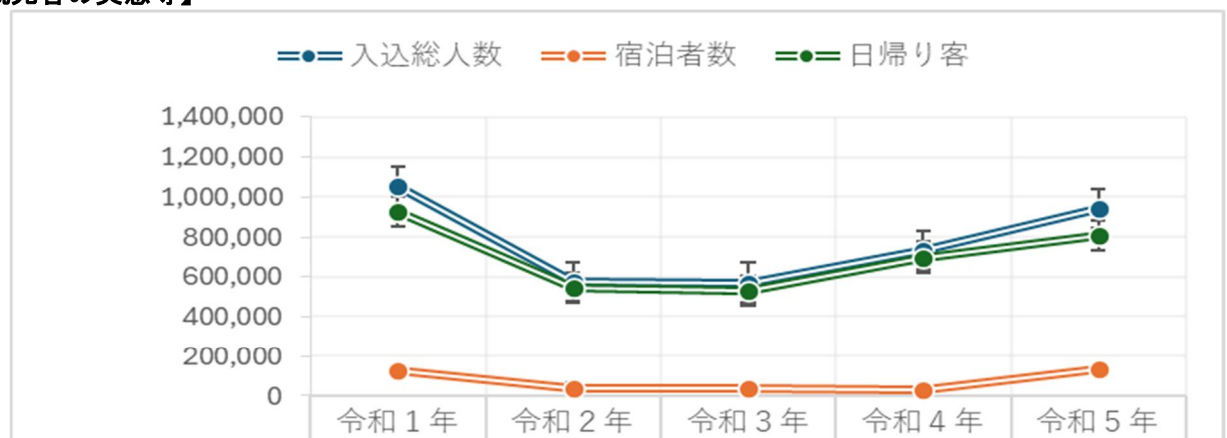
重要項目：広域連携による磨き上げ

・Ｒ４広域観光周遊事業、海・山・畑の周遊事業を小樽観光協会、余市観光協会と連携。
・Ｒ６年北後志観光９市町村が加盟する、しゃこたん半島観光振興会への参加。
・Ｒ６赤井川村近郊５市町村で形成する、後志観光連盟への加入、連携した観光事業を開始。
・Ｒ６スキーの町おたるの更なるブランド化。バスの利便性向上とサービスの充実を進める

重要項目：インバウンド集客に向けたコンテンツ開発、環境整備

・Ｒ６アクティビティワールドの更なる魅力向上を目指した計画も相次ぐ補助事業申請に落選し停滞、次年度の採択獲得に向けて準備を進める。
・Ｒ６アジア、中国マーケットをターゲットとした、ウエルネスツーリズムの商品開発を進める。
・クラブメッドキロログランド　リニューアル OPEN　令和５年１２月
・Ｒ５インターナショナルスノーアクティビティワールドの形成に向けた取組を開始。

【観光客の実態等】



	令和１年度	令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度
入込総人数	1,053,000	572,900	572,000	731,000	942,000
宿泊者数	127,000	41,000	39,400	32,200	132,700
日帰り客	926,000	547,700	532,000	698,800	810,000

※

様式１

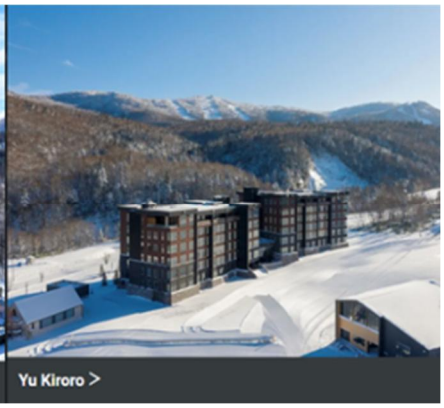
【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

北海道の盆地特有の気候を生かした苺やメロンの果物に米やアスパラガス、とうもろこしなどの豊富な農産物があり、その他赤井川のお米で生育したブランド豚『赤井川 美米豚』、グルメサイトでも評価の高い山中牧場のソフトクリーム等、北海道を代表する魅力的な食材、グルメが沢山あります。隣町には、大都市［札幌市］や観光・歴史の町で有名な[小樽市]、世界的にも知名度の高い[ニセコ町]等があり、村の西側には、積丹半島と果樹園・ワイナリー、ニッカウヰスキーといった近隣地域との観光資源融合に向けた取組も併せて目指すものです。

