

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年 7月 27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○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO <u>地域DMO</u>	
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 赤井川村	
所在地	北海道 余市郡	
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） （株）New KRH	（一社）赤井川村国際リゾート推進協会の代表理事。 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ており英語も堪能。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（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー	（氏名） 栗原 有希 「専従」 （出身組織名） 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管理。世 界的ブランドホテルのデジタルツールや、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） （株）New KRH	キロロリゾート開業から32年間に渡り勤務しており 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、事業費用確保の為に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） 葛原 多恵子 （出身組織名） 河村商店	赤井川村商工会会長であり、DMOの理事の一人。 地域連携において村内の事業者との連携、つながり の面で人望が厚くDMOをサポートしている。
赤井川村事業者との 連携・連絡議会責任 者	（氏名） 佐々木 泰文 （出身組織名） パラライフ北海道	赤井川観光協会の理事長。 村内でパラグライダーやキャンプ施設の経営。 観光協会の立場からDMOの活動を牽引している。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>赤井川村</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業課 赤井川村 DMO 窓口 総務課 二次交通整備等の窓口、ふるさと納税窓口 建設課 整備、開発事業等の窓口
連携する事業者名及び役割	<p>赤井川観光協会：村内の観光事業者への広報と取り纏めのフォロー。 赤井川村商工会：村内の加盟事業者への広報と取り纏めのフォロー。 余市観光協会：観光事業の支援協力。 小樽観光協会：数々の観光周遊事業にて連携している。 (有)赤井川ハイヤー：村内唯一のハイヤー事業者、村内の二次交通を担う。 (株)AIR：赤井川村に拠点を構えるバス事業者（村内のバス事業） 新小樽農業協同組合：地域特産品、物産等の企画事業 (株)北海道朝日広告社：観光プロモーション (株)New KRH：DMO 支援民間事業者、DMO 事務所拠点 北しりりリゾート DMC 合同会社：本 DMO 組織の連携組織（DMC）この夏に設立。</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	<ul style="list-style-type: none"> 赤井川村、赤井川村商工会、観光協会の参加による実施検討会を適宜開催、村内における事業活動において商工会、観光協会の各代表は、DMO の理事を務めており、三位一体の仕組みが構築しております。 赤井川村と DMO の連携を図る取組として主に行っている事柄。 <ol style="list-style-type: none"> ① 村バス事業における運行委託先としての連携。 ② 赤井川村農泊推進協議会の事務局を担う。 R5 年度から活動資金として赤井川村より 30 万円の支援金を受ける。 ③ 村まつり協議会 事務局を担う。 産業課と連携 ④ 特定地域づくり事業協同組合の設立に向けた取り纏めを行う。 ⑤ 赤井川村主導で行った特産品開発事業において、DMO が連携し販売に向けた事業を引き継ぐ。 取組概要の承認 及び 活動報告について、四半期毎に赤井川村と観光協会、商工会の代表を招集し、DMO 四半期連絡会を開催している。 赤井川村の特産品 PR、お米等の村内で生産された食材を活用した赤井川村をテーマとしたスキー場レストラン事業を開始。R4 年
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"> 令和 3 年度より農山漁村農泊推進事業に参画しており、農産品の消費拡大、体験型コンテンツづくりを農家、宿泊事業者村全体と進めている。 R5 年度、新たな村祭り開催における村民への案内及び参画事業者の呼び掛けるの村民説明会を実施。



