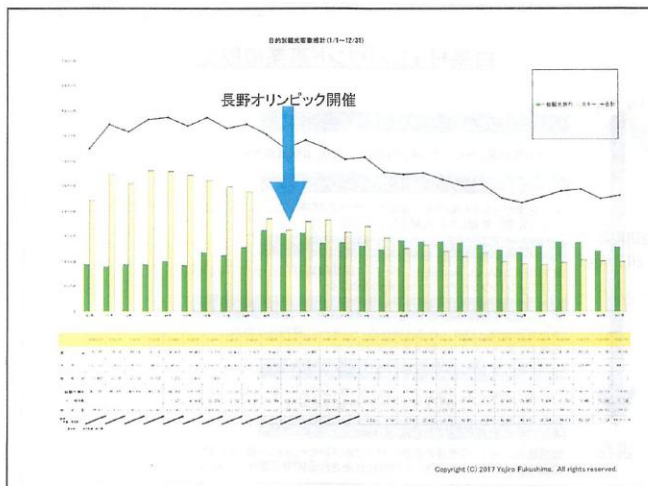


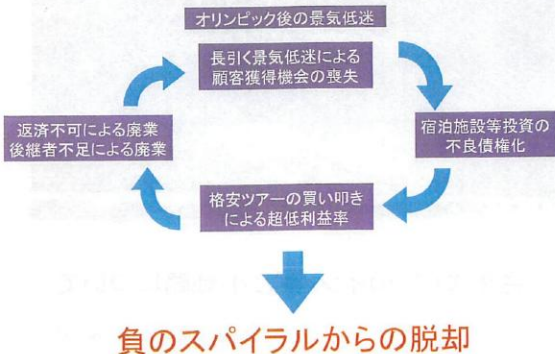
## 白馬エリアのインバウンド戦略について

白馬村観光局 福島 洋次郎

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.



## 何故「インバウンド」だったのか



Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

## 白馬村インバウンド事業の歴史

1998年

### ・長野オリンピック・パラリンピック

1998年開催。既にバブル期の終焉にあたり、五輪直後からスキー産業低迷が現在まで続く。

### ・韓国スキーマーケット向けプロモーション

富山空港からシャトルバスで韓国マーケットの獲得に動く。スキー客増に貢献したが長続きしなかった。

### ・豪州スキー客に向けたプロモーション

観光庁によるVisit Japanキャンペーンに民間組織「白馬ツーリズム」が参加。今日のインバウンドマーケット獲得の礎となる。

### ・東南アジア・東アジアへのスキープロモーション

長野県観光部主催による現地商談会・セミナーに積極的に参加。五竜エリアではムスリム観光客へアプローチ。

### ・北米、欧州へのスキープロモーション

Hakuba Valleyブランド確立の為、カナダ・フィンランド・スイス等へプロモーション。Freeride World Tour開催もブランディング施策の一環。

### ・台湾サイクリスト向けプロモーション

繁閑期のギャップを埋める為にサイクリングプロモーションを広域で実施。白馬ではロードバイク以外にも岩岳に代表されるMTBで海外から観光客を呼び込む。

2000年～  
2010年

現在

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

民間団体Hakuba Tourism設立

- ・ 2005年、「Visit Japan Campaign」に応じ  
るかたちで設立。
- ・ 長野県観光協会と共に「Nagano-Niigata  
Snow Resort Alliance」を立ち上げ、VJ事  
業開始。後に志賀高原、妙高高原、野沢  
温泉が追加される。
- ・ 2006年、豪州をターゲットとして現地プロ  
モーション、FAMTトリップ受け入れ開始。
- ・ 2006年、Hakuba Essential Guide (レストラン  
ガイド) 刊行。
- ・ 同年、白馬村観光局と共にナイトシャトル  
バス「元馬車道」進行開始。



Copyright (C) 2017 Yoire Fukushima. All rights reserved.

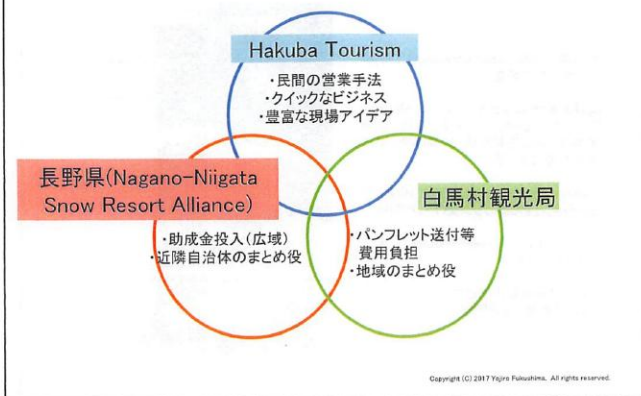
## Activities

プロモーション  
ガイドブック発行  
広告宣伝  
旅行会社FAMトリップ受入れ  
メディアFAMトリップ受入れ  
撮影アシスト  
イベント  
インバウンド関係セミナー主催  
(元気号シャトルバス)  
(オールマウンテンバス)

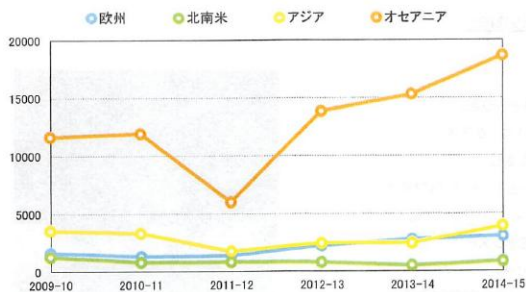


Copyright (C) 2017 Yojiro Fukushima. All rights reserved.

## 協力関係の仕組み



## 白馬ソーリズム延宿泊者数統計



東日本大震災の影響があった2011-12シーズン以降は右肩上がり。  
現在は高止まり傾向が続いている。

Hakuba Tourism加盟施設延宿泊者数統計  
Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.



“JAPOW”と呼ばれる世界最高の雪を求めて  
海外からウィンタースポーツ愛好家が押し寄せる結果となった



### インバウンド事業によるメリット

- ・ 連泊（白馬エリアは冬季平均宿泊数が5泊）によるチェックイン、アウトの簡素化
- ・ 平日稼働率アップ
- ・ 高単価顧客の増加
- ・ 早期予約によるオンハンドの稼働把握
- ・ キャンセル率の低さ
- ・ 泊食分離による飲食店の売上アップ、店舗増
- ・ 徒歩移動が多い為、街並みの賑わい作りに大きく寄与
- ・ 近隣市町村内への消費拡大
- ・ デイツアー、多言語スキーガイド、スノーモービルツアー、空港シャトルバス等、新しいビジネスの創出



幅広い消費連鎖による高い経済効果

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

## インバウンド事業に関わる大きな誤解

### 「インバウンドバブル」ではない

バブル期の一般人が感じたように「何となく好景気」になったわけではない。沢山の事業者による努力の賜物。  
訳知り顔で「インバウンドバブルが～」と言っている人は現状に至るまで何一つ努力していなかった証左。

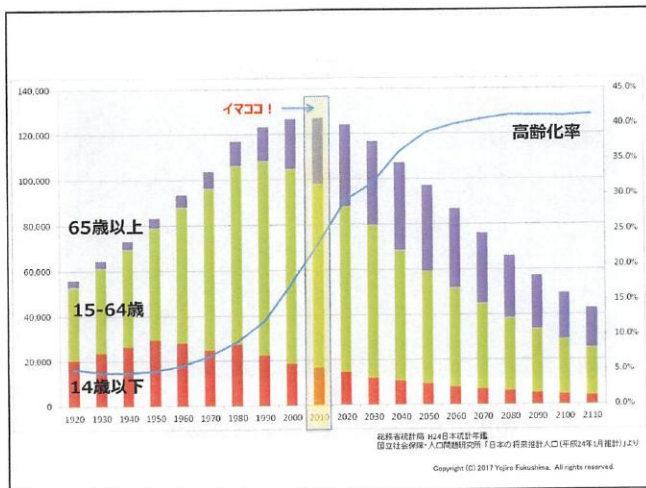
### インバウンドは外的要因に左右されやすい

東日本大震災でもたったの1シーズン来客が減っただけ。それに降は右肩上がり。  
日本はバブル崩壊以降ずっと底つきのまま。景気という外的要因にいつまでも引っ張られているのは国内旅行業界ではないか？

### インバウンドは今がピークではない

需要に対して供給が追いついていないだけ。供給できる体制を整える作業をプロモーションと並行して行わなければならないが、PR範囲拡大に対してインフラ整備・アップデートが進んでいない。  
日本政府は2020年までに4000万人、2030年までに6000万人の外国人観光客を呼び込む目標を掲げている。今後も国を挙げての観光誘客施策は続く。

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.



# 国勢調査

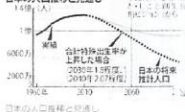
関連ニュースはこちら

総人口1億2711万47人、初の減少くっきり

毎日新聞 2015年10月26日(日) 09時44分 | 最終更新: 2015年10月26日 14時49分

行政 経済 社会 政治

## 日本の人口推移と見直し



[PR]

調査結果: もうすぐなくなる仕事29選



## 15年速報値 39道府県で人口減、福島県は過去最大

高市早苗総務相は26日午前の閣議で、昨年10月に実施した2015年国勢調査の速報値を報告した。昨年10月1日現在の外国人を含む日本の総人口は1億2711万47人で、10年の前回調査から94万7305人(0.74%)減り、1920(大正9)年の調査開始以来、初めて減少に転じた。39道府県で人口が減少し、11年に東京電力福島第1原発事故が起きた福島県は、過去最大の11万5458人減となった。

Copyright (C) 2017 Yojin Fukushima. All rights reserved.