〇村内の観光施設、商業施設：

１．雲海の見える冷水峠からの眺望。＊昨年度、雲海朝食の商品化に向けた実証事業を開始。
２．朝里岳登山、朝里岳パノラマゴンドラ。＊インバウンド向けコンテンツ（春夏秋冬）
３．アリスファーム（ブルーベリー園）　＊プレミアム収穫体験。
４．赤井川村のメープル街道(国道 393)ドライブの立ち寄りスポット。
　・山中牧場(ソフトクリーム)　・ホピヒルズ(自家製ソーセージ)
　・あかいがわ道の駅（産直販売、特産品販売、ソフトクリーム）
５．総合リゾート施設・ウインターリゾート：スキー場、スノーアクティビティー各種。
　・サマーリゾート：多目的広場（サッカー場、ラグビー場、コンサート会場他）
　・サマーアクティビティー各種、テニスコート、パークゴルフ場
６．赤井川村運動公園：サッカー場、テニスコート、みやこパークゴルフ場。
７．令和５年より、赤井川村の活性化事業とひとつとして立ち上げた【まるっとカルデラ農村フェス】は、村民の数を大きく上回るお客様が来村されるイベントとなっている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】



令和５年１２月にキロロリゾートクラブメッド グランドが２年間のリニューアル期間を経て OPEN した。これでコロナ禍後、初のリゾート内のホテル３棟がフルオープンした。集客のターゲットは、インバウンドで国内最大のクラブメッド施設となる。

クラブメッドは、オーリンククルーシブルで、食事や食事中のお飲み物、スキーリフト券、レッスンなどが宿泊費に含まれており、価格的にもハイクラスのホテルリゾートになっている。

５年間より公共交通が寸断された為、DMO が冬期間の公共交通の確保に向け、各スキーリゾートの事業者との取り纏めを行っている。

リゾート区域外の宿泊施設（積極的に事業を営む事業者は少ない）

森のテラス

ひるねの里

民宿あったべや

ペンションあかいがわ

現在は、老朽化による休館及び新幹線工事による受注にて一般販売を停止している施設もある。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

3 年前、地域の交通事業者が撤退し、現在は村の自走による公共交通となっている、人口わずか 1100 名程の村において、赤井川村の公共交通は、交通弱者（学生や老人）に向けられたもので、観光利用としての機能ほとんどない。

過疎の村、人口減少という根っこの問題はこれからも変わらない中で、村の公共交通の維持と観光需要促進に向けた公共交通の整備をどのようにして組み立てるのかが今後の課題ともいえる。

スキーシーズンにおいては、小樽・札幌からのスキーバスによる地域交通が確立しているものの夏場に交通アクセスが確立していない。

公共交通名	事業主体	分類	運行期間	交通結節点	延べ乗車人数
村バス	赤井川村	乗合バス	通　年	余市	28,000
スキーバス１	赤井川村DMO	チャーターバス	冬期のみ	札幌	15,000
スキーバス２	赤井川村DMO	チャーターバス	冬期のみ	小樽	48,000

【外国人観光客への対応】

・リゾートにおいては、インターナショナルホテルが参入している事もあり、外国人スタッフの雇用も多く国際的なりゾート化が進んでいる。

・赤井川村の中心部は、未だ外国語対応に遅れがあるが、村に住む外国人も多くなってきた事から徐々にではあるが、環境整備がすすめられ始めてきているが、レベルとしては、不十分。

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
延べ宿泊者数 （主となる観光地域のみ）	インバウンドの来場者数の把握及び宿泊観光事業、滞在日数等の把握	対象のホテル施設からの実績データを取り寄せて数値化。
旅行消費額 （主となる観光地域のみ）	主観光施設の客単価推移の把握 主観光業全体の消費額単価の把握	対象のホテル、スキー場施設の実績データを取り寄せて数値化。
ＷＥＢサイトのアクセス状況 （外国語対応を行っている）	地域に対する顧客の関心度や施策の効果測定、外国語ページの実績把握	アナリティクスを活用して実施。
満足度調査	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。	ホテルやスキー場施設を利用しての自主事業調査を実施。
道内誘客実態調査	ドライブ観光における利用状況の調査と消費額調査（主に道内市場）	道の駅の来場者人数の推移の把握。 赤井村からの情報提供。
公共交通入込調査	観光客の行動把握、利用状況の把握、交通結節点からの総数把握等。	バス運行会社より利用状況の資料を取り寄せて分析。
スノーリゾート場来場者人数	海外、国内（道内・道外）の把握 宿泊・日帰りの人数把握	スキー場からのレポートを活用して分析。
住民満足度	観光への理解、 観光を通じた市民生活の影響を把握	DMO 独自の調査と自治体で実施している調査資料を活用。

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

リゾート地域以外のサービス産業は、あかいがわ道の駅と国道沿いに数件店舗がある程度で、コンビニも１店舗のみ、当然の事ながら夕食を楽しめるレストランやバーもありません、宿泊施設に関してもホテルに分類できるような施設はありません。