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	<p>●令和3年度 赤井川村 DMO 総合サイトを構築し宿泊施設体験施設の紹介の他、雲海フォトコンテスト等を開催。スキーリゾート施設内に後志観光プラザを開設。</p> <p>●令和4年 行くべし・北しりべし！ 予約プラットフォームを構築。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</p>
	受入環境の整備	<p>●令和3年度 農山漁村興交付金事業、中核団体として参加。 交通連携促進事業 新規スキーバス路線 実証運行</p> <p>●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</p> <p>●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支援事業 世界に誇るスノーアクティビティワールド</p>
観光資源の磨き上げ	観光資源の磨き上げ	<p>●令和3年度 国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業 ・ナイトライフの充実に向けたコンテンツ造成 ・かまくらレストランの実証事業を行う。</p> <p>●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。</p> <p>●令和5年度 小樽公会堂における能力フェ、ライトアップ等の観光コンテンツ魅力化に向けた取組を小樽市観光協会と連携して行う。</p>
	【定量的な評価】 令和5年度、地域公共交通事業 <ul style="list-style-type: none"> ・スキーバス運行による小樽・札幌発着スキー送客人数 11,560 名 ・赤井川村の特産品販売 スキー場レストランにて提供 5,000 食 ・地産地消の取組（スキー場レストランで消費した農産食品） お米 2 トン キャベツ 300Kg 大根 500Kg じゃがいも 700Kg ミニトマト 350Kg かぼちゃ 800Kg 人参 100Kg ・ニンニクの水耕栽培 20Kg ・キャンプ場サイトとの収穫体験プランニング 21 組 宿泊実績 	

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】

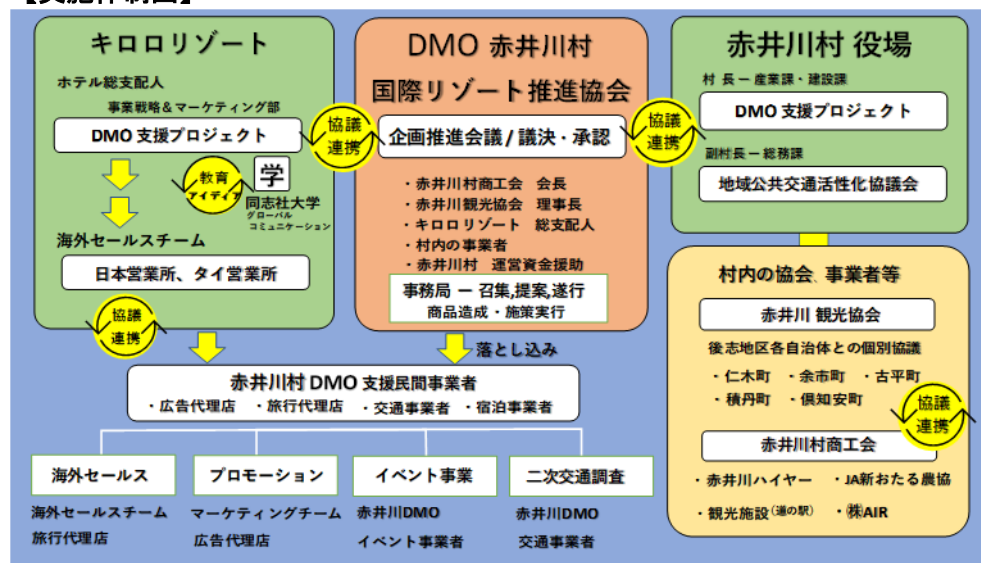
（株）New KRH（村内唯一の大型リゾート施設運営会社）が母体となり、赤井川村の交通事業、観光事業の促進に向けた様々な取組について、自治体、観光協会、商工会村と連携しながらテーマ毎に検討会を開催、自治体主導の協議会にも数多く参加しています。

赤井川観光協会理事及び、赤井川村商工会の会長は（一社）赤井川国際リゾート推進協会の理事を担っており、村内の主要団体と連携体制が整っています。また、この団体に加入する事業者は、地域内の大多数を占めています。

地域一体となった取組

- ・ R3 赤井川村商工会 理事会への参加協力。
- ・ R3 赤井川村農泊推進事業の中核団体としての参加協力。
- ・ R4 赤井川村森林空間総合利用地域運営協議会への参加協力。
- ・ R5 赤井川村景観条例策定委員会へ参加。

【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】



【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 1,200 名にも満たない小さな村ですが、その反面、自治体としてのまとまりがあり連携という面では、合意形成までのスピード感、住民への広報活動など、自治体と密に連携して取り組む事ができます。

コロナ禍により外国人の占める人口割合が少し減ったものの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。

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、リゾートバス事業を開始
- ・ 村内に居住する従業員への利便性の拡充。（便数増・新路線）
- ・ 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。

