

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年1月16日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

|  |  |  |
|--|--|--|
| 申請区分   | 広域連携DMO・地域連携DMO・ <span style="border: 1px solid black; padding: 1px;">地域DMO</span> |  |
| 観光地域づくり法人の名称                                       | (一社) 野沢温泉マウンテンリゾート観光局  |  |
| マーケティング・マネジメント対象とする区域                              | 長野県下高井郡野沢温泉村   |  |
| 所在地  | 長野県下高井郡野沢温泉村大字豊郷 9780 番地 4   |  |
| 設立時期   | 令和5年1月23日  |  |
| 職員数  | 4人【常勤1人(正職員0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)<br>※必ず記入すること    | (氏名)<br>河野 健児<br>(出身組織名)<br>(一社) 野沢温泉観光協会 他  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年より(一社)野沢温泉観光協会の代表理事(会長)に就任</li> <li>・スキークロス競技の選手としてワールドカップ等12年に渡り世界を転戦</li> <li>・ツリーハウスを生かしたキャンプや自然体験を提供する“Life Farming Camp”や、SUPツアーの開催を行うnozawa green field代表</li> <li>・ヴェクターグライド(スキー/スノーボード)、ピークス5(SUP)などの開発に従事</li> </ul> |
| データ収集・分析等の専門人材(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー)<br>※必ず記入すること | (氏名)<br>小田切 美幸「専従」<br>(出身組織名)<br>(一社) 野沢温泉観光協会                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・(一社)野沢温泉観光協会に14年間勤務</li> <li>・村の観光に関する業務全般に広く従事し、村内外に人的ネットワークを持つ</li> <li>・宿泊施設案内の他、イベントやまちづくりを中心とした業務を通じた観光地域マーケティングを実施</li> </ul>  |
| 財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー)<br>※必ず記入すること          | (氏名)<br>富井 健一<br>(出身組織名)<br>野沢温泉村観光産業課<br>商工観光係                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・野沢温泉村に32年間勤務</li> <li>・観光産業課において、村の主要産業である観光事業を多様なステークホルダーとともに自治体職員として推進</li> <li>・DMOとしての持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を地方公共団体と連携して実施</li> </ul>  |
| プロモーション部門(プロモーションの責任者)(専門人材)                       | (氏名)<br>高澤 公治<br>(出身組織名)<br>(株)野沢温泉  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社野沢温泉において、18年間勤務</li> <li>・日本を代表するスノーリゾートの広報営業の責任者として国内外に対するブランディング・プロモーション等を展開</li> <li>・地域におけるネットワークを活用し、地域に密着した効果的な情報発信を実施</li> </ul>  |

(別添) 様式 1

| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割              | 野沢温泉村観光産業課 (行政全般)   |    |      |      |  |    |      |         |                        |
|-----------------------------------|---|----|------|------|--|----|------|---------|------------------------|
| 連携する事業者名及び役割                      | 野沢温泉観光協会 (観光事業全般)<br>株式会社野沢温泉 (スキー場運営等の地域観光資源を活用した事業者)<br>野沢温泉旅館ホテル事業協同組合 (宿泊事業者)<br>野沢温泉商工会 (小売等事業者)<br>のざわ温泉交通株式会社 (2次交通事業者)  |    |      |      |  |    |      |         |                        |
| 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>【該当する登録要件】①、②<br/>(概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>野沢温泉村 (行政)、野沢温泉観光協会 (観光事業全般)、株式会社野沢温泉 (スキー場運営等の地域観光資源を活用した事業者)、野沢温泉旅館ホテル事業協同組合 (宿泊事業者)、野沢温泉商工会 (小売等事業者) の代表者が参画</li> <li>観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、「検討協議会」(月1回開催)を設置、また個別のテーマを対象とした分科会(「DX分科会」「PR分科会」「財源開発分科会」、月1回開催)を設置</li> </ul> <p>[参考] 登録要件</p> <p>①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画</p> <p>②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等を設置</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   | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域住民への理解促進や啓発のための勉強会、説明会、意見交換会やシンポジウム等を開催</li> <li>村民参加型ワークショップ等の開催</li> </ul>   |    |      |      |  |    |      |         |                        |
| 法人のこれまでの活動実績                      | <p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="464 1272 1425 1509"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>団体設立</td> <td>令和2年7月 野沢温泉マウンテンリゾート協議会 設立<br/>DMO設立に向けて継続的な協議を実施<br/>令和5年1月 (一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局 新規設立</td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>野沢温泉村、野沢温泉観光協会、株式会社野沢温泉、野沢温泉旅館ホテル事業協同組合、野沢温泉商工会による、月に1度の定期的な連絡会議を9年前から開催</li> <li>各団体で連携しながらのプロモーションや各種イベント実施を行ってきた</li> </ul> <p>(参考：野沢温泉観光協会の2022年度活動概要)</p> <table border="1" data-bbox="464 1899 1425 1973"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>国内旅行業事業</td> <td>会員宿泊施設への斡旋事業、旅行商品販売事業等</td> </tr> </tbody> </table> | 事業 | 実施概要 | 団体設立 | 令和2年7月 野沢温泉マウンテンリゾート協議会 設立<br>DMO設立に向けて継続的な協議を実施<br>令和5年1月 (一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局 新規設立 | 事業 | 実施概要 | 国内旅行業事業 | 会員宿泊施設への斡旋事業、旅行商品販売事業等 |
| 事業                                | 実施概要  |    |      |      |  |    |      |         |                        |
| 団体設立                              | 令和2年7月 野沢温泉マウンテンリゾート協議会 設立<br>DMO設立に向けて継続的な協議を実施<br>令和5年1月 (一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局 新規設立  |    |      |      |  |    |      |         |                        |
| 事業                                | 実施概要  |    |      |      |  |    |      |         |                        |
| 国内旅行業事業                           | 会員宿泊施設への斡旋事業、旅行商品販売事業等  |    |      |      |  |    |      |         |                        |