村の観光産業を支えているは、村の中心部から約 18Km 程離れたところにある大型リゾート施設『キロロリゾート』。　1991 年赤井川村と民間事業者による第３セクター方式で開業してから 30 年が経過、オーナー変更によるリブランドを経験し、今では、世界ブランドのクラブメッドが誕生し低迷していたリゾート事業の収益も大幅改善している。

赤井川村は、第１次産業である農業と観光業の核となるリゾートエリアと上手く住み分けされており、良い意味でお互いを干渉しない、バランスが保たれた地域環境となっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・円安市場、対ドル。鈍化傾向ではある。 ・この冬世界的なブランドクラブメッドがキロロを運営、大型投資がなされた。 ・道内でトップクラスの豊富な積雪量のスキー場がある。 ・大都市『札幌』に面した隣村である。 ・観光の町『小樽』から 40 分程でアクセスできる。 ・地域内の観光産業における連携や合意形成までに時間を要さないコンパクトな動きができる。 ・村民の 10%以上が外国人であり国際色が豊かである。 ・豊富な耕作物の特産品がある。 村内唯一の大型リゾート施設の開発が進んでいる。	弱み（Weaknesses） ・村内の人口減少が止まらない。 高齢化、脱農業化、荒れ地拡大。 ・公共交通の利便性が極端に悪い。 ・飲食店・小売業、銀行、病院等の施設が少なく新規参入も進まない。 ・村内に繁華街や誘客の為の観光地となる商業施設がない。 ・外国人を受け入れる体制が整わない。 ・観光産業に対する自治体の積極的な取組が進まない。　担う事業者不足。 ・村内で雇用を獲得する事が難しい。 ・村内唯一のリゾート産業に依存している。（観光業） ・夏期シーズンの観光素材に関する明確なコンセプトが確立していない。
外部環境	機会（Opportunity） ・世界各国スキーリゾートの温暖化 ・日本の良質な雪を求めて来場する海外マーケットの需要拡大。 ・北海道新幹線の着工(駅から約 30 分) ・中国、東南アジアのスキーブーム ・ニセコ地域からの誘客。 ・赤井川村を取巻く北後志エリアの観光資源開発(果樹園、ワイナリー等)	脅威（Threat） ・トランプ政権、中国政権。 ・温暖化（スキー場） ・スキー人口の減少(国内少子化) ・北海道ブランドの衰退 ・国際関係（対中国、対韓国等の感情論）による観光客の減少。 ・Covid-19 等の新型ウイルスの発症。 ・燃料の高騰（二次交通の整備） ・リゾート施設の不動産売買(海外資本) ・温暖化による積雪量の確保。

様式１

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層　　中国・台湾

コロナ禍が終息しインバウンド需要も回復しつつあるが、ターゲット層の考え方は、今も変わらない。

北海道訪日外国人宿泊データより、３ヶ年の累計宿泊人数が 10 万人を超えている国の中の１つ

① 道内の中で、集客力があるとされる国：1 位 タイ　 2 位 アメリカ　3 位 香港

② 道内の中で、他施設と比べ集客力の弱い国：1 位 韓国　 2 位 台湾　3 位 中国

③ 赤井川村の宿泊人数の多い国：1 位 タイ　2 位 中国　3 位 香港

北海道訪日外国人宿泊　主要9か国(3ヶ年合計で10万泊以上の国)　＊主要9ケ国で北海道全体の90.4%をカバー

12月～3月	年度	ア ジ ア							北米	豪州	計
		中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	マレーシア	タイ	アメリカ	オーストラリア	合計
北海道	H30	1,072,974	530,827	648,225	331,611	224,558	138,612	287,784	117,848	242,944	3,595,383
赤井川村		8,503	1,552	3,057	4,657	2,236	491	10,127	6,939	1,832	39,394
北海道	H29	926,453	435,575	691,333	356,134	206,406	125,762	196,189	74,971	202,837	3,215,660
赤井川村		7,746	2,397	4,007	6,336	3,236	505	8,678	2,075	2,344	37,324
北海道	H28	733,620	343,593	573,332	318,402	187,197	122,393	192,250	67,891	199,644	2,738,322
赤井川村		6,113	1,769	2,209	3,399	1,785	390	7,862	1,619	3,158	28,304
北海道計	3ヶ年	2,733,047	1,309,995	1,912,890	1,006,147	618,161	386,767	676,223	260,710	645,425	9,549,365
赤井川村計		22,362	5,718	9,273	14,392	7,257	1,386	26,667	10,633	7,334	105,022
3ヶ年統計による　各国の占有率											
シェア率	北海道	28.62%	13.72%	20.03%	10.54%	6.47%	4.05%	7.08%	2.73%	6.76%	100%
	赤井川	21.29%	5.44%	8.83%	13.70%	6.91%	1.32%	25.39%	10.12%	6.98%	1.10%
3ヶ年統計による　北海道の集客人数と赤井川村の集客人数との比較(村の集客力の調査)											
全道比(%)		74%	40%	44%	130%	107%	33%	359%	371%	103%	－
赤井川村の集客力		低い	非常に低い	非常に低い	高い	やや高い	非常に低い	非常に高い	非常に高い	普通	－