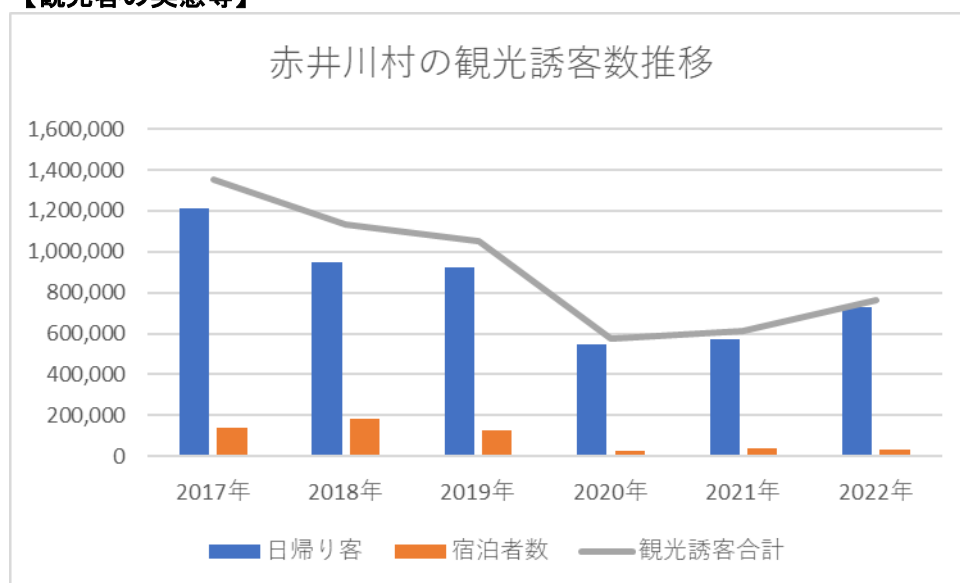
重要項目：広域連携による磨き上げ

- ・ 赤井川村を取り巻く様々な観光資源を活用（連携）して、赤井川村への取り込みを狙う。
- ・ 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。
- ・ R4 スキーの町おたるを目指した取組を小樽観光協会と連携しながら実施。

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

- ・ クラブメッドキログランド リニューアル OPEN 令和 5 年 12 月
- ・ スキーリゾートを中心に、インバウンド誘客に向けた様々なコンテンツ開発を進める
- ・ 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】



【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

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、ニッカウキ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。

○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. AKAIGAWA TOMO PLAY PARK （パンプトラック・Day キャンプ）
8. パラライフ北海道 パラグライダー体験

赤井川村 MAP



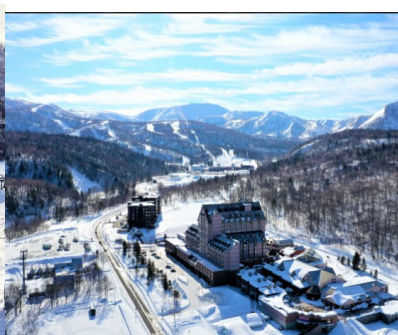
冷水峠からの眺望（奥：ニセコ羊蹄山）



【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】



クラブメッド・キロロピーク>



クラブメッド・キロログランド>



Yu Kiroro >

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、オーリングクルーシブルで、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、価格的にもハイグレードな施設。

村内にある宿泊施設（民宿）



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、新幹線工事による受注が多く、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】

人口わずか 1100 名満たない村において、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はない。

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が今後の課題ともいえる。

赤井川村は、令和 4 年 4 月より、今までのバス会社が撤退した為、乗合いバス事業『むらバス』に着手し、昨年この事業による国土大臣賞を受賞している。

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。

ルート	発着地	行き先	分類	所要時間	1日の運行本数	運航期間	乗車人数	事業主幹
⑥	赤井川村	余市	乗合バス	30分	3～4本	通 年	約5,000人	赤井川村
⑥	キロロリゾート	余市	乗合バス	50分	1～2本	通 年	上記に含まれる	赤井川村
③	キロロリゾート	JR小樽駅	チャーターバス	60分	3～4本	12月～4月	20,000人	DMO
②	キロロリゾート	札幌市内	チャーターバス	90分	1本	12月～3月	3,000人	DMO
①	キロロリゾート	新千歳空港	チャーターバス	120分	2～3本	通 年	今季初	クラブメッド

