

# 長野県観光戦略推進本部会議資料

2022年 9月20日



一般社団法人 HAKUBAVALLEY TOURISM

# ■ 広域型DMO形成計画(令和元年度～令和5年度) 令和元年6月 県認定

## エリアのコンセプト

世界に誇る雄大な北アルプスの自然環境、日本らしさを感じる地域文化を背景に、観光客を魅了する満足度の高い滞在環境を提供し、SDGsの観点を採り入れ、観光を軸に地域経済が豊かに循環し、そこに住む人々が誇らしく生活できる地域作りを目指す。

## 目指すべき観光地域の姿(将来像)

① 滞在するだけでも楽しい「まち」がある

- ・魅力的な飲食店やショップ等が集積され、それらへの移動も容易になっている。

② 世界からの顧客を受け入れられる環境がある

- ・日本文化を残しつつ自然景観を楽しめる「世界からの顧客」を満足させられ、長期滞在・リピート率が向上している。

③ サステナブルツーリズムを実践しているエリア

- ・バイオマス等のエネルギーの地域内循環を実践し、高い再生可能エネルギー自給率を実現している。

### 中期計画(5年間)

**ブランディング・コンテンツの磨き上げ・観光地経営のベースの引き上げ**

**ブランディング・コンテンツ確立から収益化**

# 1. 県重点指定3年間の活動実績

概ね計画通りに進捗。一部コロナ渦で未完成の部分の継続支援をお願い致します。

	委員会	活動実績(R4年度末見込)	
(1)	S N S	公式SNS定期的情報発信・プロモーション素材作成	完了
(2)	サイクル トレイル	4トレイルコース開業・今後の方針決定	完了
(3)	バックカントリー 統一ルール	三市村統一BCアクセスルールの制定・サイン統一	完了
(4)	営業調整	観光事業者間の営業先調整・マーケ情報共有体制構築	完了
(5)	SDGs	VISIONと中長期目標の制定完了・啓発事業を開始	一部 継続
(6)	ガストロノミー	VISION策定と生産者と料理家・醸造家とのマッチング	一部 継続
(7)	景 観 デザインコード	景観デザインコード策定・八景選定完了⇒集客事業促進	一部 継続

# 1. 活動実績 (5)SDGs小委員会

- ①目的: 「**持続可能な山岳エコツーリズムの聖地**」の実現
- ②進捗: ・**HakubaValleySDGsVISION**制定・**中長期目標**の宣言  
 ・事業者向け**アクションリスト**の展開と**啓発活動**の開催



事業者向け冊子



3市村開催160名参加

## ③課題:

地域(事業者・住民)への定着のため⇒**啓発活動**を継続  
**バイオマス発電**等の再生エネルギー⇒**ゼロカーボン**実現  
 ⇒環境部・林務部・北ア地振局のご支援

# 参考) レッヒのバイオマス発電所

- 八方尾根の姉妹リゾート、オーストリアのレッヒは電力の95%をバイオマス発電でカバーしている。
- 欧州の富裕層はSDGs的見地からこの方針を熱烈に支持し、バカンスの目的地に選んでいる。