国内の観光消費額(2014年暫定値) 約23兆円のうち

日本人による国内旅行 19兆円

※旅行者の中心は年配の女性。  
※今後20年で半減するだろう

日本人の  
外国旅行  
1.4兆

訪日  
外国人  
2.2兆

20年後

5倍増

日本人による国内旅行約10兆円へ

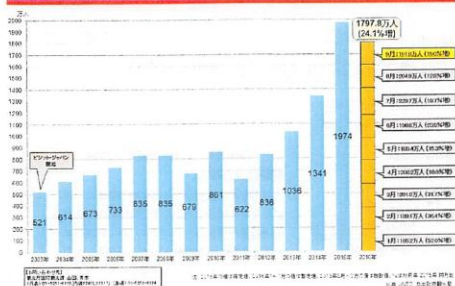
訪日外国人を約10兆円にしないと  
観光産業は斜陽する...

〔出所〕「明日の日本を変える観光ビジョン構想会議」石井三喜委員作成

Copyright (C) 2017 Yojin Fukushima. All rights reserved.

訪日外国人旅行者数の推移

観光庁



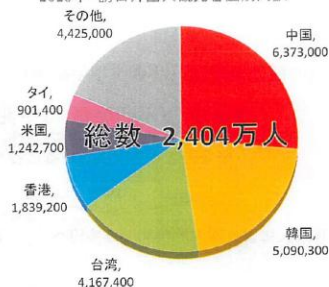
2020年に外国人観光客4000万人を目指して着実に結果を積み重ねている。

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

日本に来る外国人旅行者の殆どは東アジアから。近年東アジアからの旅行者伸び率は鈍化している。

JNTO(日本政府観光局)は新たにマドリッド、ローマに事務所を立ち上げ、高単価な欧州からの顧客獲得に動き出している。

2016年 訪日外国人観光客国別内訳



出展: Attractive Japan Success 2017

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

図表 2-7 費目別にみる  
訪日外国人1人当たり旅行支出  
(国・地域別) ※四半期速報値

(円/人)

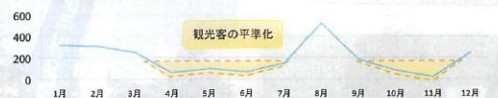
| 国・地域    | 【費目別旅行支出】  |         |        |        |                 |         |
|---------|------------|---------|--------|--------|-----------------|---------|
|         | 旅行支出<br>合計 | 宿泊料     | 飲食費    | 交通費    | 娯楽<br>サービス<br>費 | その他     |
| 全地域・地域  | 165,422    | 49,121  | 24,829 | 1,825  | 5,541           | 56,518  |
| 韓国      | 14,728     | 23,915  | 20,223 | 7,808  | 4,078           | 18,527  |
| 台湾      | 127,104    | 31,354  | 18,053 | 15,189 | 4,841           | 41,563  |
| 香港      | 187,882    | 48,382  | 20,596 | 17,724 | 4,546           | 53,732  |
| 中国      | 219,381    | 54,393  | 44,561 | 21,381 | 7,287           | 124,872 |
| タイ      | 155,827    | 54,889  | 28,223 | 14,780 | 4,812           | 53,778  |
| シンガポール  | 143,151    | 52,615  | 22,052 | 13,884 | 2,444           | 37,351  |
| マレーシア   | 135,554    | 47,834  | 23,329 | 15,101 | 5,448           | 45,827  |
| インドネシア  | 145,424    | 41,716  | 28,065 | 24,411 | 3,803           | 47,232  |
| フィリピン   | 147,814    | 50,247  | 24,437 | 17,863 | 5,803           | 49,482  |
| ベトナム    | 253,745    | 54,786  | 53,849 | 23,777 | 2,217           | 117,212 |
| インド     | 185,587    | 94,027  | 20,842 | 21,761 | 2,182           | 36,799  |
| 東南      | 216,378    | 59,577  | 55,950 | 27,501 | 5,678           | 76,312  |
| ドイツ     | 191,884    | 105,937 | 39,116 | 23,026 | 3,588           | 21,318  |
| フランス    | 222,253    | 55,295  | 47,047 | 44,281 | 6,385           | 42,624  |
| イタリア    | 188,412    | 90,928  | 36,354 | 35,125 | 6,659           | 19,005  |
| スペイン    | 228,521    | 85,049  | 54,728 | 62,746 | 5,548           | 29,501  |
| ロシア     | 214,853    | 69,290  | 43,845 | 23,471 | 10,790          | 69,305  |
| 米国      | 182,142    | 75,791  | 44,746 | 32,400 | 5,551           | 33,213  |
| カナダ     | 163,281    | 55,470  | 42,377 | 29,809 | 7,148           | 28,002  |
| オーストラリア | 193,851    | 62,470  | 44,363 | 28,100 | 6,070           | 35,209  |
| その他     | 243,488    | 92,010  | 53,061 | 40,949 | 6,145           | 48,323  |

観光庁 訪日外国人の消費動向 平成29年7～9月期

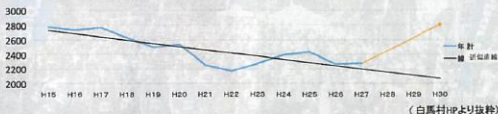
Copyright (C) 2017 Yajima Fukushima. All rights reserved.

## 白馬村 観光客入込数

●平成27年 月別入込数

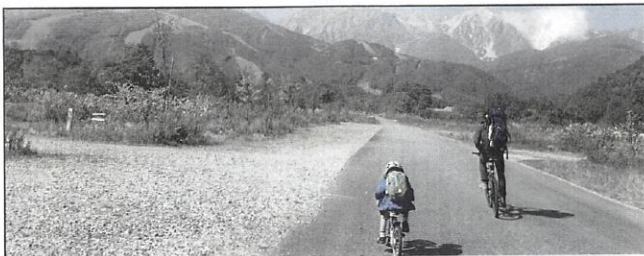


●平成15年～ 年間入込数



冬にどれだけ多く顧客を呼び込んだとしても、年間入込数平準化が出来なければ安定雇用、事業の安定経営に繋がらない。

Copyright (C) 2017 Yajima Fukushima. All rights reserved.



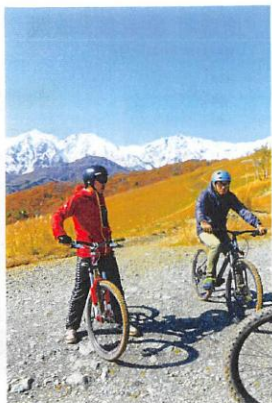
## 自転車事業

- ・ 真夏ではなく、白馬エリアで閑散期にあたる春・初夏・秋シーズンの訪問が期待できる。
- ・ 既にインバウンド誘客実績があるマーケット(しまなみ海道、美瑛市等)。
- ・ 冬季白馬エリアを訪れるマーケット(豪州、英国等)でMTBが人気。
- ・ 室内に自転車を保管できる宿が多い(スキーロッカーを利用)。
- ・ 既にMTB文化がエリア内で醸成されている。

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

## 白馬岩岳MTBパーク

- ・ 今夏オープンした岩岳MTBパークは8月から本格オープンし、新たなマーケットから約6000人の集客に成功。
- ・ 現在日本には無い初心者から上級者まで楽しめる世界級の「フロントレイル」を整備したことで「ワールドクラス」という差別化ができた。
- ・ エリア内でさらに同クラスのトレイルが増えれば滞在客も増える。滞在期間が延びれば消費額増に当然繋がる。



Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.



2020年夏には東京オリパラによって世界中からスポーツを愛する人々が日本を訪れる。  
2022年は北京冬季オリンピックが開催される為、中国ではスノースポーツ参加者を国策として増やしている。

Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

NZラグビーW杯で海外から来た観客の滞在日数は平均20～21日。  
日本で開催される2019年にも同じ島国というランドスケープの特徴から約20日間海外からスポーツを愛する人達が訪日すると予想される。



Copyright (C) 2017 Yajiro Fukushima. All rights reserved.

世界中が注目する国際スポーツ大会が日本、東アジアで連続して開催される中で、白馬の国際的プレゼンス強化を短期的に進めなくてはならない。  
しかしながら世界中から訪れる観光客に満足され、リピート化してもらうには現行のままでは難しい。

白馬ファンを増やし消費単価も上げるには既存観光施設のアップデートが不可欠



自然依存度の低いエリア程リゾートエリアとしてのアップデートが必要となる

宿泊施設・飲食店・リテールストア等、自然依存度の低い資源にテコ入れが必要。

Copyright (C) 2017 Yggis Fukushima. All rights reserved.

## ボールパーク構想

- ・ 同一エリア内を一つのスタジアムと捉え、メインとなるアクティビティ以外の楽しみを提供することによって多くの顧客を取り込む
- ・ 様々な楽しみ方があれば消費も拡大する。
- ・ 同一エリアに無いものは2次交通等で提供(スノーモンキーツアー等)するが、滞在はあくまでも同一エリア内

レストラン  
宿泊施設  
エンターテインメント  
コンサート  
デバイス参加型デジタルアド  
etc...

拠点型観光地経営の理想

Copyright (C) 2017 Yggis Fukushima. All rights reserved.