(別添) 様式 1

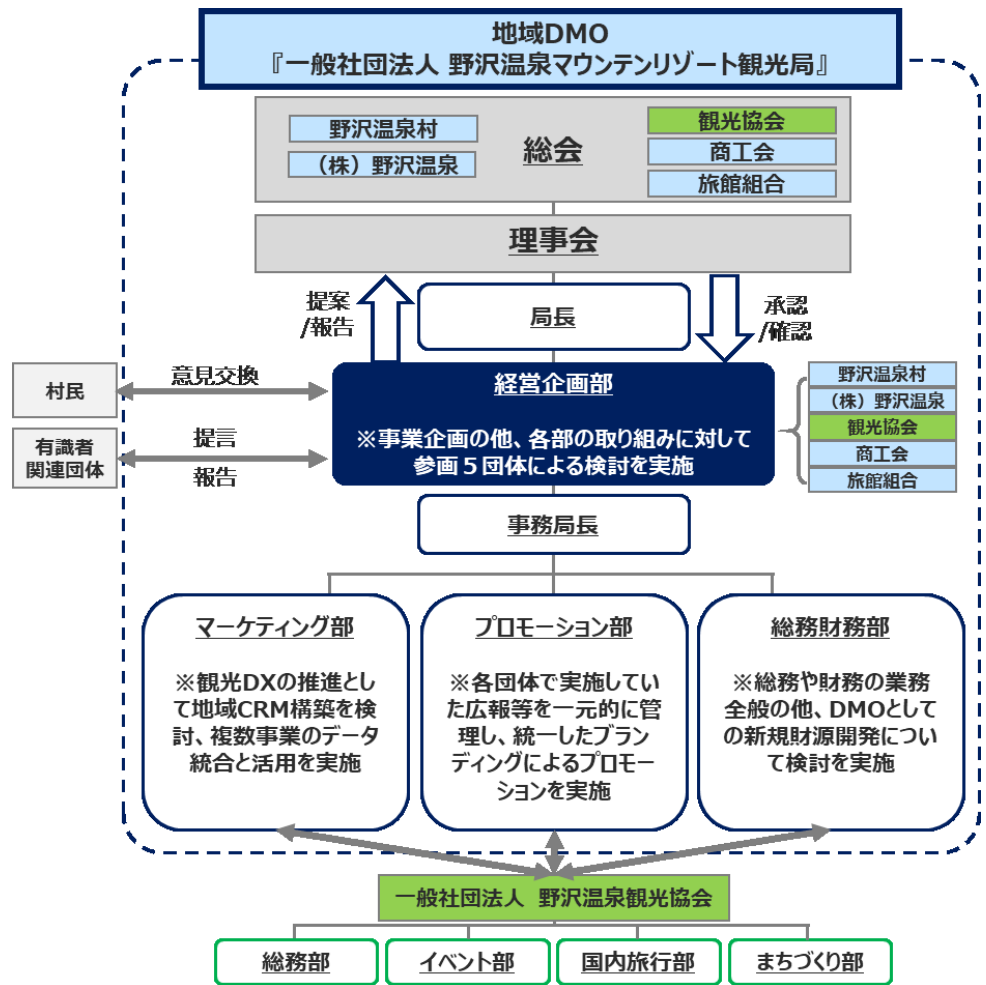
|              |                        |
|--------------|------------------------|
| インバウンド事業     | インバウンド事業推進、海外メディア受入対応等 |
| ウェルビーイング事業   | スポーツワーケーション等の商品開発等     |
| 観光イベント事業     | 村内イベントの実施、関連するその他事業等   |
| 芸能保存会活動事業    | 小唄保存会活動支援、道祖神太鼓保存会活動支援 |
| 物品販売事業       | E Cサイト販売事業、関連グッズ販売事業等  |
| 受託契約業務事業     | リフト券販売事業、宿泊補助券対応業務等    |
| 駐車場管理運営事業    | 3バスターミナルの管理運営等         |
| 宣伝広告事業       | 各種宣伝キャンペーン、SNS 広報宣伝等   |
| 観光PR事業       | マスコミ招待会事業、HP 管理更新事業等   |
| JA 観光振興協議会連携 | JA との連携による誘客展開等        |
| 広域観光事業       | 信越9市町村広域観光連携会議による連携等   |
| 魅力創出・環境保全事業  | まちづくり関連公園事業等           |
| その他事業        | 地域産業振興事業、観光客等受入体制整備事業等 |