その中でも、スキーリゾートを目的とした訪日外国人、FIT（長期滞在）をメインターゲットとする。

〇選定の理由

戦略１．マーケットのボリュームを重視してターゲティングする国（セールス主導）

クラブメッドのオーナー組織は中国であり、更に期待できるマーケットとなった。

道内の誘客人数からみて、まだまだ赤井川村への誘客割合が少ない国である。

近年中国は、冬期オリンピックを目前にウインタースポーツを人民に推奨しており、

ここ数年で FIT のファミリー層を中心とした利用が増えてきている。

台湾は、北海道誘客数としてボリュームのある国でありながら中国に続き、赤井川村における集客力の弱い国の１つとして選定。目指すターゲットは、ランドオペレーターが添乗するグループ旅行をターゲットとしたプロモーション活動を進めている。

〇取組方針

【磨き上げ】　中国人の誘客は観光型から体験型へ徐々に広がりをみせている。

観光商品を意識しながらも、1 日体験できるスキープログラムの開発や中国語対応のレッスン、その他のウインタースーツ体験プログラム充実を図り誘客を進める。

令和５年１２月【インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業】にて世界に誇るスノーアクティビティワールドのコンテンツ開発を行い、グループ旅行の更なる獲得を目指している。

第２ ターゲット国

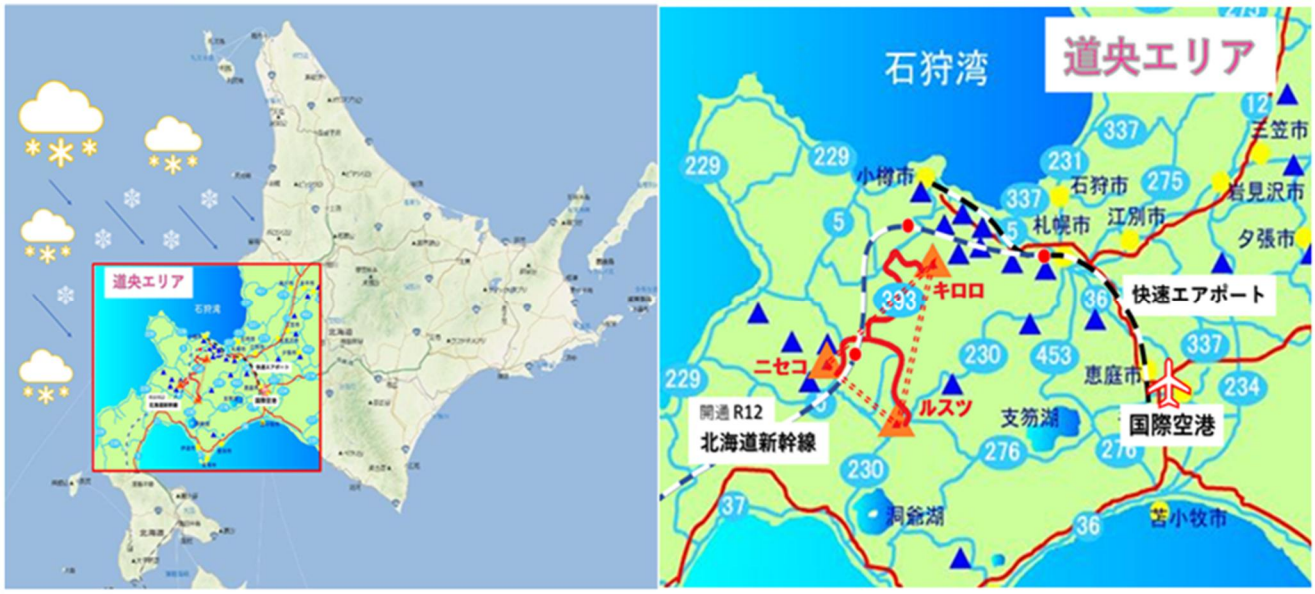
・オーストラリア

スノーリゾートに優位な国でありながら集客力が総じて高くない国として選定。

赤井川村から車でわずか 60 分程にあるニセコ地区では、平成 28 年度にはオーストラリアの来訪者はすでに 12 万人を超え、集客全体の 20%以上を締めています。