## 宿泊施設のアップデート

白馬エリアの宿泊施設は1泊2食1万円前後が殆ど。  
格安スキーバスツアーには1泊2食3,400円でおおしている宿もまだにある。

単価の低い宿しかなければ国内外問わず「それなり」の顧客しか来ない。

富裕層の呼び込みができればリフト券単価も上げられない。  
つまりスキー場のインフラアップデートもままならない。

消費単価を上げたくても大量消費に繋がる顧客が宿泊できる施設がない。

リノベーションしたくても過去の借入から追加投資できない。

後継者がいない為、再投資する意味がない。

価値を高めなければ相応の対価は得られない

例) ディズニーランドの来場者数=2500万人  
平均消費額=9千~1万円  
ディズニーランドに1万円の価値があると認める人が2500万人いる

Copyright (C) 2017 Yuki Fukushima. All rights reserved.

## 飲食店のアップデート

インバウンド客による泊食分離がエリアのレストラン・バーの数を増やした。  
「白馬エッセンシャルガイド」も最初は50pg前後だったが現在は約200pg。

Quantity=量は増えたがQuality=質を担保する仕組みがなく、粗悪な飲食店もある。

エコーランドにある「Sounds Like Cafe」は閑散期の平日でも満席になる。  
クオリティの高い飲食店が増えれば自然依存度の高い観光地にとって最高のオプションとなり得る。



サン・セバスチャンでは飲食店がレシピや仕入れ情報を公開し、全体のレベルアップに成功した。現在では「美食の街」として沢山の観光客で賑わっている。  
「名産品」が無くても近隣に食材が豊富な白馬エリアならば「食」によって観光振興はできる。

Copyright (C) 2017 Yuki Fukushima. All rights reserved.

## リテール(商店)のアップデート

マス(大衆)向け、団体向けの商品。どこの土産屋でも売ってるものは同じ。

旅行形態の団体比率は既に10%を切っており、パッケージ商品も下火。

移り変わる旅行マーケットの動向に対し商品力が数十年前から変わっていない。  
大量生産、大量消費の時代は既に終わっている。

単価が低く品質にも疑問があるものしか売っていない。

パッケージをすり替えて中身はどこにでもあるものが多い。

店内デザインや陳列方法も洗練されておらず、美観を損ねている。

アパレルは白馬限定Tシャツや限定アウトドアグッズ等、One & Only な商品展開によって差別化に成功している。  
アパレルだけでは無く、加工食品や土産品でも「ここでしか手に入らないもの」を個人客にターゲットして販売しなければ売上げアップには繋がらない。

Copyright (C) 2017 Yupo Fukuhima. All rights reserved.

## 営業(プロモーション)のアップデート

スキー・スノーボードを楽しんでいない人がパンフレットを配る。  
山に登らない人が山の話をする。

コミュニケーションもなくパンフレットを配っても意味はない。

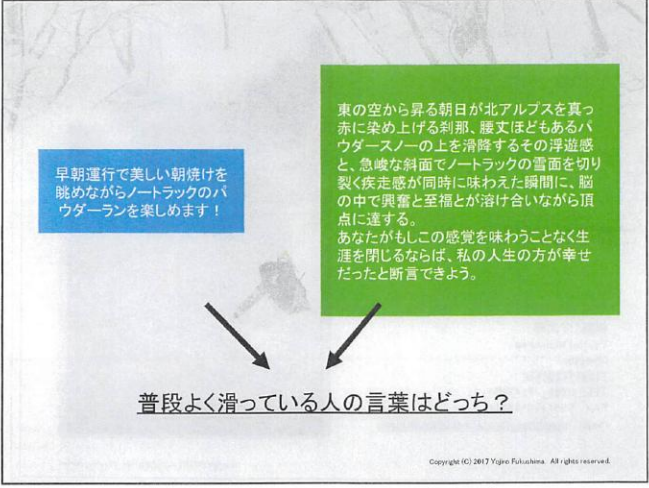
既に「セグメント」という言葉も無くなりつつあり、プロモーションはAIを利用して個々人それぞれ別のアプローチをしている。

白馬エリアを楽しんでいない人が営業している

「もの」から「こと」消費に変化しているという誰もが耳にしたことがある言葉も、意味が分からずただ体験ツアーの紹介等に留まっている。

「何故白馬エリアに来なければいけないのか」を動画だけではなく言語化して届けることができなければプロモーションにならない。  
Apple社は広告でiPhoneを紹介していない。iPhoneによって豊かになる人生を紹介している。

Copyright (C) 2017 Yupo Fukuhima. All rights reserved.



早期運行で美しい朝焼けを  
眺めながらノートラックのパ  
ウダーランを楽しめます！

東の空から昇る朝日が北アルプスを真っ  
赤に染め上げる刹那、羅文ほどもあるパ  
ウダーズノーの上を滑降するその浮遊感  
と、急峻な斜面でノートラックの雪面を切り  
裂く疾走感が同時に味わえた瞬間に、脳  
の中で興奮と至福とが溶け合いながら頂  
点に達する。  
あなたがもしこの感覚を味わうことなく生  
涯を閉じるならば、私の人生の方が幸せ  
だったと断言できよう。

普段よく滑っている人の言葉はどっち？

Copyright (C) 2017 Yiguo Fukushima. All rights reserved.



さいごに

現在3歳の子供が大学を卒業して就職する  
2027～2030年

総人口1億1600万人に減少  
人口の30%以上が65歳以上  
国の借金3500兆円

年寄りと借金だけを将来に残して退場しますか？  
希望の無い地元を子供達に渡しますか？

Copyright (C) 2017 Yiguo Fukushima. All rights reserved.

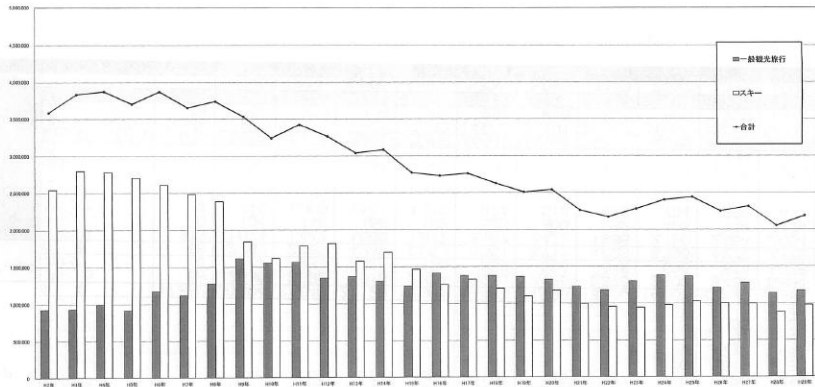
ご静聴ありがとうございました

福島 洋次郎  
Yojiro Fukushima  
Director  
白馬村観光局  
TEL: 0261-72-7100  
FAX: 0261-72-6311  
mail: [fukushima@po.vill.hakuba.nagano.jp](mailto:fukushima@po.vill.hakuba.nagano.jp)



Copyright (C) 2017 Yojiro Fukushima. All rights reserved.

# 目的別観光客推計 (1/1~12/31)



|        | 平成2年      | 平成3年      | 平成4年      | 平成5年      | 平成6年      | 平成7年      | 平成8年      | 平成9年      | 平成10年     | 平成11年     | 平成12年     | 平成13年     | 平成14年     | 平成15年     | 平成16年     | 平成17年     | 平成18年     | 平成19年     | 平成20年     | 平成21年     | 平成22年     | 平成23年     | 平成24年     | 平成25年     | 平成26年     | 平成27年     | 平成28年     | 平成29年     |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 訪日客    | 86,300    | 81,000    | 81,800    | 86,400    | 71,700    | 31,500    | 73,500    | 76,400    | 68,200    | 76,400    | 91,300    | 94,000    | 78,600    | 69,800    | 63,800    | 64,300    | 61,400    | 61,300    | 31,500    | 33,300    | 34,300    | 41,500    | 48,000    | 30,100    | 28,300    | 24,700    | 24,400    |           |
| 入国客    | 3,642,300 | 2,796,000 | 2,784,000 | 2,780,400 | 2,695,200 | 2,483,400 | 2,346,700 | 2,845,800 | 2,816,200 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 | 2,786,000 |           |
| 訪日客数   | 25,700    | 16,800    | 12,000    | 10,000    | 11,000    | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         |
| 一般観光旅行 | 625,800   | 820,100   | 902,100   | 916,100   | 1,075,100 | 1,118,000 | 1,274,300 | 1,633,800 | 1,551,800 | 1,562,400 | 1,230,300 | 1,395,100 | 1,306,900 | 1,256,400 | 1,410,600 | 1,386,900 | 1,378,000 | 1,382,300 | 1,323,300 | 1,225,600 | 1,175,000 | 1,189,500 | 1,378,200 | 1,365,400 | 1,205,300 | 1,276,500 | 1,115,100 | 1,116,100 |
| バス客    | 21,300    | 16,800    | 12,000    | 10,000    | 11,000    | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         |
| 合計     | 3,581,100 | 3,625,900 | 3,676,100 | 3,701,100 | 3,800,300 | 3,601,400 | 3,738,500 | 3,533,200 | 3,236,300 | 3,420,300 | 3,256,400 | 3,181,100 | 3,092,900 | 3,042,800 | 3,197,600 | 3,173,900 | 3,164,400 | 3,164,300 | 3,109,300 | 3,011,600 | 2,960,000 | 2,975,500 | 3,163,700 | 3,151,400 | 2,910,600 | 2,992,600 | 2,901,100 | 2,902,000 |
| 注      | 平成29年度推計  |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |

出典：国土交通省 観光庁

外国人宿泊実態調査における国別延宿泊者数の推移 【白馬村】

調査期間:各年1月1日～12月31日

対象者:村内の宿泊施設を利用した外国人客の延べ宿泊者数(国別、月別)