夏期の交通アクセスが問題となっている。

○赤井川村（ベースタウン）から主要交通結節点までの所要時間

- ・ JR 小樽駅までの所要時間 約 70～90 分（乗継 2 回）
- ・ JR 札幌駅までの所要時間 約 110～140 分（乗継 3 回）
- ・ 新千歳空港までの所要時間 約 150～180 分（乗継 3 回）



【外国人観光客への対応】

- ・赤井川村ベースタウンの観光施設においては、まだまだ多言語対応が進んでいないホームページも開設していない施設もあり、多言語対応においては、皆無に近い状況。
- ・キロロ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、ソフト面については少しずつではあるが多言語化が進んでいる。
- ・村内の事業者においては、インバウンド利用が少なく必要性を感じていない事業者も少なくない、今後、赤井川村としてインバウンド誘客の拡大を進めて行く上で、多言語対応の必要性と理解を得るための講習会の実施や技術的指導を通して、赤井川村における多言語対応の環境整備を行いたい。

【外国人観光客への対応】

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たの 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。
スキー場来場者調査	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。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

赤井川村中心部のサービス産業は、国道沿いに数件店舗がある程度で、温泉施設とコンビニが1店舗、夕食を楽しめるレストランやバーありません、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のは、村の中心部から約20Km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』です。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、当初は国内スキー人口がピークを迎えリゾート産業を下支えしていました。

国内スキー人口の減少に伴い厳しい運営の中リブランドが幾度か行われ、世界視野の海外ブラ

ンドに替わりリゾート地域は、時代と共に目まぐるしく進化、変貌遂げておいる。
赤井川村は 30 年経った今でも、人口減が進んだだけで、何も変わっていない、新規就農者の受け入れを積極的に行っているが、農村部の過疎化は止まらず尚も人口減少が続いている。

令和 6 年の住民数は、1,165 名、自然減より外国人入居者が勝っている。

■赤井川村の人口統計 1 月 1 日時点

実施年度	日本人	%	外国人	%	全人口	対前年
令和4年	1,038	93.1%	77	6.9%	1,115	88%
令和2年	1,094	85.9%	179	14.1%	1,273	101%
平成31年	1,103	87.4%	159	12.6%	1,262	103%
平成29年	1,109	90.3%	119	9.7%	1,228	105%
平成25年	1,152	98.3%	20	1.7%	1,172	95%

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・円安市場、対ドル。 ・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) <ul style="list-style-type: none"> ・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、進まない。 ・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) <ul style="list-style-type: none"> ・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) <ul style="list-style-type: none"> ・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)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。

(3) ターゲット

【主要ターゲット国の選定】 取組み効果の期待できるところから順に始める。

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データから赤井川村の集客力を総合的な観点から分析し3つの分類に仕分けした。

- 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ヶ国で北海道全体の90.4%をカバー											
12月～3月	年 度	ア									

○第1ターゲット層

スキーリゾートを目的とした訪日外国人、FITのバケーション（長期滞在）利用。

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）

- ・ 中 国（集客力が弱い、赤井川村にとってボリュームのある国の1つでもある）
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。

【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見せている。

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。

第2 ターゲット国

- ・ 台 湾 *韓国は、政治的な影響を受けやすいことから対象マーケットから除外。

北海道誘客数としては、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。

【磨き上げ】

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3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。

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すものです。来年度は、キロロリゾートとニセコを結ぶバス路線の就航に向けて準備を進めており、これが最大の【磨き上げ】と考えます。



『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。

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、そうす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。

【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)

戦略2、イメージ戦略、ブランド思考において誘客効果が期待できる国。

- ・タイ国（キロロリゾートは、タイ映画のロケ地でもあり、タイの受入れも進んでいる）
- ・アメリカ、オーストラリア（スノーリゾート先進国としてのプライドもありブランド志向、世界に配信されるスター選手のメディア効果は、どの国よりも高く集客につながる）

戦略2のターゲットは、スキー選手やスキー業界に携わる人達（メーカー、協会）への支援や協力で、DMOが村内の事業者と連携して取組を積極的に進めながら彼らの目線で赤井川村を魅力的に紹介してもらえるようなコンテンツ開発を目指します。