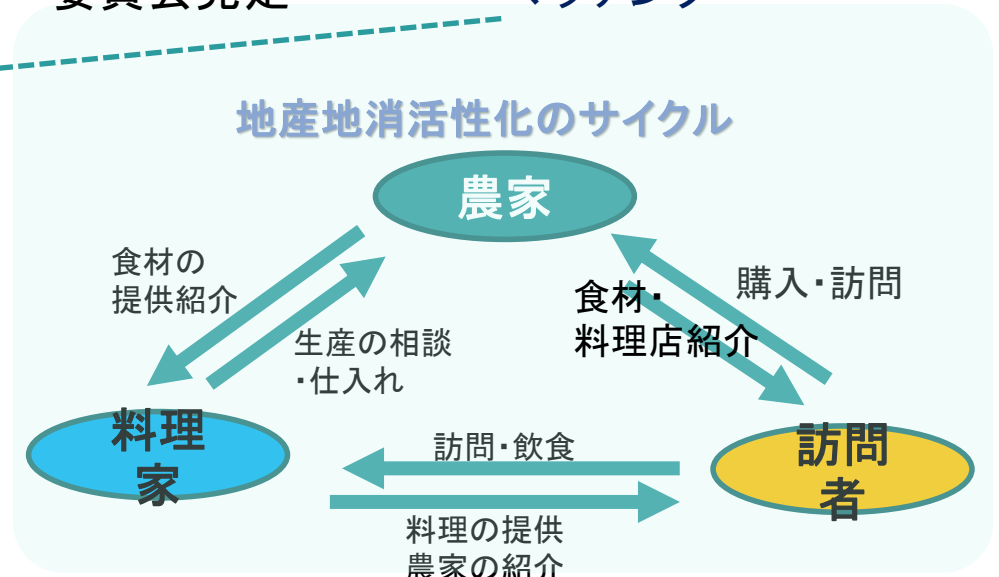


# 1. 活動実績 (6) ガストロノミー小委員会

- ①目的: 訪問のきっかけとなる食づくりとHVの食文化の発信
- ②進捗:
  - ・生産者(農家)と料理家・醸造家を繋ぐ場(マッチング)作り
  - ・生産者、料理家、醸造家の生の声を毎月収集



マッチングイベント  
約60名参加



3者のマッチングの場によりサイクル活性化

- ③課題: 地域内食文化サイクル活性化(キラークンテンツ開発)  
地産地消を含む圏内経済(産業連関)の強化  
⇒北ア地振局・農政部のご支援

# 1.活動実績(7)景観デザインコード小委員会

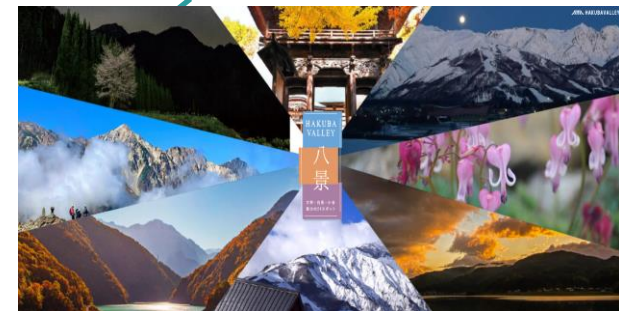
- ①目的:
  - ・景観デザインコード策定で、サイン類統一とストリートファニチャ類に一定の基本ルール制定
  - ・景観的に調和したエリアに誘導しHV地域の価値向上
- ②進捗:
  - ・景観デザインコードの制定とそれに基づくサイン類設置
  - ・白馬バレー八景の選定 フォトコンテスト・展覧会開催



ゲレンデサイン 400点  
総合案内看板 6か所



ゲレンデサイン 916点  
バス停サイン 69か所  
八方街路灯

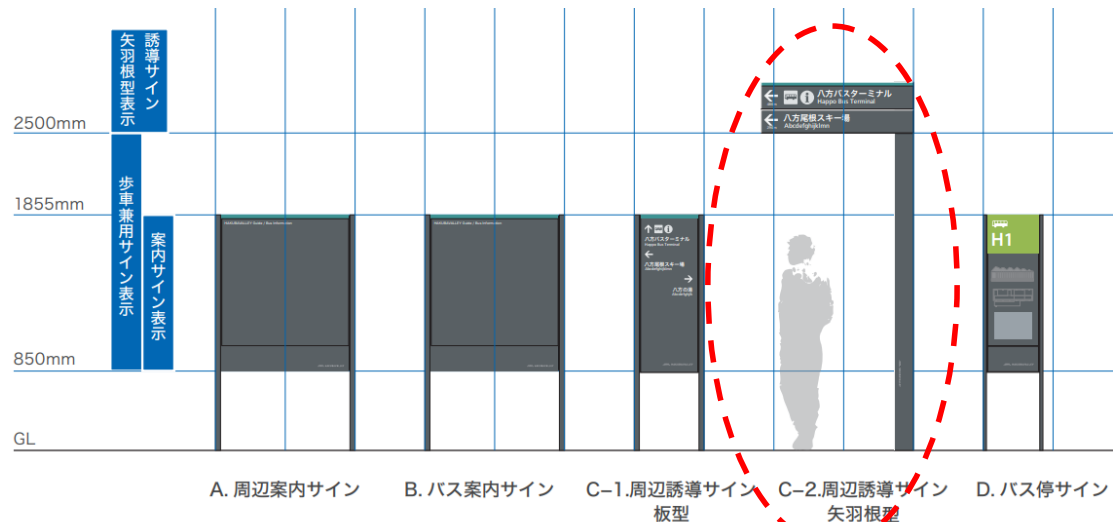


ゲレンデサイン 891点  
八景案内サイン 24点  
八景周遊モデルルート策定

# 1.活動実績(7) 景観デザインコード小委員会

## ③課題:

- ・八景モデルコース策定しツアー造成から収益事業化へ
- ・『信州』と連動した**広域周遊ルート展開**(特にインバウンド対応)  
⇒観光部・北ア地振局・県DMOのご支援
- ・**サイン類等ハード受入環境整備普及**(デザインコードの完成)  
⇒建設部・北ア地振局のご支援