調査先:村内の宿泊施設

| 区分(国名)       |          | H17    | H18    | H19    | H20    | H21    | H22    | H23    | H24    | H25    | H26    | H27     | H28     |
|--------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| アジア          | 韓国       | 15,349 | 14,283 | 11,562 | 8,929  | 4,220  | 5,901  | 2,448  | 1,831  | 1,098  | 955    | 2,043   | 3,228   |
|              | 中国       | 36     | 263    | 653    | 702    | 823    | 934    | 442    | 407    | 459    | 968    | 2,294   | 4,198   |
|              | 香港       | 302    | 3,036  | 2,113  | 2,885  | 3,129  | 3,667  | 3,434  | 2,987  | 4,032  | 4,834  | 6,154   | 6,417   |
|              | 台湾       | 2,195  | 1,559  | 5,538  | 6,091  | 6,152  | 6,124  | 6,051  | 5,929  | 6,047  | 7,558  | 9,337   | 9,244   |
|              | シンガポール   |        | 1,207  | 1,722  | 2,248  | 2,368  | 2,615  | 2,279  | 1,959  | 2,487  | 4,218  | 7,101   | 6,604   |
|              | タイ       |        | 46     | 252    | 274    | 289    | 186    | 145    | 137    | 345    | 489    | 919     | 1,847   |
|              | マレーシア    |        |        |        |        |        |        |        |        | 100    | 3516   | 5,032   | 4,378   |
|              | インドネシア   |        |        |        |        |        |        |        |        | 99     | 212    | 481     | 491     |
|              | ベトナム     |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 35     | 68      | 17      |
|              | フィリピン    |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 35     | 24      | 54      |
|              | インド      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 46      | 118     |
|              | 小計       | 17,882 | 20,394 | 21,840 | 21,129 | 16,981 | 19,427 | 14,799 | 13,250 | 14,667 | 22,820 | 33,499  | 36,596  |
| 北アメリカ        | アメリカ     | 68     | 2,636  | 2,332  | 4,018  | 2,854  | 3,215  | 3,125  | 3,375  | 2,700  | 3,456  | 5,894   | 5,305   |
|              | カナダ      | 0      | 147    | 133    | 221    | 198    | 336    | 586    | 645    | 696    | 814    | 1,278   | 1,457   |
|              | 小計       | 68     | 2,783  | 2,465  | 4,239  | 3,052  | 3,551  | 3,711  | 4,020  | 3,396  | 4,270  | 7,172   | 6,762   |
| ヨーロッパ        | イギリス     | 973    | 1,024  | 1,442  | 1,660  | 1,877  | 2,187  | 2,422  | 1,986  | 2,720  | 2,854  | 2,054   | 2,568   |
|              | ドイツ      | 0      | 104    | 146    | 169    | 192    | 529    | 306    | 232    | 408    | 114    | 134     | 143     |
|              | フランス     | 2      | 716    | 1,009  | 1,161  | 1,312  | 974    | 512    | 418    | 734    | 296    | 411     | 555     |
|              | イタリア     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         | 88      |
|              | スペイン     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         | 118     |
|              | 北欧       | 0      | 126    | 193    | 241    | 326    | 351    | 846    | 855    | 1,017  | 1,322  | 1,804   | 2,129   |
|              | ロシア      |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 1,134  | 759     | 516     |
|              | 小計       | 975    | 1,970  | 2,790  | 3,231  | 3,707  | 4,041  | 4,086  | 3,491  | 4,879  | 5,720  | 5,162   | 6,117   |
| オセアニア        | オーストラリア  | 2,238  | 7,250  | 12,138 | 17,921 | 17,163 | 14,903 | 29,497 | 20,057 | 34,096 | 43,094 | 51,845  | 52,363  |
|              | ニュージーランド | 53     | 54     | 320    | 496    | 303    | 284    | 846    | 838    | 896    | 703    | 1,672   | 1,505   |
|              | 小計       | 2,291  | 7,304  | 12,458 | 18,417 | 17,466 | 15,187 | 30,343 | 20,895 | 34,992 | 43,797 | 53,517  | 53,868  |
| その他          |          |        | 1,040  | 1,414  | 2,648  | 1,489  | 1,304  | 3,085  | 3,163  | 2,622  | 1,117  | 1,006   | 883     |
| 合 計 (延べ宿泊者数) |          | 21,216 | 33,491 | 40,967 | 43,664 | 42,695 | 43,510 | 56,024 | 44,819 | 60,566 | 77,724 | 105,356 | 104,226 |

外国人宿泊実態調査における月別の状況

②月別宿泊者数（延べ宿泊数）

（単位：人）

| 年<br>月       | H16   | H17    | H18    | H19    | H20    | H21    | H22    | H23    | H24    | H25    | H26    | H27     | H28     | H29 |
|--------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|-----|
| 1月 January   | 2,167 | 2,660  | 9,921  | 11,655 | 13,895 | 16,991 | 14,923 | 24,183 | 16,852 | 23,855 | 30,352 | 29,372  | 36,213  |     |
| 2月 February  | 2,386 | 4,363  | 11,049 | 14,056 | 17,513 | 12,349 | 11,824 | 19,446 | 13,703 | 19,389 | 25,006 | 22,945  | 27,484  |     |
| 3月 March     | 850   | 1,828  | 3,467  | 4,840  | 5,526  | 2,539  | 2,611  | 2,896  | 2,265  | 3,482  | 4,554  | 10,306  | 10,650  |     |
| 4月 April     | 299   | 901    | 695    | 641    | 1,288  | 1,168  | 1,706  | 402    | 343    | 380    | 500    | 4,464   | 4,440   |     |
| 5月 May       | 322   | 993    | 760    | 819    | 867    | 782    | 1,051  | 994    | 887    | 915    | 1,103  | 2,767   | 3,357   |     |
| 6月 June      | 289   | 1,417  | 279    | 651    | 724    | 544    | 592    | 504    | 493    | 489    | 560    | 1,783   | 1,116   |     |
| 7月 July      | 141   | 1,188  | 486    | 404    | 455    | 481    | 1,254  | 694    | 685    | 848    | 1,076  | 744     | 601     |     |
| 8月 August    | 303   | 1,346  | 342    | 425    | 376    | 424    | 1,018  | 524    | 506    | 580    | 727    | 588     | 813     |     |
| 9月 September | 347   | 2,552  | 320    | 286    | 342    | 283    | 305    | 292    | 295    | 295    | 348    | 1,934   | 1,250   |     |
| 10月 October  | 358   | 1,930  | 702    | 921    | 865    | 1,047  | 1,099  | 653    | 665    | 693    | 912    | 2,711   | 1,797   |     |
| 11月 November | 74    | 786    | 228    | 268    | 211    | 619    | 587    | 401    | 556    | 548    | 530    | 2,703   | 1,014   |     |
| 12月 December | 127   | 1,282  | 5,243  | 6,001  | 7,602  | 5,468  | 6,540  | 5,035  | 7,569  | 9,082  | 12,056 | 19,993  | 15,491  |     |
| 合 計          | 7,663 | 21,246 | 33,492 | 40,967 | 49,664 | 42,695 | 43,510 | 56,024 | 44,819 | 60,556 | 77,724 | 100,310 | 104,226 | 0   |

# HAKUBAVALLEY

## 2017-2018

## THE HAKUBA VALLEY SHUTTLE BUS

<http://hakubavalley.com>

HAKUBA VALLEY 共通リフト券をお持ちの方はチケットの提示により HAKUBA VALLEY シャトルバスが無料で利用できます。

- ・無料乗車ができるのは、スキー場利用日に限ります。
- ・HAKUBA VALLEY 共通リフト券以外の各スキー場のリフト券での無料乗車はできません。所定の料金を右支払いの上ご利用ください。
- ・ウェブショップでチャージし購入した HAKUBA VALLEY チケットは、利用開始日にスキー場でリフトゲートを通過した時点でデータの書き換えが完了し有効となります。スキー場利用日のシャトルバス(バス)乗車は有料となりますのでご注意ください。

You can ride the HAKUBA VALLEY Shuttle Bus for FREE with your valid HAKUBA VALLEY lift pass.

Validity of the HAKUBA VALLEY ticket expires on the final day of your lift use.

(e.g. 5-day ticket means 5 days of lift and 5 days of shuttle bus. On the day you decide to ski you can ride the shuttle bus for free. Please be careful of the validity period of the lift ticket.)

Lift tickets and passes of each individual snow resort can utilize this shuttle service, however, you will be charged the bus fare accordingly.

If you recharge your pass online, it will not be activated until you pass through the first lift gate on the day. A bus ride before activation of the lift ticket will incur the fare according to the bus route.