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)

- ・DMOメンバーには、行政、観光協会、宿泊業者のほか、アクティビティ(スキー場)、商工業等、多様な関係者が参画し、官民が密接に連携した運営を実施、将来的には観光協会を統合することを想定

(実施体制図)



## 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

### 【区域の範囲が分かる図表を挿入】



### 【区域設定の考え方】

- ・野沢温泉村は「湯山村」として、鎌倉時代中期の文永9年（1272）から歴史的な資料としての記録が残っており、江戸時代初期にはすでに24軒もの宿屋があったといわれ、以降も現在に至るまで温泉地として栄えてきた
- ・大正12年に野沢温泉スキー倶楽部が発足し、スキー場の開発とスキーヤーの誘致を行い、国内最大級のスキー場である野沢温泉スキー場を有する区域となっている
- ・また地形的には東に三国山脈の傍系としてそびえる毛無山（1,650m）を頂点として、西に流れる千曲川に傾斜し、村内に流れる一級河川の赤滝川、湯沢川、池の沢川はいずれも毛無山に源を発して千曲川に注いでおり、山（スキー場）に囲まれた谷（温泉街）地形に観光資源が集中し、周辺自治体から空間的にやや隔てられた位置となっている
- ・上記のような理由から、歴史的な背景や地域の一体性をもとに、観光客の視点より野沢温泉村の村域全体をDMOがマーケティング・マネジメントする区域として設定する

### 【観光客の実態等】

- ・令和3年度の観光入り込み客数は47万人、延べ宿泊者数36万人、消費額29億2千万円
- ・観光入込客数のうち、毎年50%以上がスキー観光により構成されており、一方で温泉観光を中心としたスキー観光以外の観光入込客数は年間30万人前後で安定している

## (別添) 様式 1

- ・パウダースノーへの関心等によるインバウンドの増加により、減少していたスキー場利用者が増加に転じたが、新型コロナウイルスの影響で現状は不安定な動向となっている

### 【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】

- ・温泉
  - 村内ある 13 箇所の外湯（湯仲間による管理）は観光客も無料で利用できる
  - 温泉旅館では内湯を楽しむことができる
  - 有料での日帰り温泉である「麻釜温泉公園 ふるさとの湯」
  - 村内に複数の足湯があり、温泉卵の体験等も実施できる
  - 野沢温泉スパリーナでは、展望露天風呂・プール・サウナの他、レストラン等を設置
- ・スキー場
  - 最長滑走距離は日本のスキー場の中でも最長の 10km
  - スキー場総面積は 785ha（総コース面積 297ha）
  - ゴンドラ 2 本、リフト 21 本による 36 コース
  - 長坂センターハウス、レストハウスやまびこ、日影インフォメーションセンター等の大型施設の他、複数のレストラン等を配置
- ・イベント
  - 春のイベント：野沢温泉菜の花パノラママーチ、つつじまつり、たけのこまつり
  - 夏のイベント：マウントトレイル、納涼盆おどり、湯沢神社例祭、北信州ハーフマラソン
  - 秋のイベント：道祖神太鼓コンサート「打楽」、のざわな蕪四季會社蕪主總會
  - 冬のイベント：オープニングイベント、カウントダウン、道祖神祭り、冬の灯明夜まつり
- ・観光施設
  - 歴史：湯沢神社、薬王山健命寺、千仏堂、温泉薬師堂、つつじ山公園・百番観音
  - 文化：日本スキー博物館、おぼろ月夜の館（斑山文庫）、岡本太郎作品、道の駅野沢温泉
  - 自然：麻釜（おがま）、見晴台、巢鷹湖
- ・アクティビティー等
  - 野沢菜収穫/漬け込み体験、伝統工芸「つる細工」体験、湯葉づくり体験、きのこ狩り体験、魚のつかみ取り体験、集印巡り、野沢温泉朝市
  - スキー/スノーボード、スノーシューイング、SUP、カヌー、MT バイク、トレッキング、ヨガ、ボルダリング、キャンプ、ジップスカイライド