## 2. 来期以降の活動方針

三市村と役割を分担し、以下の業務をHVTが代表して執行したい。

### (1) マーケティング活動

HVエリア営業活動の基礎となる市場調査・戦略策定業務

① 市場予測業務 (国内外観光需要のコロナからの回復予測等)

### (2) マーケティング関連業務

HVエリアで三市村が必要な作業をHVTが代表して業務執行

② 夏期アンケート調査: 2年実施を更に継続 (冬期はHVPBで実施)

③ 戦略策定業務 (例: 夏期インバウンド営業エリア共同方針: 対象国時期)

④ 夏期インバウンド集客 (主にアジア5か国: 中・台・港・星・韓への営業)

### (3) 自走のための特定事業遂行

重点支援3年で未完成又は市村を跨ぎ統括した方が良い事業を集中執行

⑤ SDGs : 啓発活動を継続・ゼロカーボン実現

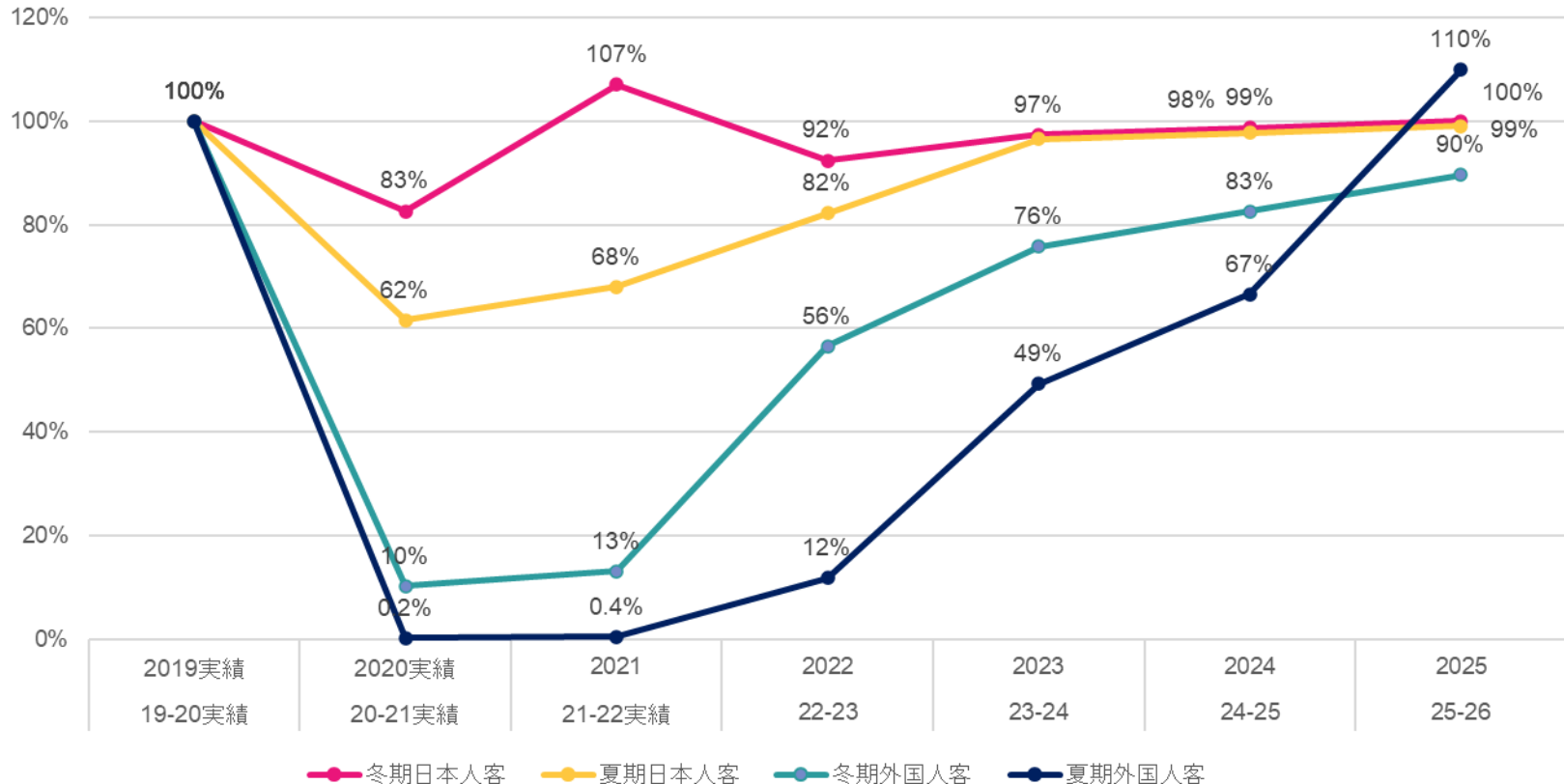
⑥ ガストロノミー: 域内食文化サイクル活性化・キラーコンテンツ・産業連関

⑦ 景観デザイン: 八景ツアー事業構築・『信州』観光と連動 (自走収益事業)  
デザインコードに基づく受入環境整備の普及

## 2. 来期以降の活動方針

### (1) マーケティング活動: ① 市場予測業務の例

外国人・日本人来場客数回復速度予測(ベースシナリオ)



注: 2022年5月株式会社 KPMG FASの『COVID-19感染拡大と宿泊業界へのインパクト』を参考に、HVTが来場客数回復速度の予測を行いました。

上記は22年6月に9月に国境開放の前提で予測したもので、開放時期が遅れつつあることから、今年は年末年始は苦戦が予想され1月以降の巻き返しに期待したいと考えます。

# 2. 来期以降の活動方針

## (2)マーケティング関連業務の執行

### ②アンケート調査 ③戦略立案 ④集客活動 の例

1年目 冬期アンケート調査  
(索道継続事業)