HAKUBA VALLEY シャトルバスは、9スキー場間を結ぶシャトルバスです。この他、各スキー場のシャトルバスがございます。



シャトルバスの時刻表等、詳しくはホームページをご覧ください。Please check the timetable at the bus stop or refer to the website. <http://www.hakubavalley.com>





## 2017-2018 Season Hakuba Valley Multi-Mountain Pass -Guide Sheet

- ① HV PASS is valid at 9 ski resorts, Jiigatake, Kashimayari, Hakuba Goryu, Hakuba47, Hakuba Happo-one, Tsugaike Kogen, Hakuba Iwatake, Hakuba Norikura, Hakuba Cortina.
- ② Hakuba Goryu, Hakuba47, Hakuba Happo-one, Hakuba Iwatake, Tsugaike Kogen, Hakuba Norikura Onsen and Cortina snow resorts in Hakuba Valley installed the integrated ticket and gate system for skiers and riders to access the lifts immediately without the need to line up at the ticket counter. "Easy boarding - direct to lift access pass". Pass exchange for a local lift ticket is required at Jiigatake and Kashimayari.
- ③ Customers can ski an unlimited number of resorts on any 1 day.
- ④ HV PASS category includes the following;  
Adult - 13 years of age or older. Child - 6 to 12 years old.  
※Child age 5 years old and under is entitled to receive a complimentary day ticket which can be collected direct from the ticket window at the individual ski resort.
- ⑤ The first day of activation is the first day the customer utilizes the lift pass by passing through the ticket gate or hand scanner operated by staff.
- ⑥ It is non-refundable and non-transferable.
- ⑦ The opening and closing dates as well as operating hours differ between each ski resort.
- ⑧ Not valid for night ski.
- ⑨ HV PASS is not transferable and valid for the original purchaser only.
- ⑩ Please enter the gate one person at a time. Single person entering the gate with multiple passes may cause system malfunction or damage the data inside the card(s). Please note that "multiple passes" include any mixture/combination of the pass(es) of individual resort as well as the HV pass(es).
- ⑪ Avoid storing the HV PASS with cigarettes, coins and mobile phone.
- ⑫ Please carry the HV PASS in your left chest pocket.
- ⑬ Do not store the HV PASS inside a car (glove compartment) or close to heating device where the card will be exposed to high heat.

## 2017-2018 Hakuba Valley共通リフト券(HV PASS)のご利用案内

- ① Hakuba Valley共通リフト券(HV PASS)は以下の9箇所のスキー場でご利用いただけます。  
館が岳スキー場・鹿島槍スキー場・白馬五竜スキー場・Hakuba47・白馬八方尾根スキー場・白馬岩岳スキーフィールド・樹池高原スキー場・白馬乗鞍温泉スキー場・白馬コルチナススキー場
- ② HV PASS は、9箇所のスキー場の内、白馬五竜、Hakuba47、白馬八方尾根、白馬岩岳、樹池高原、白馬乗鞍、白馬コルチナスは、そのままフリーゲートでお使いただけます。館が岳、鹿島槍をご利用の場合は、利用当日にチケットセンターで各スキー場リフト券と交換してからのご利用となります。
- ③ 9箇所のスキー場間は、同日内制限なく移動が可能です。
- ④ HV PASSの区分は下記となります。  
大人券:中学生以上(13歳以上)ノ小児券:小学生(6歳~12歳)  
小学生未満(5歳以下)はリフト券無料(滑走の際はリフト券が必要になります。チケットセンターまでお越し下さい)
- ⑤ 初回利用日より、各券種の有効期間が超過した場合は利用不可(無効)となります。
- ⑥ HV PASSの払い戻し、販売、譲渡等はできません。
- ⑦ 営業期間及び営業時間は各スキー場により異なります。
- ⑧ HV PASSは、ナイタースキーには利用できません。
- ⑨ HV PASSのご利用は、購入者(所有者)本人の使用に限ります。
- ⑩ ゲート通行の際は、必ず1人1枚のリフト券で通行してください。1人で複数のリフト券を所持していると、誤作動の他、リフト券データが消失、損傷する危険がございます。(複数のリフト券とは、HV PASS同士の他、HV PASSと各スキー場リフト券や各スキー場リフト券同士も意味します。)
- ⑪ HV PASSとタバコ・小銭・携帯電話と同じ場所には携帯しないでください。
- ⑫ HV PASS は、ウェアの左側(胸)のポケットに入れて携帯してください。
- ⑬ HV PASSを保管する時は、ヒーターや車内(ダッシュボード)など高温の場所に保管(放置)しないでください。

白馬村視察研修 参加者名簿

平成30年2月7日

| 氏 名   | 所 属                | 備 考 |
|-------|--------------------|-----|
| 師田 保  | 湯沢町議会副議長           |     |
| 田村 計久 | 湯沢町議会産業建設常任委員会委員長  |     |
| 岸野 雅人 | 湯沢町議会総務文教常任委員会委員長  |     |
| 並木 利彦 | 湯沢町議会産業建設常任委員会副委員長 |     |
| 林 敏幸  | 湯沢町商工会会長           |     |
| 宮田 良男 | 湯沢町商工会副会長          |     |
| 高井 良一 | 湯沢町商工会理事           |     |
| 貝瀬 一男 | 湯沢町商工会事務局長         |     |
| 笛木 政昭 | 湯沢町商工会経営支援室長       |     |
| 向井 貴志 | 湯沢町商工会経営支援室主任      |     |
| 末房 亮  | 湯沢町観光協会（地域おこし協力隊員） |     |
| 高橋 弘介 | 湯沢町税務町民部長          |     |
| 南雲 剛  | 湯沢町産業観光部長          |     |
| 南雲 一春 | 湯沢町議会事務局長          |     |
| 南雲 一也 | 湯沢町産業観光部商工観光係長     |     |



## 長野

# 外国人経営者増える白馬村 多様性で好循環期待

毎日新聞 2017年11月19日 15時30分 (最終更新 11月19日 15時30分)



外国人と日本人が経営する店舗が並ぶ白馬駅前＝白馬村で

「Lucky Pete's Cafe and Bar」「お土産 藤屋」「bamboo coffee bar」――。冬季を中心に外国人観光客が多く訪れる長野・白馬駅前では、横文字の看板と漢字の看板が自然に並ぶ。近年、観光客だけでなく、外国人の経営する店が増えてきたからだ。外国人経営者たちの参入はどう受け止められているのか。【ガン・クリスティーナ】

県が今年9月に発表した基準地価によると、白馬村の商業地の下落率は2.5%。県全体が25年連続下落だったため、白馬村も下落したが、下落率は昨年より0.9ポイント縮小した。不動産鑑定士の畔上豊さんは「外国人経営者の参入が増えているから」と説明する。昨年、村に宿泊した外国人の数は10万4226人に上ったが、その観光客を狙った宿泊施設や旅行会社を運営する外国人が増えている。

村観光局によると、外国人経営者たちは後継者がなく続けられなくなった施設を買い取るケースが多いという。同局の福島洋次郎事務局長(42)は「空き家の増加を防ぎ、観光客も連れてきてくれるのでありがたい」と語る。

外国人経営者が多く加入する白馬国際経営会議(HIBA)の会員数は現在30社で、設立された5年前より10社増えた。設立者のケビン・モラードさん(48)は「(村内の)和田野地区で売りに出されたペンションの半数以上は外国人経営者が購入したのでは」という。HIBAは事業をはじめる外国人に助言するだけでなく、スキー場の運営について役場に提言などもしている。ボランティアで小学生に英語を教えるなど地域に根差した活動も手掛ける。

1992年にニュージーランドから来日したトロイ・デービスさん(48)はスキー場スタッフや大工を経て、2003年に宿泊施設の経営を始めた。外国人経営者の増加について、「旅行者が増え、その旅行者がビジネスチャンスがあると感じたのでしょう」と分析する。「多様な経営者が来ると、多様な客も来る。そうなればさらに繁盛する」と好循環になることを期待する。

## ◇実態把握しにくい面も

一方、地元の観光協会や組合などに加入しない外国人経営者も多く、実態が把握しにくい現状もある。外国人経営者たちにも加入してもらおうと、白馬五竜観光組合では規約書を翻訳するなど約3年前から働きかけを始めた。しかし、日本語のあいまいな表現や日本ならではの組合システムになじみがない外国人経営者の関心は薄い。下川孝組合長（63）は「組合のメリットが伝わらない」と頭を抱えるとともに、「火事など災害が発生した際の連絡先や避難先などを把握している外国人経営者はどのくらいいるのか」と心配する。

それでも下川組合長は「外国人の新しい目線で白馬のいいところを伸ばして、さらに活性化させたい」と外国人経営者の参入は歓迎している。現在は外国人に理解してもらえるよう規約書の再翻訳などに取り組み、外国人経営者に興味を持ってもらおうとしている。

組合に入っているデービスさんも「外国人経営者は日本や地域のシステムをもっと勉強すべきだ」と指摘する。一方で、県が提供している24時間の電話での無料通訳など外国人経営者に有益な情報が「届かないことも多い」として、「自分たちにも情報が行き届くようにしてほしい」と語った。

---

毎日新聞のニュースサイトに掲載の記事・写真・図表など無断転載を禁止します。著作権は毎日新聞社またはその情報提供者に属します。

Copyright THE MAINICHI NEWSPAPERS. All rights reserved.