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・施設数 218 件、部屋数 2,028 部屋、収容人数 6,827 人

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・東京：車で約 3 時間 20 分、電車・バスで約 2 時間 25 分
- ・名古屋：車で約 4 時間、電車・バスで約 4 時間
- ・大阪：車で約 6 時間、電車・バスで約 4 時間 10 分
- ・金沢：車で約 3 時間 15 分、電車・バスで約 1 時間 40 分
- ※電車は北陸新幹線等で飯山駅まで移動、村までは直通バス「野沢温泉ライナー」で約 25 分

### 【外国人観光客への対応】

- ・観光協会内にインバウンド部会を設置、宿泊施設における滞在の利便性・快適性向上を目指し、設備の充実の他、長野新潟スノーリゾートアライアンスと連携し、現地セールス等も実施
- ・キャッシュレス決済の導入（講習会等の実施）、海外カードに対応した ATM の導入
- ・インバウンド向けの英語表記ホームページの作成・運用
- ・外国人向けインストラクターによるレッスン等の実施

### 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        | 長野県観光地利用者統計等を活用して実施 |
| 延べ宿泊者数  | 宿泊者数の推移を把握するため                      | 長野県観光地利用者統計等を活用して実施 |
| 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 | アンケート調査を実施          |
| 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           | アンケート調査を実施          |

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

##### 背景と課題①：マーケティング戦略

- ・各団体間での調整会議等は実施されているが、村内の団体や事業者が、村の観光戦略を共有し同じ方針（KGI）で目標（KPI）への取り組みを行えていない
- ・宿泊者データ、スキー場利用者データ、イベント参加者データ等を各団体がバラバラに取得しており、活用がなされていない

##### 背景と課題②：役割分担

- ・情報発信や広報 PR などの実施が、各団体で重複している（パンフレット、ホームページ、動画配信等）
- ・各団体における非効率性と、来村者にとって複数の情報源があると複雑かつ不便

##### 背景と課題③：新規取組

- ・社会の変化が激しい中で、それぞれの団体内に収まってしまい包括的な対応を行うことが困難
- ・時代に即した村全体の観光のあり方を継続的に改善していく検討を行う主体が無い

##### 背景と課題④：財源調達

- ・スキー場はリフト券売上が大きいですが、その他の団体は会費等の収入が中心となっており、村における新たな観光事業への投資は難しい
- ・村の予算としては、観光分野にも多くを支出しているが、公平性平等性の観点から配慮が必要

##### 背景と課題⑤：人材確保・育成

- ・明確な季節性のある地域における観光事業であることから通年での安定的な人材雇用が難しい
- ・デジタル化への対応が求められているが、データ分析を行う人材を各組織で確保することが困難

#### (2) 地域の強みと弱み

|      | 好影響   | 悪影響   |
|------|---|---|
| 内部環境 | <p><b>強み (Strengths)</b></p> <p><b>○日本を代表するスノーリゾート</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界でも有数のパウダースノー環境</li> <li>・国内最大級の滑走距離を誇る施設規模</li> <li>・新型ゴンドラ整備等による設備投資</li> <li>・関東圏、関西圏からの新幹線アクセス</li> </ul> <p><b>○外湯文化を体験できる温泉街としてのブランド</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・13の外湯を誇るコンパクトな温泉街</li> <li>・村の象徴的な景観としての麻釜や大湯</li> <li>・村内の飲食、宿泊等機能に対する新規投資事業</li> </ul> | <p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <p><b>○スキー場や村内施設の空間的キャパシティ上限</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スキー場来場者過多の際のサービスレベルの低下（年間 50 万人が上限目安）</li> <li>・宿泊施設の減少や大規模宿泊施設が無い</li> <li>・村内道路が狭く、大型バスが通行できない</li> <li>・スキー場他、村内施設の老朽化</li> </ul> <p><b>○データ活用、デジタルマーケティング対応の遅れ</b></p> |