+

2年目 夏期アンケート調査



夏冬インバウンド集客  
(分析+戦略立案)

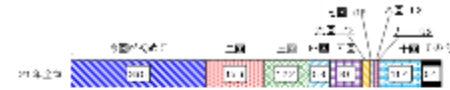


3年目 夏冬集客戦略の融合  
(国内集客から開始)



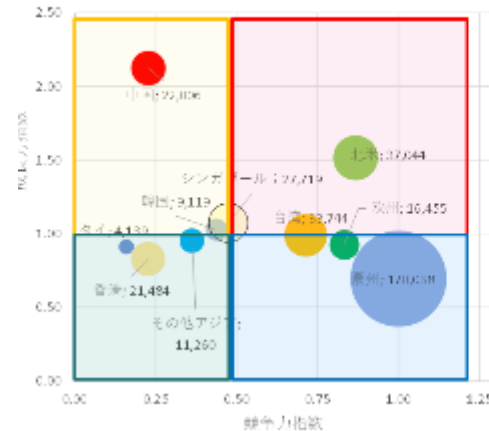
4年目 夏インバウンド集客活動  
をHVの代表として開始

IV Hakuba Valleyの利用経験  
1. グリーンシーズンの利用経験と今後の利用希望



項目	性別	年齢	利用経験	今後の利用希望	その他
20代	男性	女性	経験あり	経験なし	その他
30代	男性	女性	経験あり	経験なし	その他
40代	男性	女性	経験あり	経験なし	その他
50代	男性	女性	経験あり	経験なし	その他
60代	男性	女性	経験あり	経験なし	その他

HV冬期国別 競争力/成長力比較



4つのグループに分けると、

- Star (花形)  
: 北米 (アメリカ・カナダ)
- Cash cow (金の成る木)  
: 豪州・台湾・欧州
- Problem child (問題児)  
: 中国、シンガポール、韓国
- Dog (負け犬)  
: 香港・タイ・その他アジア

この中からどの国を狙うべきか？

### 3. 重点支援期間を通して感じた課題

#### (1) 観光財源導入によりDMO活動資金確保

- DMO収益化は難易度が高く、(収益事業トレンド遷移が早い) 補助金・交付金の安定的確保は難しく、自治体負担にも限界。
- 逆算で考えると、欧米と同様に【利用者負担前提の観光税】を観光財源として検討すべき。(添付資料参照)
- 長野全県での観光税に対する感度は地域差があるが、県が検討開始すれば観光感度が高い市町村へも伝播するはず。(福岡県:福岡市のように、県税と市町村税の併存も有りうる)
- ニセコ倶知安町は導入済。人件費から設備投資迄有効利用。