# 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

|                                                 |                                                                                                                                 |                                                                                                               |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 申請区分                                            | 地域DMO                                                                                                                           |                                                                                                               |
| 日本版DMO候補法人の名称                                   | (一社) 白馬村観光局                                                                                                                     |                                                                                                               |
| マーケティング・マネジメント対象とする区域                           | 区域を構成する地方公共団体名<br>長野県 白馬村                                                                                                       |                                                                                                               |
| 所在地                                             | 長野県北安曇郡白馬村北城 7025 番地                                                                                                            |                                                                                                               |
| 設立時期                                            | 平成 13 年 10 月 白馬村観光推進本部発足<br>平成 16 年 4 月 白馬村観光局発足<br>平成 17 年 2 月 1 日 有限責任中間法人白馬村観光局<br>平成 21 年 6 月 8 日 一般社団法人白馬村観光局 (法改正により名称変更) |                                                                                                               |
| 職員数                                             | 12 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 | 太田 文敏<br>(出身組織名)<br>(白馬村副村長)                                                                                                    | 現白馬村副村長。現白馬村観光局代表理事。村の基幹産業である観光を発展させる事の必要性・重要性を行政・観光局のトップリーダーとしての強い意欲を持ち、その手腕を発揮されている。                        |
| 各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)                 | 福島 洋次郎「専従」<br>(出身組織名)<br>(株) 東急ホテルズ                                                                                             | 平成 28 年 6 月より白馬村観光局事務局長。白馬東急ホテルインバウンド営業担当の傍らで、白馬のインバウンド誘致の事務局を担当。村内外に広く人的ネットワークを持ち、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。 |
| マネジメントの責任者                                      | 佐藤 裕二「常勤」<br>(出身組織名)<br>白馬観光開発(株)より<br>出向                                                                                       | 平成 28 年 4 月より赴任。八方尾根、岩岳、柵池の各スキー場のマネジメントを経験。村内主要観光事業者や村内各種団体との調整役として活躍されている。                                   |
| プロモーションの責任者                                     | 伊達 仁彦「常勤」<br>(出身組織名)<br>(株) 五竜より出向                                                                                              | 食品メーカーにて企画・営業を経験後、宿泊業を経営した後、白馬五竜スキー場において営業・施設運営のマネジメントマネージャーを経験。国内外のプロモーションや広域観光連携事業の責任者。                     |
| 企画・総務・財務・人事の責任者                                 | 高橋 利郎「常勤」<br>(出身組織名)<br>八方尾根開発(株)より<br>出向                                                                                       | 平成 23 年 7 月より赴任。八方尾根スキー場において企画営業、総務を経験。局運営及び主催ツアーの造成や理事会事務局の責任者。                                              |
| 経理担当責任者(専門人材)                                   | 矢口 由美「専従」<br>(出身組織名)<br>白馬村観光連盟                                                                                                 | 白馬村観光局の前身である白馬村観光推進本部より事務局として継続。観光局の経理業務を担当。また、村内観光事業者及び白馬村行政の窓口になっている                                        |
| 企画・財務担当                                         | 新路 祐也「専従」<br>(出身組織名)<br>白馬村観光局                                                                                                  | 観光局主催ツアーの企画・造成を担当。<br>観光局財務会計を担当                                                                              |
| 営業                                              | 山岸 裕一「専従」<br>(出身組織名)                                                                                                            | 山岳観光・インバウンド・フィルムコミッション・メディア担当                                                                                 |

4つの観光協会

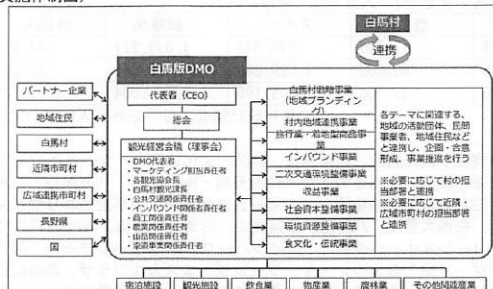
|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                       |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                   | 白馬村観光局                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                       |
| 営業                                | 吉沢 紘一「専従」<br>(出身組織名)<br>白馬村観光局                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | JR・国内外公共交通機関・インバウンド・広報・情報管理担当                         |
| 営業                                | 栗林 祐太「常勤」<br>(出身組織名)<br>白馬村観光課より出向                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 平成 28 年 4 月より、白馬村観光課から出向。村主催や局主催行事担当<br>白馬村行政との窓口業務担当 |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割              | 長野県観光部山岳高原観光課（ブランド戦略・マーケティング支援）、長野県観光部観光誘客課（広域連携・国際観光連携）<br>白馬村観光課（マーケティング・地域観光振興・商工・山岳関連）<br>総務課（地域公共交通・白馬高校国際観光課連携・区長会（村民連携））、建設課（社会資本整備）農政課（地域農林産業関連）、教育委員会（伝統・文化関連）                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                       |
| 連携する事業者名及び役割                      | 白馬岩岳観光協会・八方尾根観光協会・白馬五竜観光協会・白馬さのさか観光協会、(着地型旅行商品)<br>白馬商工会（ふるさと名物の開発・産業振興）<br>白馬村振興公社（地産地消・六次産業）<br>白馬村索道事業者協議会（スキー場経営）<br>白馬山小屋協会（白馬連峰山小屋関係）<br>白馬村インバウンド推進協議会（インバウンド事業）<br>大北農協（農業者連携・地産地消）<br>東日本旅客鉄道(株)・アルピコ交通・(株)白馬交通・アルピコタクシー(株)・白馬観光タクシー(株)・アルプス第一交通(株)（一次・二次アクセス改善）<br>長野県北安曇地方事務所（広域連携）<br>長野県観光機構（地域連携DMO）<br>北アルプス三市村観光連絡会（小谷村・大町市広域連携）<br>安曇野・北アルプスゆう浪漫委員会（JR 大糸線活性化事業）<br>ケーブルテレビ白馬（地域情報通信基盤整備事業）<br>白馬村区長会（村民連携） |                                                       |
| 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 | (該当する要件)<br>①・②<br>(概要)<br>代表理事・副代表理事（常務理事）・事務局で構成される執行部会を月 1 回、理事会を四半期に 1 回（臨時理事会も開催）開催。また、総会を年 1 回開催<br><br>各専門委員会を設置している。（観光協会・宿泊、索道、温泉、交通運輸、山岳観光、インバウンド）                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                       |
| 法人のこれまでの活動実績                      | (活動の概要)<br>地域資源を活用し、国内外の誘客促進、観光イベント、ブランド化、観光情報の発信など村内観光事業者と共に行ってきた。また、JR 東日本、JR 東海、JR 西日本との連携、さらに周辺及び広域市町村の広域観光連携事業を行っている。<br><br>(定量的な評価)<br>白馬村観光客入込 平成 27 年度 2,271 千人(冬季 927 千人 H. 26. 11~h. 27. 5)                                                                                                                                                                                                                       |                                                       |

## 実施体制

### (実施体制の概要)

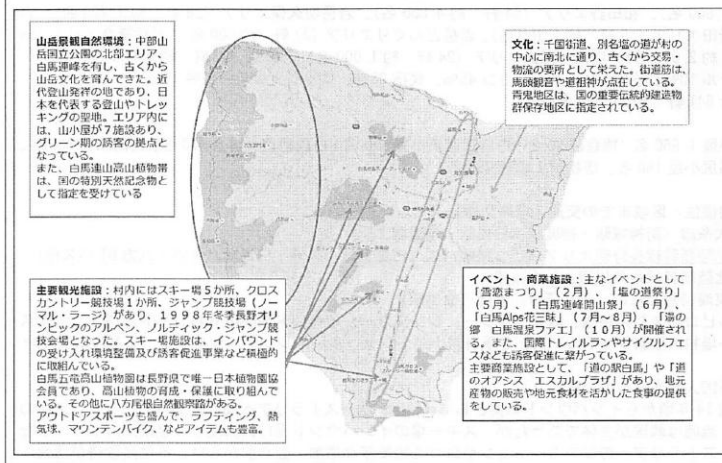
(一社) 白馬村観光局が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。

### (実施体制図)



## 2. 日本版DMO候補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】

平成21年から、区域を構成する地方公共団体で関係団体と連携協議会を設置しており、顧客視点に立ち、ブランディングや誘客促進の取り組みなど連携した取組を実施。

また、観光資源の面からみてもコンセプトとして共通する点が多く、当該市町村で連携した区域設定とするのが適切。

## 【観光客の実態等】（入込み数 単位：人）

| 年度  | 登山     | スキー       | 一般観光      | 外国人    | 合計        |
|-----|--------|-----------|-----------|--------|-----------|
| H24 | 41,300 | 979,073   | 1,378,227 | 44,819 | 2,398,600 |
| H25 | 40,000 | 1,029,849 | 1,365,681 | 60,556 | 2,435,530 |
| H26 | 35,100 | 1,005,196 | 1,205,304 | 77,724 | 2,245,600 |

白馬村統計調査より ※外国人については、一部宿泊調査のみ記載

## 【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】

村内主要施設は、白馬さのさか・白馬五竜・Hakuba47・八方尾根・白馬岩岳各スキー場、姫川源流地、白馬五竜高山植物園、八方尾根自然観察路、白馬岩岳ユリ園&マウンテンビュー、大出のつり橋、白馬大雪渓、八方池、小遠見山、白馬連峰登山、Hakuba47 マウンテンスポーツパーク、白馬グリーンスポーツの森、トレインパーク、EXアドベンチャー、姫川ラフティング、体験パラグライダー、MTB、ウォータージャンプ、エスカルプラザ、道の駅白馬、村内日帰り温泉入浴施設（11 か所）、白馬美術館、白馬三枝美術館、菊池哲男山岳アートギャラリー、白馬宮島工芸店、山とスキーの総合資料館。塩の道祭り、白馬 Alps 花三昧、湯の郷白馬温泉フェア、雪恋まつり、国際トレイルラン、サイクルフェスタ、グリーンスポーツサマーフェスティバル、山開き記念登山、白馬マイスターツアー、

## 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

さのさかエリア（20軒 約780名収容）、白馬五竜エリア（86軒 約3,400名収容）、エコーランドエリア（41軒 約1,500名収容）、みそら野エリア（76軒 約2,200名）、八方エリア（104軒 約5,500名）、和田野エリア（54軒 約4,000名）、岩岳切久保エリア（28軒 約1,200名）、岩岳新田エリア（45軒 約1,100名）、岩岳どんぐりエリア（27軒 約900名）、岩岳落倉エリア（56軒 約2,000名）、塩島・森上エリア（24軒 約1,000名）その他（80軒 約4,000名）