(別添) 様式 1

|             |   |  |
|-------------|---|--|
|             | <p><b>○四季の魅力（自然、歴史文化）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・心身の豊かさの体験：自然、季節、スポーツ、温泉</li> <li>・野沢菜漬けを代表とする発酵食品、お酒、ジビエ等によるガストロノミー</li> <li>・火祭りを代表とする伝統行事や地域イベント</li> </ul> <p><b>○地域特性のある人材ネットワーク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・野沢組惣代（自治組織）等の活動による密なローカルネットワーク</li> <li>・ウィンタースポーツのアスリートネットワーク</li> <li>・スポーツアクティビティ事業者</li> <li>・村の魅力に引き付けられた国内外からの移住者</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊者、スキー場利用者、イベント参加者等のデータが各団体にバラバラに存在</li> <li>・データを活用したマーケティングやブランディングの不足</li> <li>・観光 DX を推進する専門人材の不足</li> </ul> <p><b>○村の統一的な観光戦略の不足</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーンシーズンのコンテンツ不足による観光客の来村時期の偏り</li> <li>・旧来型観光からの「新たな旅のスタイル」への変革意識が希薄</li> <li>・新たな観光事業実施に対する財源調達手法の不足</li> </ul> <p><b>○観光事業実施体制の脆弱性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・時代に即した村全体の観光のあり方を継続的に改善していく検討主体が無い</li> <li>・観光関係者の役割が重複している項目がある（ブランディング、広報、PR 等）</li> <li>・通年の雇用不安定や、人口減少・少子高齢化による働き手の不足</li> </ul> |
| <p>外部環境</p> | <p><b>機会（Opportunity）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○豪州やアジアを中心としたインバウンド観光客の増加</li> <li>○ワーケーションやグランピング等の新たな旅のスタイルの増加</li> <li>○SDGs・ウェルビーイング等を含めた自然環境への関心増加</li> </ul>   | <p><b>脅威（Threat）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○社会的な変動影響に脆弱（感染症、災害等）</li> <li>○人口減少等に伴うスノースポーツ人口の減少</li> <li>○気候変動による降雪不足リスクの高まり</li> </ul>   |

(3) ターゲット

|   |
|---|
| <p>○第1ターゲット層（スノーシーズン）<br/>欧米豪・アジアのスノーアクティビティ関心層</p>   |
| <p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・パウダースノーを中心にスノーアクティビティに対する魅力に対し、オーストラリアからの来村者が国内でも特に多く（インバウンドにおける約 55%）、一定のリピーター率を実現できている</li> <li>・インバウンド観光客は滞在日数も長く消費単価も高いため、今後も野沢温泉独自の強みを生かしたコンテンツ造成やマーケティングの実施により、マーケットの拡大が期待できる</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者満足度調査から、リピーター化につながる要因を分析し、ソフト・ハードの両面からコンテンツの磨き上げ等の事業を展開する</li> <li>・近隣リゾートにおけるインバウンド状況等から、マーケットの拡大が期待できる地域に対してのプロモーションを展開する</li> </ul> |
| <p>○第2ターゲット層（グリーンシーズン）<br/>東名阪を中心とした都市部のファミリー層、アクティブシニア層</p>  |
| <p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸新幹線を中心とした交通アクセス性の高さを活かし、東名阪等の都市部在住の新たな旅スタイルに興味を持つ層に対するマーケットの拡大が期待できる</li> <li>・地域のコンテンツを活用し中長期的に地域に滞在いただくことで、消費単価の向上や、地域への愛着度の醸成が可能となり、リピーター率の向上が期待できる</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四季の魅力を再整理・再発信することにより、スノーシーズンに頼らないオールシーズンのマウンテンリゾートとしてブランディングを実施する</li> </ul>   |

・デジタルマーケティングを取り入れ、顧客情報を連携させながらニーズに合わせた情報発信等のマーケティングを実施する

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

|            |  |
|------------|--|
| ①コンセプト     | <b>『水の谷の伝承』</b><br>水と人が豊かに暮らす郷村  |
| ②コンセプトの考え方 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・自治体名に唯一「温泉」の名称が含まれる温泉、世界的に評価の高いパウダースノー、湧き水などの地域独自の「水資源」と、そこから生まれる入浴・湯治、スノーアクティビティ、飲食（飲料水、地酒、クラフトビール、クラフトジン、お米、野菜、郷土料理）などの活動が村民の営みとして歴史的に連綿と伝承されており、暮らすように旅ができる点からも、中長期滞在に適している</li> <li>・これからの世界において豊かな水文化とともに暮らすことができる地域自体が、非常に貴重なエリアになることが想定され、それらの暮らしに観光客が入り込むこと自体を主要観光コンテンツと位置付けることで、世界的な観光競争に対しても差別化を図る</li> <li>・地域の強みを包括する概念となる水と、これからの世界的な社会変化を踏まえたコンセプトとした</li> </ul> |