#### (2)DMO人材確保

- 給与面・環境から質の高い人材確保が困難。
- 官民の人的交流、外部人材確保の仕組みづくりも必要。

### 3. 重点支援期間を通して感じた課題

#### (3)自己財源だけでの受入環境設備投資は限界

- 国内外で運営費用だけでなく**受入環境整備の設備投資**にも**観光財源(税金)**が投入されており、観光財源はより重要に。

設備投資の活性化には、

- 『白馬駅前電柱地下埋設』のような**導火線的インフラ投資**が必要。
- その上で、岩岳マウンテンハーバーやランドステーション白馬のような**地域内民間活力**が必要。
- 更には、**外部から投資を呼び込み設備投資を加速**させるのが理想。
- 観光庁『地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり』制度におけるモデル観光地に応募を予定。

# 参考) 海外DMOとの収入構造の比較

1. 海外3DMOの総収入は7-8億円で大半(55-98%)が宿泊税・プロモーション税で構成されており、HVTの9-10倍に相当する金額である。

2. HVTは税収入がなく、実質的には分担金(会費)・補助金で構成されており、補助金約2千万円の比率は高い。営業収入獲得も課題。

	オーストリア レッヒ 15/16実績		カナダ バンプ 18予算		スイス ベルビエ 17推定		白馬バレーツーリズム 20決算	
	百万円		百万円		百万円		百万円	
<b>収入合計</b>	<b>745</b>	100%	<b>806</b>	100%	<b>740</b>	100%	<b>81</b>	100%
<b>①税収入</b>	<b>488</b>	<b>65%</b>	<b>790</b>	<b>98%</b>	<b>411</b>	<b>55%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
宿泊税	277	37%	790	98%	225	30%	0	0%
プロモーション税or分担税	210	28%	0	0%	186	25%	0	0%
<b>②分担金・負担金</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>40</b>	<b>49%</b>
分担金(会費)	0	0%		0%	0	0%	36	44%
負担金	0	0%		0%	0	0%	4	5%
<b>③補助金その他</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>16</b>	<b>2%</b>	<b>20</b>	<b>25%</b>
補助金/交付金	0	0%	0	0%	16	2%	20	25%
受託金	0	0%	0	0%	0	0%		0%
自己資金拠出金	0	0%	0	0%	0	0%		0%
<b>④営業収入</b>	<b>258</b>	<b>35%</b>	<b>17</b>	<b>2%</b>	<b>314</b>	<b>42%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>⑤雑収入等</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>21</b>	<b>26%</b>

# 参考) 海外DMOとの広告宣伝費比較

海外3リゾートのエリア内宣伝費は推定4-7億円で概ね税込で賄われていると思われる。  
白馬村内で官民総動員しても推定1.8億円と2倍以上の差がある。

	オーストリア レッヒ	カナダ バンフ	スイス ベルビエ	白馬村
<b>税金収入</b>				
宿泊税	277百万円	790百万円	225百万円	-
プロモーション/分担税	210百万円	-	推定186百万円	-
入湯税	-	-	-	30百万円?
計	<b>487百万円</b>	<b>790百万円</b>	<b>推定411百万円</b>	<b>30百万円?</b>
<b>宿泊税@</b>				
大人	15歳以上 固定2.4€ 324円	州4%+地域:局2%	4CHF 464円 (リゾートエリア)	
子供	14歳以下無料		3CHF 348円 (エリア外)	
別荘・コンドミ			半額 同額見做し40泊 (以上は翌年控除)	
<b>広告宣伝費</b>				
局	437百万円	4M加\$	局 0.98M CHF	白馬村観光局 59百万円
局以外	なし	3M加\$ Big3索道	マーケ 3.84M CHF	索道推定 100百万円
索道	なし	0.5加\$ Big3出資	? 索道不明	HVPB 13百万円
エリア合計	<b>437百万円</b>	7.5加\$ 合計	索道以外 4.82M CHF	宿他推定 10百万円
		<b>≒660百万円</b>	<b>≒559百万円</b>	<b>182百万円</b>

# お問い合わせ先



〒399-9301

長野県北安曇郡白馬村北城5723 細野会館2F

一般社団法人 HAKUBAVALLEY TOURISM

Tel 0261-71-1898 Fax 0261-71-1899

[www.hakubavalley.com](http://www.hakubavalley.com)