様式１

〇選定の理由
赤井川村は、ニセコエリアと肩を並べられるだけのポテンシャルや認知度はありませんが良質な雪を求めて来られるニセコの外国人に対し、赤井川村の『上質な雪と豊富な積雪量』を武器にパウダースノーを活用した様々な取組を行い、豪州スキーヤーへの認知度向上を目指した取組みを強化致します。
この戦略は、単にニセコのお客様を奪い取るという考え方ではありません、日本のスキー場における最高峰のスキーリゾートエリアとしてキロロ・ニセコ・ルスツの３大リゾートの連携を進めながら、世界の名高いのスノーリゾートと戦えるポテンシャルを持ったスキーリゾートブランドを目指します。



『道央エリア』は、日本海側から入ってくる雪雲により日本でも TOP クラスの豊富な積雪量をもたらします、標高わずか数百メートルの山でさえパウダースノーが積もるこのロケーションは、世界からみても貴重な地域です。国内ではこの数年、温暖化による雪不足でスキー場クローズという不安定な状況が続いていますが、このエリアはその影響を最小限に留める事ができます。言い換えれば、最後まで生き残れるスキー場という事になります。

【令和５年度 北海道索道実績】　名実ともに北海道 BIG３の輸送実績となっています。
１位 ニセコグランヒラフ　　２位 ルスツリゾート　　３位 キロロリゾート
（道央エリア・後志管内）　（道央エリア・後志管内）　（道央エリア・後志管内）

競争力のあるスノーリゾートの形成は、赤井川村の観光産業を大きく発展させる。
道央エリアの３大リゾートと呼ばれるニセコ・ルスツ・キロロはそれぞれに特徴があり、都心に近く降雪量が多いキロロ、広大なスキー場と宿泊施設があるルスツ、日本のスキーリゾートを代表するニセコ、この 3 つのエリアは 1 時間程で行ける距離にあり、キロロとルスツは、既にニセコ間のバス送迎を開始しています。また令和 12 年には北海道新幹線が開通しニセコエリアの倶知安駅、キロロも新小樽駅から 30 分程でアクセスできるようになります、そうなると東京都心からの日帰りスキーも夢ではありません。
かつてのニセコのように、スノーリゾートに多くの外国人が来る事で、赤井川村のベースタウンも一気に開発が進むと考えています。
我々が考えるスノーリゾートのビジョンは、この 3 つのスキー場が良い意味で競合し合いそれぞれの特徴を生かしたトライアングルな連携を組む事です。そうなれば世界有数のスノーリゾートに対しても負けないポテンシャルが構築できると考えています。それこそが日本のスキーマーケットを象徴するリーダー的な存在になるはずです。

〇取組方針
International なホテルだからこそできる海外プロモーションを活用。
海外メディア取材によるプロモーション活用の協力。
海外スター選手のソーシャルメディアを活用したプロモーション。
世界大会の誘致や映画や PV 撮影などの積極的な取組、受入れ協力。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	我が村の国際リゾートから始まる赤井川村のまちづくり この地を訪れる方もこの地に住む方も外国人が増えていく時代へ ～国際化を目指して頑張ろう！赤井川村～
②コンセプトの考え方	世界からの認知度も高いニセコ地域は、スキーリゾートを発端としてスキー場ベースタウンの開発が進み、外国人を中心とした定住者が増え、そこから二次交通の整備、夏の魅力的なコンテンツ開発へと進化を遂げました。 ニセコが徐々に観光資源を拡大している最中、赤井川村の居住エリアは、ほとんど開発が進んでいないのが現状です。 村のリゾート施設は、数々の困難を乗り越えながらも、昨年クラブメッドキロロが 本格的に OPEN、外国人観光客への依存度が更に高まっている状況、従業員数も増え、関係者スタッフの居住地域もリゾート外に移っている。これから始める赤井川村のまちづくりは、この２分化された観光施設を融合する事が重要であると考えています。 赤井川村を代表する観光リゾート施設を活用した取組み、赤井川村にある観光資源との連携を進める為に、赤川村と事業者が一丸となって 先ずは、みんなで取組めるロードマップの作成を目指します。

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。	赤井川村商工会の会長は DMO の理事、DMO の代表理事は赤井川村商工会の副理事でもあります、赤井川村の事業者の多くが加盟する商工会は、村全体の連携組織とも言え、その中で DMO が商工会の中核人材を担っている事は、多様な関係者との共有に他ならない。 商工会の理事会は、2 ヶ月に 1 回程度の頻度で開催されておりＤＭＯとしての活動や意見交換会も行われている。 また、赤井川 DMO が取り組む事業方針についても、商工会より、それぞれの協会加入事業者へ意志内容が共有されるとともに DMO に対する意見の吸い上げも行っています。
	・四半期毎に赤井川村産業課と『活動計画協議会』を開催致します。 ・年１回、DMO 通常総会、農泊推進協議会総会、各決算報告等、活動報告書を提出、決算承認を受けています。 ・DMO が中核団体を担いう農泊推進事業において、村内の農業事業者を招集し年３回程度の協議会、説明会を実施している。