#### 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。     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「DMO検討協議会」を月に1度開催：事業企画の他、DMOの各部の取り組みに対して参画5団体による検討を実施</li> <li>・検討分科会を月に1度開催：観光DX、総合プロモーション、財源開発のテーマに対する検討を実施</li> <li>・DMOが主催する地域内事業者による意見交換等のコミュニケーションの場を年に複数回設ける</li> <li>・観光DXへの個々の事業者への支援・相談の対応や、勉強会の実施</li> <li>・DMOのミッション・ビジョンを明確化し、地域内関係者に説明を行うとともに、内外に向けて情報発信することで共通した認識の下でのブランディングに繋げる</li> </ul> |
| 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  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・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対する来訪者満足度のフィードバック</li> </ul>   |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・主要コンテンツが統合されたホームページによる一元的な情報発信・プロモーションの実施</li> <li>・地域内のアクセス性の高い場所における、来訪者に対する観光窓口案内の実施</li> </ul>  |



## 6. KPI (実績・目標)

## (1) 必須KPI

| 指標項目            |    | 2019<br>(R1)<br>年度 | 2020<br>(R2)<br>年度 | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 |
|-----------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●旅行消費額<br>(百万円) | 目標 | —                  | —                  | —                  | 4,500              | 5,000              | 5,500              |
|                 | 実績 | 4,476<br>(—)       | 3,850<br>(—)       | 2,920<br>(—)       | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           |
| ●延べ宿泊者数<br>(千人) | 目標 | —                  | —                  | —                  | 500<br>(10.0)      | 600<br>(20.0)      | 700<br>(30.0)      |
|                 | 実績 | 520<br>(19.6)      | 483<br>(4.8)       | 364<br>(1.1)       | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           |
| ●来訪者満足度<br>(%)  | 目標 | —                  | —                  | —                  | 88<br>(88)         | 89<br>(89)         | 90<br>(90)         |
|                 | 実績 | 83<br>(—)          | 85<br>(—)          | 86<br>(—)          | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           |
| ●リピーター率<br>(%)  | 目標 | —                  | —                  | —                  | 60.0<br>(60.0)     | 65.0<br>(65.0)     | 70.0<br>(70.0)     |
|                 | 実績 | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           |

※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】

- ・関係団体による検討協議会において、長野県観光関連統計等を参照し設定した

## 【設定にあたっての考え方】

## ●旅行消費額

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、大幅に落ち込んだ観光需要を考慮
- ・長野県観光関連統計等の動向や社会情勢を踏まえ決定

## ●延べ宿泊者数

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、大幅に落ち込んだ観光需要を考慮
- ・長野県観光関連統計等の動向や社会情勢を踏まえ決定

## ●来訪者満足度

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、大幅に落ち込んだ観光需要を考慮
- ・毎年1%ずつの上昇を目標とする

## ●リピーター率

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、大幅に落ち込んだ観光需要を考慮
- ・将来的なりピーター率目標を70%とし、毎年5%ずつの上昇を目標とする

## 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(円)                                   |
|----------------|------------|---|
| 2022(R4)<br>年度 | 100,000    | 【業務受託】100,000                           |
| 2023(R5)<br>年度 | 50,000,000 | 【業務受託】40,000,000<br>【国からの補助金】10,000,000 |
| 2024(R6)<br>年度 | 50,000,000 | 【業務受託】40,000,000<br>【国からの補助金】10,000,000 |

### (2) 支出

| 年(年度)          | 総支出(円)     | 内訳(円)  |
|----------------|------------|--|
| 2022(R4)<br>年度 | 100,000    | 【一般管理費】100,000   |
| 2023(R5)<br>年度 | 50,000,000 | 【一般管理費】5,000,000<br>【情報発信・プロモーション】35,000,000<br>【観光DX対策費等】10,000,000 |
| 2024(R6)<br>年度 | 50,000,000 | 【一般管理費】5,000,000<br>【情報発信・プロモーション】35,000,000<br>【観光DX対策費等】10,000,000 |

### (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

- ・中期的に観光協会と統合し事業を実施
- ・企業版ふるさと納税の活用による運営資金確保の検討を実施
- ・宿泊税等の導入を視野に、地方税の活用検討を実施

## 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

- ・(一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局では、野沢温泉村の主要産業である観光事業に対して、地域全体の事業者を巻き込みながらの取り組みを行うため、まちづくりとしての村の主要な事業を行うこととなる。
- ・よって野沢温泉村は、(一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局を野沢温泉村における地域DMOとして登録したいため、(一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局とともに申請する。