【磨き上げ】 International なホテルだからこそできる海外プロモーション

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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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、赤井川村と事業者が一丸となってまずは、みんなで取組めるロードマップの作成を目指します。</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>赤井川観光協会、赤井川村商工会に関連する事業者は、ほぼ村全体の事業者を網羅しており、多様な関係者との共有がなされています。</p> <p>赤井川 DMO が取り組む事業方針については、赤井川 DMO の構成員である、観光協会・商工会各代表より、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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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 赤井川村広報誌に 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	<p>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)</p> <p>③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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特産品直売所の新設 (JA 新おたる等の連携) ・ 観光案内所 (リゾート施設内に設置)

	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<p>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）</p> <p>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 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』ポータルサイトを DMO が構築し運営しています。</p> <p>③WEB 決済できない事業者、WEB サイトを持たない事業者に対して利用可能な『行くべし・北しりべし』予約サイトを DMO が維持管理し、事業者へ提供しています。</p>

6. K P I（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K P I %

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標			2500	6600	6800	7100
		()	()	(1600)	(5700)	(5900)	(6200)
	実績	936 (6)	599 (5)	4190 (3290)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標		100	80	150	155	160
		()	(30)	(50)	(120)	(125)	(130)
	実績	90 (0.5)	66 (0.5)	67.1 (52)			
●来訪者満足度 (%)	目標				78%	80%	82%
		()	()	()	(78%)	(80%)	(82%)
	実績	— ()	72% (72%)	75% (75%)			
●リピーター率 (%)	目標			4	4.5	5	6
		()	()	(3)	(3)	(4)	(5)
	実績	1.5 (0.8)	3.8 (2.6)	4.2 (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】

今年度リニューアルオープンしたクラブメッドの実績を踏まえて、目標数値との乖離は幅が大きく来年度の目標数値を、実績に合わせたものに変更した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額 R6年以降の目標を上方修正。（予想以上の高単価にマーケットが動いている）

●延べ宿泊者数 R6年の延べ宿泊人数を下方修正。

ファミリー層からラグジュアリー層へ、1室あたりの利用人数減が進んでいる。

●来訪者満足度

今年度の情報ソースとしてはYu Kiroro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（宿泊7割、スキー場3割）数値化している。

●リピーター率

情報ソースはYu Kiroroの宿泊者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		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●リフト券販売 実績(千人)	目標			125 (35)	190 (110)	195 (125)	200 (130)
	実績	86 (3)	103 (26)	150 (75)			
●道内誘客実態 調査 道の駅来 場者数 (千人)	目標		600 (一)	550 (一)	600 (一)	600 (一)	600 (一)
	実績	467 (一)	506 (一)	590 (一)			
●公共交通調査 リゾートバス バス乗車人数	目標			10000 (5000)	12000 (7000)	13000 (8000)	13500 (8000)
	実績	2250 (一)	9108 (一)	11560 (6000)			
●WEB サイトの アクセス数 (千)	目標				2800 (400)	2900 (500)	3000 (700)
	実績	2396 (103)	2509 (105)	2750 (320)			
●スキー以外の コンテンツ利用 者数(人)	目標			2000 (1500)	2500 (2400)	3000 (2900)	3500 (3400)
	実績			1548 (1500)			

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】

必須 KPI 同様、目標値の設定については、今年度オープンしたクラブメッドグランドとの連携事業と併せて今後の政策、事業計画を基に設定したいと考えております。

【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。
- 道内誘客実態調査 赤井川村の指定管理施設で、赤井川村の主要道路である国道 393 号線沿いにあり、利用者数を把握する事は重要で、村のアンテナショップ的な運用も可能なことから、今後、事業者と連携した様々な取組を行いたい。目標数値の設定に至っては今年度の実績を鑑みて上方修正した。
- 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 今年度オープン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、目標設定については、今期の実績を鑑みて下方修正した。