ホテル10%、旅館5%、ペンション45%、民宿25%、ロッジ・コテージ等15%

総計641軒 約27,580名収容

山小屋1,960名（猿倉荘90名・白馬罐温泉小屋150名・白馬岳頂上宿舎420名、白馬山荘800名、白馬尻小屋150名、唐松頂上山荘350名）

## 【利便性：区域までの交通、域内交通】

JR大糸線（南神城駅・神城駅・白馬駅・信濃森上駅）

JR北陸新幹線長野駅よりアルピコ路線バス（白馬五竜バス停・白馬バス停・八方BTバス停）

JR北陸新幹線糸魚川駅より大糸線

JR東海特急しなの（季節運行）直通（白馬駅）

アルピコバス村内路線、観光タクシー、レンタカー、イベント期間中有料シャトルバス、冬季スキー場村内無料シャトルバス、冬季有料ナイトシャトルバスレンタルサイクル、などの二次交通

## 【外国人観光客への対応】

平成14年頃からインバウンド事業として、韓国、オーストラリアへ向けたプロモーションを始める。当時は韓国が主体であったが、スキー場のインバウンド受け入れ環境の整備が向上し、またオーストラリアへのプロモーションや口コミ等で年々増加。数年前からは、不動産取得が活発になり、外国人オーナーの宿泊施設が増加するとともに、居住者も増加。成熟期に入っているオー

ストライアマーケットからアジア・欧米へのプロモーションを強化。特にヨーロッパ・カナダからの来訪者が増加。インフラ整備としてWiFiエリアの拡大や多言語翻訳ツールの説明会などを行っている。また、広域観光連携事業としてビジットジャパン地方連携や訪日ムスリム客受け入れ環境整備に関する事業を実施。

### 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                      |
|------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------|
| 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。                        | アンケート調査を自主事業として実施         |
| 観光客動向調査（満足度調査・再来訪意向調査） | 観光客が実際に観光資源をどのように回遊しているか、また、訪れた感想、再来訪の意向を把握する | アンケート調査を自主事業として実施         |
| 観光客数調査                 | 観光客数の統計を取ることで、観光施策の効果を図る                      | 主要観光施設による数量の聞取りと宿泊施設の協力依頼 |
| 着地型旅行商品の意向調査           | 商品化された観光商品のブラッシュアップや課題把握                      | 参加者への直接アンケートを実施           |

### 4. 戦略

#### (1) 地域の強みと弱み

|      | 好影響                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 悪影響                                                                                                                                                                                                 |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内部環境 | <b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・山岳リゾートとしての活用</li> <li>・日本有数のスキーリゾートエリアであり、オーストラリアをはじめ、アジア、ヨーロッパからの来訪も増加</li> <li>・主要観光施設であるスキー場独自又は連携した訪日外国人受入れ環境整備の充実</li> <li>・宿泊施設連携によるインバウンド施策</li> <li>・主要観光施設のグリーン期における観光コンテンツの積極的な商品造成</li> <li>・国内知名度の高さ</li> </ul> | <b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・村民レベルでの情報や理念の共有</li> <li>・スキー場利用者の減少</li> <li>・二次交通も含めた交通アクセス</li> <li>・ブランドホテルが無い</li> <li>・訪日外国人受入れ宿泊施設が少ない（ホテルタイプが少ない）</li> </ul> |
| 外部環境 | <b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド関連、特に 2020 年東京オリンピック開催</li> <li>・外国人スキー需要の拡大</li> <li>・広域観光連携への意識の高まり</li> <li>・主要観光事業同業者の連携事業の活性化</li> <li>・健康・癒やし志向の高まり</li> </ul>                                                                                | <b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢化による宿の廃業に伴う地域地盤沈下</li> <li>・国際情勢（円高、新興国の成長）</li> <li>・人口減少（生産年齢人口）</li> <li>・</li> </ul>                                               |

## (2) ターゲット

|                                                                                                                |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>○第1ターゲット層（ウィンターシーズン）<br/>東名阪在住のファミリー・ジュニア及び20代～40代ウィンタースポーツ愛好者</p>                                          |  |
| <p>○選定の理由<br/>他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場としても縮小傾向にあるものの、依然として白馬村の経済活動の中核を担っている。</p>                         |  |
| <p>○取組方針<br/>満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>                             |  |
| <p>○第2ターゲット層（ウィンターシーズン）<br/>欧米・アジア・中国・台湾のウィンタースポーツ愛好者</p>                                                      |  |
| <p>○選定の理由<br/>成長エリアであり、多くの需要が見込まれる大きな市場である。</p>                                                                |  |
| <p>○取組方針<br/>受入れ環境整備（言語や施設対応）をすすめ、来村されたお客様への満足度調査を実施し、再来訪以降につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p> |  |
| <p>○第1ターゲット層（グリーンシーズン）<br/>東名阪在住の30代～60代の自然・健康志向の一般観光客</p>                                                     |  |
| <p>○選定の理由<br/>白馬連峰、白馬山麓共に国内有数のリゾート地としての強みを活かせる。また、リピーターも多い。</p>                                                |  |
| <p>○取組方針<br/>満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>                             |  |
| <p>○第2ターゲット層（グリーンシーズン）<br/>自転車愛好者（国内・台湾）</p>                                                                   |  |
| <p>○選定の理由<br/>近隣市町村の連携事業として、受入れ環境整備が進み出した。また、ビジットジャパン地方連携事業において、広域観光連携事業として台湾自転車愛好者層へのプロモーションを実施</p>           |  |
| <p>○取組方針<br/>満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>                             |  |

## (3) コンセプト

|        |                                                      |
|--------|------------------------------------------------------|
| ①コンセプト | <p>恵まれた自然、山と雪が育む生活・文化を未来に残す<br/>マウンテンリゾート・HAKUBA</p> |
|--------|------------------------------------------------------|

|            |                                                                                                                                                                                             |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ②コンセプトの考え方 | <p>白馬村では、北アルプスの美しい山岳景観と雪質に恵まれたゲレンデに加え、その山と雪に育まれた地域の生活・文化の魅力も活かして観光客を受入れてきました。</p> <p>それらの地域の資産を守り、あるいは磨きをかけながら未来に残し、世界中からの来訪者を迎え入れ、「訪れる人それぞれにとっての居心地のよさ」を提供できる《マウンテンリゾート・Hakuba》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                        | DMOを中心として、関連事業者・団体の代表・行政による戦略会議を定期的に開催し進捗管理や検証もおこなっていく。各種専門委員会の開催は実施しているが、更に住民へのコミュニケーションの場を設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施する。 |
| 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 | 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係る品質認証制度を実施。農政では、北アルプス山麓ブランド認証制度は実施済み                                                            |
| 一元的な情報発信・プロモーション                     | 観光局観光案内窓口業務は365日対応している。また、SNS等を利用した効果的な情報発信とプロモーション及び地域内関係者への情報の共有化を図る。四半期ごとに村民へ観光局便りを発刊している。                                 |

## 6. KPI（実績・目標）

### （1）必須KPI 資料：長野県観光地利用者統計調査

| 指標項目    | 単位  | 25年度   | 26年度   | 27年度   | 28年度   | 29年度   | 30年度   |
|---------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ●旅行消費額  | 百万円 | 13,549 | 12,452 | 12,816 | 12,930 | 13,200 | 13,450 |
| ●延べ宿泊者数 |     |        |        |        |        |        |        |
| ●来訪者満足度 |     |        |        |        |        |        |        |
| ●リピーター率 |     |        |        |        |        |        |        |

※現状の調査・分析を行い、平成29年4月を目途に数値を設定する予定

(2) その他の目標

| 指標項目            | 単位  | 25年度  | 26年度  | 27年度  | 28年度   | 29年度   | 30年度   |
|-----------------|-----|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| ●入込み者数          | 千人  | 2,436 | 2,246 | 2,309 | 2,100  | 2,400  | 2,450  |
| ●外国人延べ宿泊数<br>※1 | 千人  | 61    | 78    |       |        |        |        |
| 外国人滞在日数 ※2      |     | 不明    | 230   | 280   | 290    | 300    | 310    |
| ●スキー場入込み数       | 千人  | 1,030 | 1,050 | 994   | 940    | 1,000  | 1,020  |
| ●登山客数           | 千人  | 40    | 35    | 38    | 32     | 35     | 38     |
| ●ホームページ閲覧数      | 千PV | 7,985 | 8,166 | 9,842 | 10,000 | 10,100 | 10,200 |

※1 外国人延べ宿泊数：冬期（スキーシーズン）定点観測による経年変化を示す指数。

※2 外国人滞在日数：冬期（スキーシーズン）スキー場チケット販売実績及びハクババレーチケット利用状況を用いて算出したもの。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