## 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(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】

- ・活動区域が重複する地域連携DMOである(一社)信州いいやま観光局には、野沢温泉村も構成団体として参画している。定期的な会議や情報交換等を行うことで、各取組に対する意見交換を実施している。

【区域が重複する背景】

- ・地域連携DMO(一社)信州いいやま観光局では、北陸新幹線「飯山駅」を中心に半径20km圏にある9市町村(飯山市・中野市・妙高市・山ノ内町・信濃町・飯綱町・木島平村・野沢温泉村・栄村)にまたがるエリアを「信州自然郷」として活動の区域としている。
- ・野沢温泉村への公共交通を利用したアクセスとしては、北陸新幹線「飯山駅」から、直通バスである野沢温泉ライナー(のぞわ温泉交通)での来村がメインとなっており、飯山市を含めた地域連携は必須である。
- ・野沢温泉村としては、飯山駅を中心とした観光振興のため、地域連携DMOの(一社)信州いいやま観光局に構成員として参画している。

【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である(一社)信州いいやま観光局の事業としては、広域のサイクリングルート設定など、自治体の区域をまたいだ連携が必要な事業を主に実施している。そのうえで野沢温泉村も連携が必要となる事業に関して対応を実施している。
- ・地域DMOである(一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局の事業としては、野沢温泉内での各事業者との対応、個別事業実施、イベント実施など、区域内における細やかな事業を実施する。

【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】

- ・飯山市と野沢温泉村においては、地域連携DMOの設立以前から、複数のイベントなどで相互連携してきた歴史があり、自治体圏域を越えた活動を実施してきた。
- ・今後も地域連携DMOと地域DMOという組織体制となったうえでも、広域的な連携が必要とな

(別添) 様式 1

る事業と地域に密着した事業という位置付けで、それぞれの役割分担の上で連携することにより、観光客の様々なニーズに対応した効率的、効果的な活動の遂行が期待できる。

**10. 記入担当者連絡先**

|             |                                 |
|-------------|---------------------------------|
| 担当者氏名       | 富井 健一                           |
| 担当部署名 (役職)  | 野沢温泉村 観光産業課 商工観光係               |
| 郵便番号        | 〒389-2502                       |
| 所在地         | 長野県下高井郡野沢温泉村豊郷 9817             |
| 電話番号 (直通)   | 0269-85-3114                    |
| F A X 番号    | 0269-85-3803                    |
| E - m a i l | 0165@vill.nozawaonsen.nagano.jp |

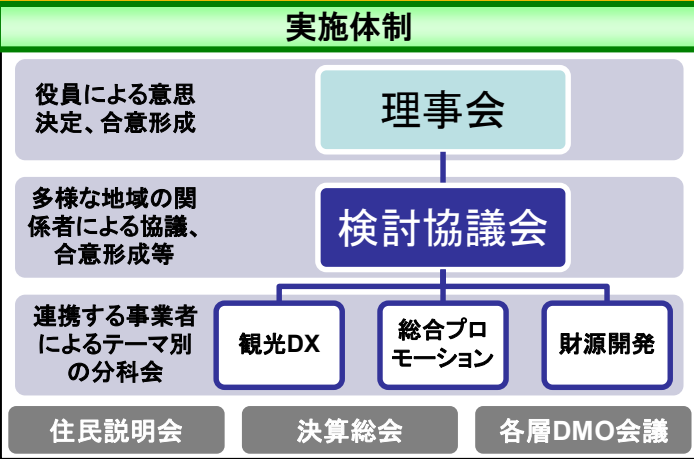
|             |   |
|-------------|---|
| 担当者氏名       | 小田切 美幸                                  |
| 担当部署名 (役職)  | (一社)野沢温泉マウンテンリゾート観光局<br>(野沢温泉観光協会 事務次長) |
| 郵便番号        | 〒389-2502                               |
| 所在地         | 長野県下高井郡野沢温泉村豊郷 9780-4                   |
| 電話番号 (直通)   | 0269-85-3155                            |
| F A X 番号    | 0269-85-3883                            |
| E - m a i l | miyuki@nozawakanko.jp                   |