様式１

	・村バス運行に関する実施計画プランを赤井川村総務課、赤井川村の公共交通事業者と四半期毎に協議会を開催している。 ・村まつり実行委員会の事務局を担っており、月１回程度村まつり協議会を開催、村内の事業者、関係者からの意見を吸い上げている。 ・年１回 赤井川村の公式ＷＥＢサイトにDMO活動報告を掲載し、村民への理解と協力を求めたPRを行っている。
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	①インバウンド誘客の利用促進に向けて、多言語対応のガイドブックの整備に向けた働きかけを行って行きます。（自治体に向けて） ②赤井川村のゲートウェイ（キロロリゾート）を活用したプロモーション ・特産品直売所の新設（JA新おたる等の連携） ・観光案内所（ウイングベイ小樽、ショッピングモールに設置） ・商品企画連動（宿泊商品に赤井川村の特産品等を組み込む） ・スキー場内に赤井川村にこだわったレストラン営業を開始、 地産地消、地域の食材を直接購入しお客様へ提供しています。
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	①ホームページの多言語対応に向けたフォロー（重要課題） ②WEB訪問者を増やすための取組、相互リンク等の仕掛けづくり ③北後志観光におけるポータルサイト【行くべし・北しりべし】による情報発信。　地域の情報発信源としての活用も行っている。 ・まるっとカルデラ農村フェス、オフィシャルサイトの構築 ・スキーの町おたる　オフィシャルサイトの構築 ④村内の宿泊施設、観光コンテンツを紹介した『カルデラの里赤井川』のポータルサイトの構築。

※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		2500	6600	8300	8500	8700
		（ ）	(1600)	(5700)	(7200)	(7400)	(7600)
	実績	599	4190	8140			
		(5)	(3290)	(7002)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	100	80	150	225	240	250
		(30)	(50)	(120)	(205)	(220)	(230)
	実績	66	67.1	210			
		(0.5)	(52)	(190)			
●来訪者満足度（%）	目標			78%	88%	90%	90%
		（ ）	（ ）	(78%)	(88%)	(90%)	(90%)
	実績	72%	75%	88%			
		(72%)	(75%)	(88%)			
●リピーター率（%）	目標		4	4.5	4.3	4.4	4.5
		（ ）	(3)	(3)	(2.3)	(2.4)	(2.5)
	実績	3.8	4.2	4.2			
		(2.6)	(2.2)	(2.2)			

※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】

スキーリゾートとしての観光需要は、ある程度限界に来ており、受け入れ態勢の更なる強化と投資が必要となる事から上振れする材料としては、価格の高騰による要因が主となる。

但し、スキー場の日帰り利用については、受入キャパとしてはまだ余力を残すも、公共交通（スキーバス）の確保が、宿泊と同様 MAX に近い事から期待できない。近年レンタカー需要が増えいる事からこのマーケットの需要拡大に期待したい。

夏期営業については、リブランドを終えたホテルが、この夏より本格的な運営が始まる事から需要拡大を期待したい。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

日帰りスキー客のレンタカー需要拡大及び、リフト券、宿泊料金等の値上げ分として毎年２%程度の売り上げ増を見込んだ。　為替の動向によっては、その上振れが大きく変わる可能性もある。

●延べ宿泊者数

スキーシーズンのホテル稼働率は、90%近い稼働率となっており、これ以上の集客は期待できない夏期のマーケットについては、これから期待するところでもあり、その分をプラスした。

●来訪者満足度
情報ソースとしてはYu KirorのWEBアンケート調査及び、スキー場CS調査結果を活用。スキー場来場者人数とホテル宿泊者人数では、大きな乖離があるためDMO独自の算定基準として数値化している。
●リピーター率
情報ソースは宿泊セグメント及びスキー場のスキーリフト券販売データの資料を提供頂きリピーター率を算出している

（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
●リフト券販売実績（千人）	目標		125	190	230	235	240
		（ ）	（ ）	（110）	（130）	（135）	（140）
	実績	103	150	222			
		（26）	（75）	（122）			
●公共交通調査リゾートバス乗車人数	目標		10000	12000	18500	18800	19000
		（ ）	（5000）	（7000）	（11000）	（11500）	（12000）
	実績	9180	11560	18000			
		（－）	（6000）	（10500）			
●WEBサイトのアクセス数（千）	目標			2800	3200	3400	3600
		（ ）	（ ）	（400）	（1000）	（1200）	（1400）
	実績	2509	2750	3000			
		（105）	（320）	（820）			
●スキー場以外のコンテンツ利用者人数	目標		2000	2500	8000	10000	11000
		（ ）	（1500）	（2400）	（7800）	（9500）	（11400）
	実績		1548	6273			
		（ ）	（1500）	（6200）			
●ニセコエリアからの日帰り利用客人数	目標				1200	2000	3000
		（ ）	（ ）	（ ）	（1200）	（2000）	（3000）
	実績	－	－	339			
		（ ）	（ ）	（339）			