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）
2021（Ｒ３） 年度	28,403,591（円）	【国からの補助金】 19,958,229 円 【都道府県からの補助金】 9,000,000 円 【市町村からの補助金】 800,000 円 【民間企業からの支援金】 990,000 円 【収益事業】 6,655,362 円
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	17,000,000（円）	【国からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 800,000 円 【収益事業】 16,200,000 円 内訳：公共交通事業収入：7,500,000 円 コンサルティング等の収入：2,550,000 円 レストラン等業務委託費：6,000,000 円 他：150,000 円
2025（Ｒ７） 年度	17,300,000（円）	【国からの補助金】 未定 【市町村からの補助金】 800,000 円 【収益事業】 16,500,000 円 内訳：公共交通事業収入：7,500,000 円 コンサルティング等の収入：2,550,000 円 レストラン等業務委託費：6,000,000 円 他：150,000 円
2026（Ｒ８） 年度	17,800,000（円）	【国からの補助金】 未定 【市町村からの補助金】 800,000 円 【収益事業】 17,000,000 円 内訳：公共交通事業収入：7,500,000 円 コンサルティング等の収入：2,550,000 円 レストラン等業務委託費：6,000,000 円 他：150,000 円

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	27,967,081（円）	【一般管理費】 2,212,739 円 【事業経費】 25,754,342 円 内訳：スノーリゾート事業 2,609,844 円 交通連携事業 5,720,372 / 域内連携事業 9,030,989 レストラン事業 2,005,693 / 農泊事業 457,213 共通事業経費他 5,930,231
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	16,700,000（円）	【事務局経費、人件費等】 7,000,000 円 【観光コンテンツ造成等】 5,700,000 円 【事業支援金】 400,000 円 【その他事業費】 800,000 円 【原価償却費等】 2,300,000 円 【法人税、消費税等事業外経費】 500,000 円
2025（R7） 年度	17,000,000（円）	【事務局経費、人件費等】 7,000,000 円 【観光コンテンツ造成等】 6,000,000 円 【事業支援金】 400,000 円 【その他事業費】 800,000 円 【原価償却費等】 2,300,000 円 【法人税、消費税等事業外経費】 500,000 円
2026（R8） 年度	17,500,000（円）	【事務局経費、人件費等】 7,200,000 円 【観光コンテンツ造成等】 6,300,000 円 【事業支援金】 400,000 円 【その他事業費】 800,000 円 【原価償却費等】 2,300,000 円 【法人税、消費税等事業外経費】 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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針

公共交通事業及びレストラン事業の収益による安定的な資金調達をはかる。
赤井川村に対し昨年【観光税】の導入に対する提言書を提出している。

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。

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）

重複なし

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 CF0 /
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	天野 勝五
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@vill.akaigawa.lg.jp

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るが、役割分担等をした上でDMO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 21百万円、補助金(国、道、地域、企業) 8百万円

【総支出】

事業費 28,4百万円(5年度決算)

【連携する主な事業者】

赤井川村商工会、(有)赤井川ハイヤー、(株)KRH
(株)New KRH (株)AIR 新小樽農協協同組合

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月 20日

※()内は外国人に関するもの。

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標			2500	6600	6800	7100
		()	()	(1600)	(5700)	(5900)	(6200)
	実績	936	599	4190			
		(6)	(5)	(3290)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標		100	80	150	155	160
		()	(30)	(50)	(120)	(125)	(130)
	実績	90	66	67.1			
		(0.5)	(0.5)	(52)			
●来訪者満足度 (%)	目標				78%	80%	82%
		()	()	()	(78%)	(80%)	(82%)
	実績	—	72%	75%			
		()	(72%)	(75%)			
●リピーター率 (%)	目標			4	4.5	5	6
		()	()	(3)	(3)	(4)	(5)
	実績	1.5	3.8	4.2			
		(0.8)	(2.6)	(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

【観光資源の磨き上げ】

- ・日本最大級スノーアクティビティリゾートを目指した取組
敷地5Kmにも及ぶ広大なエリアを使つての雪遊び体験。
- ・地元特産品を使った料理開発。

パンかま(コーン、トマト)、かぼちゃプリン、かぼちゃ饅頭レストランにて販売。

【受入環境整備】

- ・交通結節点からのスキーバス運行、小樽・札幌発着定期便の就航。
インバウンドマーケットが回復したことを受けバス需要に応える。

【その他】

- ・地域の雇用確保に向けて、特定地域づくり事業協同組会の設立に向けた話し合いを、村、関係事業者と協議を進める