**11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先**

|             |                                 |
|-------------|---------------------------------|
| 担当者氏名       | 富井 健一                           |
| 担当部署名 (役職)  | 野沢温泉村 観光産業課 商工観光係               |
| 郵便番号        | 〒389-2502                       |
| 所在地         | 長野県下高井郡野沢温泉村豊郷 9817             |
| 電話番号 (直通)   | 0269-85-3114                    |
| F A X 番号    | 0269-85-3803                    |
| E - m a i l | 0165@vill.nozawaonsen.nagano.jp |
| 担当者氏名       | 富井 健一                           |

【区域】 長野県、下高井郡、野沢温泉村  
 【設立日】 令和5年1月16日  
 【登録日】 令和5年3月31日  
 【代表者】 河野健児  
 【マーケティング責任者(CMO)】小田切美幸  
 【財務責任者(CFO)】富井健一

【職員数】 4人  
 (常勤1人(正職員0人、出向等1人)、非常勤3人)  
 【連携する主な事業者】  
 野沢温泉村(行政)、野沢温泉観光協会(観光事業全般)、株式会社野沢温泉(スキー場運営等)、野沢温泉旅館ホテル事業協同組合(宿泊事業者)、野沢温泉商工会(小売等事業者)、のぞわ温泉交通株式会社(2次交通事業者)



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】  
 野沢温泉村全域  
 ・温泉街、スキー場等

### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 (①、②)  
 【概要】  
 ・野沢温泉村(行政)、野沢温泉観光協会(観光事業全般)、株式会社野沢温泉(スキー場運営等の地域観光資源を活用した事業者)、野沢温泉旅館組合(宿泊事業者)、野沢温泉商工会(小売等事業者)の代表者が参画  
 ・観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、検討協議会を設置、また個別のテーマを対象とした複数の分科会(ワーキンググループ)を設置

### 戦略

【主なターゲット①】  
 欧米豪・アジアのスノーアクティビティ関心層  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 ・来訪者満足度調査から、リピーター化につながる要因を分析し、ソフト・ハードの両面からコンテンツの磨き上げ等の事業を展開  
 【主なターゲット②】  
 東名阪を中心とした都市部のファミリー層、アクティブシニア層  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 ・四季の魅力を再整理・再発信することにより、スノーシーズンに頼らないオールシーズンのマウンテンリゾートとしてブランディングを実施

### KPI(実績・目標)

※( )内は訪日外国人旅行者に関する数値

| 項目             |    | 2019<br>(R1)<br>年度 | 2020<br>(R2)<br>年度 | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 |
|----------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 旅行消費額<br>(百万円) | 目標 | —                  | —                  | —                  | 4,500              | 5,000              | 5,500              |
|                | 実績 | 4,476<br>(—)       | 3,850<br>(—)       | 2,920<br>(—)       | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         |
| 延べ宿泊者数<br>(千人) | 目標 | —                  | —                  | —                  | 500<br>(10.0)      | 600<br>(20.0)      | 700<br>(30.0)      |
|                | 実績 | 520<br>(19.6)      | 483<br>(4.8)       | 364<br>(1.1)       | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         |
| 来訪者満足度<br>(%)  | 目標 | —                  | —                  | —                  | 88<br>(88)         | 89<br>(89)         | 90<br>(90)         |
|                | 実績 | 83<br>(—)          | 85<br>(—)          | 86<br>(—)          | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         |
| リピーター率<br>(%)  | 目標 | —                  | —                  | —                  | 60.0<br>(60.0)     | 65.0<br>(65.0)     | 70.0<br>(70.0)     |
|                | 実績 | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         | (—)<br>(—)         |

### 法人のこれまでの活動実績 (観光協会の主要活動概要)

【国内旅行業事業】  
 ・会員宿泊施設への斡旋、旅行商品販売等  
 【インバウンド事業】  
 ・インバウンド事業推進、海外メディア受入対応  
 【観光イベント事業】  
 ・村内イベントの実施、関連するその他事業  
 【宣伝広告事業】  
 ・各種宣伝キャンペーン、SNS広報宣伝等  
 【観光PR事業】  
 ・マスコミ招待会事業、HP管理更新事業等

### 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

- 「DMO検討協議会」を月に1度開催: 事業企画の他、DMOの各部の取組みに対して参画5団体による検討を実施
- 検討分科会を月に1度開催: 観光DX、総合プロモーション、財源開発のテーマに対する検討を実施
- DMOが主催する地域内事業者による意見交換等のコミュニケーションの場を年に複数回設ける

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】委託事業(情報発信・PR等) 約40百万円(R5年計画)  
 【総支出】約50百万円(一般管理費5百万円、事業費45百万円)  
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 ・中期的に観光協会と統合し事業を実施  
 ・企業版ふるさと納税の活用による運営資金確保の検討を実施  
 ・宿泊税等の導入を視野に、地方税の活用検討を実施