※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】
観光ビジネスの中心がスキー場主体のスノーリゾートでる事から、スキー場利用に関するデータを用いたKPIとしております。

【設定にあたっての考え方】
● リフト券販売数　スキーリゾートを訪れる来場者数の把握。インバウンド販売枚数も抽出可能
目標値の設定においては、スキー場集客目標と連動させ上方修正した。

●公共交通調査　観光地域への主たる交通手段であるチャーターバスの数値化は、ツアー動向交通結節点のマーケティングに重要な役割を果たしている。目標設定においては、年々バスの確保が難しくなっており、需要と供給のバランス、バスコストの高騰を踏まえて全体的に下方修正した。

●WEBアクセス数　スキーリゾートのメイン入口、英語、日本語の訪問者数を解析。
目標値設定においては、今年度の実績を踏まえて上方修正した。

●スキー以外のコンテンツ利用者数　一昨年 OPEN したスノーアクティビティワールドの利用実績数値を活用、スキー以外のコンテンツ作りとして評価。ウインターリゾートの魅力づくりに向けての評価として利用者人数を活用。

●今シーズンより開始した、ニセコエリアからのインバウンド日帰り集客に向けたリゾートバスの利用人数を KPI として用いる。DMO が目指すニセコをゲート Way とした観光づくりの考え方の指標として長期に渡り活用していきたい。

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（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	33,773,900（円）	【国からの補助金】8,227,747 円 【都道府県からの補助金】4,100,000 円 【市町村からの補助金】800,000 円 【収益事業】20,646,153 円
2023（Ｒ５） 年度	30,153,243（円）	【国からの補助金】8,000,000 円 【市町村からの補助金】800,000 円 【収益事業】21,353,243 円 内訳：公共交通事業収入：11,826,250 円 コンサルティング等の収入：4,351,477 円 レストラン等業務委託費：5,121,691 円 他：53,825 円
2024（Ｒ６） 年度	56,447,862（円）	【国からの補助金】5,400,000 円 【市町村からの補助金】600,000 円 【北海道観光機構等による連携事業】11,960,000 円 【収益事業】38,111,018 円 主な内訳：公共交通事業収入：20,471,784 円 観光コンテンツ造成事業：3,400,000 円 コンサル等業務委託費：2,868,530 円 レストラン等営業収入：8,413,704 円 【営業外収入】376,844 円
2025（Ｒ７） 年度	40,900,000（円）	【北海道観光機構等による連携事業】12,000,000 円 【収益事業】28,650,000 円 主な内訳：公共交通事業収入：9,300,000 円 観光コンテンツ造成事業：2,900,000 円 コンサル等業務委託費：2,880,000 円 レストラン等営業収入：13,570,000 円 【営業外収入】250,000 円（円）
2026（Ｒ８） 年度	42,000,000（円）	【北海道観光機構等による連携事業】10,000,000 円 【収益事業】31,650,000 円 主な内訳：公共交通事業収入：9,300,000 円 観光コンテンツ造成事業：2,900,000 円 コンサル等業務委託費：2,880,000 円 レストラン等営業収入：16,570,000 円 【営業外収入】350,000 円

2027（Ｒ９） 年度	42,000,000（円）	【収益事業】41,650,000 円 主な内訳：公共交通事業収入：9,300,000 円 観光コンテンツ造成事業：2,900,000 円 コンサル等業務委託費：3,880,000 円 レストラン等営業収入：25,570,000 円 【営業外収入】350,000 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	29,828,819（円）	【事務局経費】　4,850,700 円 【観光促進事業経費】13,336,000 円 【農泊推進事業費用】691,478 円 【交通連携事業費用】8,850,775 円 【レストラン事業】1,486,484 円 【その他事業費】613,382 円
2023（Ｒ５） 年度	28,462,522（円）	【事務局経費、人件費等】　7,282,414 円 【観光コンテンツ造成等】16,129,159 円 【事業支援金】400,000 円 【その他事業費】809,262 円 【原価償却費等】2,327,580 円 【法人税、消費税等事業外経費】1,514,107 円
2024（Ｒ６） 年度	48,852,227（円）	【売上経費】37,535,872 円 【売上原価】564,486 円 【営業外経費】524,137 円
2025（Ｒ７） 年度	42,000,000（円）	【売上経費】33,500,000 円 【売上原価】 8,000,000 円 【営業外経費】500,000 円
2026（Ｒ８） 年度	42,000,000（円）	【売上経費】30,500,000 円 【売上原価】11,000,000 円 【営業外経費】500,000 円
2027（Ｒ９） 年度	42,000,000（円）	【売上経費】27,500,000 円 【売上原価】14,000,000 円 【営業外経費】500,000 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

関連するリゾート地域のホテル事業者より、観光地域づくりへの協力金を兼ねたコンサルティング料の収入。近年では DMO 主体の公共交通事業の安定的な事業収益が得られている。
その他、DMO が出資するレストラン事業の業務委託費等も安定的な財源となっている。

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

北海道余市郡赤井川村は、赤井川村国際リゾート推進協会を赤井川村における地域ＤＭＯとして登録したいので赤井川村国際リゾート推進協会とともに申請します。

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）

赤井川村における観光づくりを柱事業者は赤井川村ＤＭＯのみで、観光協会も存続していない事から重複しておりません。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	小野寺　順一
担当部署名（役職）	DMO 事務局 CFO　/
郵便番号	046-0593
所在地	北海道余市郡赤井川村字常盤 128 - 1
電話番号（直通）	（0135）35 - 3124
ＦＡＸ番号	（0135）35 - 3102
Ｅ－ｍａｉｌ	junichi.onodera@visit-akaigawa.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	赤井川村
担当者氏名	神 信弘
担当部署名（役職）	産業課　課長
郵便番号	046-0501
所在地	北海道余市郡赤井川村赤井川７４－２
電話番号（直通）	０１３５－３４－６２１１（内３２）
ＦＡＸ番号	０１３５－３４－６６４４
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyouka@akaigawa.com

都道府県･市町村名	赤井川村
担当者氏名	須藤　雅俊
担当部署名（役職）	産業課　係長
郵便番号	046-0501
所在地	北海道余市郡赤井川村赤井川７４－２
電話番号（直通）	０１３５－３４－６２１１（内３２）
ＦＡＸ番号	０１３５－３４－６６４４
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyouka@akaigawa.com

（登録）【地域DMO】一般社団法人赤井川村国際リゾート推進協会

様式２

記入日：　令和7年　7月20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　余市郡　赤井川村
【設立時期】 2020年7月31日
【設立経緯】
区域に観光協会があったが役割分担等をした上でDMOを新設
【代表者】　渡邊　　裕文
【マーケティング責任者（CMO）】 栗原　有希
【財務責任者（CFO）】　小野寺　順一
【職員数】 5人（常勤2人（正職員1人・出向等1人）、非常勤3人）
【主な収入】
　収益事業　38百万円、補助金（国、道、地域、企業）18百万円
【総支出】
　事業費　48.8百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
　赤井川村商工会、（株）KRH　合同会社キロロリゾート
　（株）AIR　新小樽農協協同組合　（有）赤井川ハイヤー

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	（　）	2500（1600）	6600（5700）	8300（7200）	8500（7400）	8700（7600）
	実績	599（５）	4190（3290）	8140（7002）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	100（30）	80（50）	150（120）	225（205）	240（220）	250（230）
	実績	66（0.5）	67.1（52）	210（190）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	（　）	（　）	78%（78%）	88%（88%）	90%（90%）	90%（90%）
	実績	72%（72%）	75%（75%）	88%（88%）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	（　）	4（3）	4.5（3）	4.3（2.3）	4.4（2.4）	4.5（2.5）
	実績	3.8（2.6）	4.2（2.2）	4.2（2.2）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　スキーリゾートを目的とした訪日外国人、FITバケーション（長期滞在）の取り込。

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
海外メディア取材によるプロモーション強化
外資系ホテルの顧客ネットワークの活用

【観光地域づくりのコンセプト】
我が村の国際リゾートから始まる赤井川村のまちづくり。来る人、住む人、外国人
国際化を目指して頑張ろう！赤井川村

具体的な取組

【広域周遊観光促進事業】　中国インバウンドをターゲットとしたメディカル＆ウエルネスツーリズムをコンテンツ化、小樽市済生会病院と連携しワークショップの開催、モニタリング商談会等を実施しました。

【小樽港マリーナの魅力向上への取組】　ナイトタイムの魅力づくりとしてライトアップを行い、テラス席を改修して海を眺めての地中海料理を味わえるレストランをOPEN、観光名所としての利用を狙う。

【行くべし北しりべし】　北後志観光のポータルサイト2ヶ国語対応へ。

【ニセコからキロロへ スキーバス運行】 スタート。ニセコ滞在のお客様をターゲットとした、ラグジュアリーなスキーバス運行を開始。