（第13期予算 平成28年4月1日～平成29年3月31日）

(1) 収入

| 年度   | 総収入（円）      | 内訳（円）                                                                                                                                                 |
|------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 27年度 | 138,686,113 | （内訳の区分例）<br>【国からの補助金】 0<br>【市町村からの補助金】 87,968,000<br>【地方公共団体からの受委託収入】 15,234,702<br>【会費収入】 29,055,750<br>【収益事業収入】 6,240,805<br>【雑収入】 186,856          |
| 28年度 | 115,500,000 | 【国からの補助金】 0<br>【市町村からの補助金】 66,145,000<br>【地方公共団体からの受託金収入】 12,351,000<br>【会費収入】 15,375,000<br>【収益事業収入】 5,950,000<br>【余剰金取崩】 15,625,000<br>【雑収入】 54,000 |

|       |             |                  |            |
|-------|-------------|------------------|------------|
| 29 年度 | 120,000,000 | 【国からの補助】         | 0          |
|       |             | 【市町村からの補助金】      | 70,700,000 |
|       |             | 【地方公共団体からの受託金収入】 | 12,800,000 |
|       |             | 【会費収入】           | 15,000,000 |
|       |             | 【収益事業収入】         | 7,000,000  |
|       |             | 【余剰金取崩】          | 15,000,000 |
| 30 年度 | 125,000,000 | 【国からの補助】         | 2,000,000  |
|       |             | 【市町村からの補助金】      | 91,000,000 |
|       |             | 【会費収入】           | 15,000,000 |
|       |             | 【収益事業収入】         | 15,000,000 |
|       |             | 【余剰金取崩】          | 2,000,000  |
| 31 年度 | 125,000,000 | 【国からの補助】         | 2,000,000  |
|       |             | 【市町村からの補助金】      | 91,000,000 |
|       |             | 【会費収入】           | 15,000,000 |
|       |             | 【収益事業収入】         | 15,000,000 |
|       |             | 【余剰金取崩】          | 2,000,000  |

## (2) 支出

| 年度              | 総支出         | 内訳                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 27 年度<br>第 12 期 | 129,868,814 | (内訳の区分例)<br>【一般管理費】 51,677,961<br>【国内事業費】<br>主催イベント 15,100,913<br>協賛イベント 917,748<br>パンフレット等印刷費 11,105,070<br>宣伝販売促進 30,431,115<br>【海外事業費】<br>インバウンド推進事業 4,308,450<br>【情報提供】 1,066,017<br>【シャトルバス運行事業費】 15,234,702<br>【予備費】 26,838      |
| 28 年度           | 115,500,000 | (内訳の区分例)<br>【一般管理費】 49,040,000<br>【国内事業費】<br>主催イベント 15,010,000<br>協賛イベント 760,000<br>パンフレット等印刷費 7,870,000<br>宣伝販売促進 19,660,000<br>【海外事業費】<br>インバウンド推進事業 5,750,000<br>【情報提供】 1,210,000<br>【シャトルバス運行事業費】 12,351,000<br>【宿泊増進事業】 3,700,000 |

|       |             |               |            |
|-------|-------------|---------------|------------|
|       |             | 【予備費】         | 149,000    |
| 29 年度 | 120,000,000 | (内訳の区分例)      |            |
|       |             | 【一般管理費】       | 50,000,000 |
|       |             | 【国内事業費】       |            |
|       |             | 主催イベント        | 15,000,000 |
|       |             | 協賛イベント        | 700,000    |
|       |             | パンフレット等印刷費    | 8,000,000  |
|       |             | 宣伝販売促進        | 19,000,000 |
|       |             | 【海外事業費】       |            |
|       |             | インバウンド推進事業    | 7,000,000  |
|       |             | 【情報提供】        | 1,500,000  |
|       |             | 【シャトルバス運行事業費】 | 12,300,000 |
|       |             | 【宿泊増進事業】      | 1,500,000  |
|       |             | 【マーケティング】     | 5,000,000  |
| 30 年度 | 125,000,000 | (内訳の区分例)      |            |
|       |             | 【一般管理費】       | 50,000,000 |
|       |             | 【国内事業費】       |            |
|       |             | 主催イベント        | 15,000,000 |
|       |             | 協賛イベント        | 700,000    |
|       |             | パンフレット等印刷費    | 8,000,000  |
|       |             | 宣伝販売促進        | 19,000,000 |
|       |             | 【海外事業費】       |            |
|       |             | インバウンド推進事業    | 7,000,000  |
|       |             | 【情報提供】        | 1,500,000  |
|       |             | 【シャトルバス運行事業費】 | 12,300,000 |
|       |             | 【宿泊増進事業】      | 1,500,000  |
|       |             | 【マーケティング】     | 8,000,000  |
| 31 年度 | 125,000,000 | (内訳の区分例)      |            |
|       |             | 【一般管理費】       | 50,000,000 |
|       |             | 【国内事業費】       |            |
|       |             | 主催イベント        | 15,000,000 |
|       |             | 協賛イベント        | 700,000    |
|       |             | パンフレット等印刷費    | 8,000,000  |
|       |             | 宣伝販売促進        | 19,000,000 |
|       |             | 【海外事業費】       |            |
|       |             | インバウンド推進事業    | 7,000,000  |
|       |             | 【情報提供】        | 1,500,000  |
|       |             | 【シャトルバス運行事業費】 | 12,300,000 |
|       |             | 【宿泊増進事業】      | 1,500,000  |
|       |             | 【マーケティング】     | 8,000,000  |

### (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

- ・着地型ツアー商品造成・販売事業（自販・旅行会社）による手数料収益事業
- ・イベント催事誘致による宿泊手配手数料、広告収入収益事業
- ・インバウンドチケット販売取り扱い手数料収益事業
- ・マイスター事業（認証、年会費、販売手数料）による収益事業
- ・地産地消（白馬豚カレー）収益事業
- ・オリジナル商品開発及び販売による収益事業

## 8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

長野県北安曇郡白馬村は、(一社)白馬村観光局を当該都道府県及び市町村における地域DMOとして登録したいので(一社)白馬村観光局とともに申請します。

## 9. 記入担当者連絡先

|           |                                    |
|-----------|------------------------------------|
| 担当者氏名     | 福島 洋次郎                             |
| 担当部署名(役職) | 事務局長                               |
| 所在地       | 長野県北安曇郡白馬村北城 7025 番地               |
| 電話番号(直通)  | 0261-72-7100                       |
| FAX 番号    | 0261-72-6311                       |
| E-mail    | fukushima@po.vill.hakuba.nagano.jp |

## 10. 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 | 長野県北安曇郡白馬村             |
| 担当者氏名     | 篠崎 孔一                  |
| 担当部署名(役職) | 観光課 課長                 |
| 所在地       | 長野県北安曇郡白馬村北城 7025 番地   |
| 電話番号(直通)  | 0261-85-0722           |
| FAX 番号    | 0261-72-7001           |
| E-mail    | 0025@vill.hakuba.lg.jp |

|           |                               |
|-----------|-------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 長野県北安曇地方事務所                   |
| 担当者氏名     | 上田 穂積                         |
| 担当部署名(役職) | 商工観光建築課 課長                    |
| 所在地       | 長野県大町市大町白塩町 1058-2            |
| 電話番号(直通)  | 0261-23-6523                  |
| FAX 番号    | 0261-23-2934                  |
| E-mail    | ueda-hozumi@pref.nagano.lg.jp |

# (一社) 白馬村観光局

登録区分名：地域DMO

『マウンテンリゾート・HAKUBA』～恵まれた自然、山と雪が育む生活・文化を未来に残す～

【区域】長野県北安曇郡白馬村

【表：実施体制】

【表：KPI（実績・目標）】※（）内は外国人に関するもの

【設立時間】平成21年6月8日

【代表者】

【マーケティング責任者】福島 洋次郎

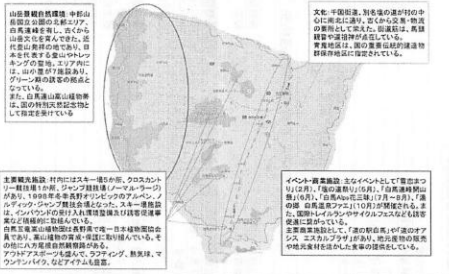
【職員数】12名

【連携する主な事業者】

白馬村索道事業者協議会、村内常設4観光協会  
白馬商工会、インバウンド推進協議会他



|              | 令和5年度実績 | 令和5年度目標 | 令和4年度実績 | 令和4年度目標 | 令和3年度実績 |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 観光客数<br>(万人) | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     |
| 観光客数<br>(万人) | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     |
| 観光客数<br>(万人) | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     |
| 観光客数<br>(万人) | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     |
| 観光客数<br>(万人) | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     | ( )     |



# 白馬村人口の推移(住民基本台帳人口)

| H15      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H15.4.1  | 4,702 | 4,779 | 9,541 |
| H15.5.1  | 4,709 | 4,779 | 9,546 |
| H15.6.1  | 4,709 | 4,779 | 9,548 |
| H15.7.1  | 4,758 | 4,787 | 9,545 |
| H15.8.1  | 4,756 | 4,797 | 9,553 |
| H15.9.1  | 4,751 | 4,796 | 9,549 |
| H15.10.1 | 4,752 | 4,792 | 9,554 |
| H15.11.1 | 4,775 | 4,800 | 9,555 |
| H15.12.1 | 4,750 | 4,804 | 9,554 |
| H16.1.1  | 4,772 | 4,794 | 9,566 |
| H16.2.1  | 4,767 | 4,792 | 9,559 |
| H16.3.1  | 4,776 | 4,795 | 9,571 |

| H16      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H16.4.1  | 4,578 | 4,796 | 9,552 |
| H16.5.1  | 4,743 | 4,797 | 9,527 |
| H16.6.1  | 4,743 | 4,788 | 9,531 |
| H16.7.1  | 4,743 | 4,784 | 9,527 |
| H16.8.1  | 4,724 | 4,795 | 9,519 |
| H16.9.1  | 4,716 | 4,796 | 9,512 |
| H16.10.1 | 4,715 | 4,794 | 9,509 |
| H16.11.1 | 4,711 | 4,787 | 9,498 |
| H16.12.1 | 4,710 | 4,781 | 9,491 |
| H17.1.1  | 4,727 | 4,812 | 9,539 |
| H17.2.1  | 4,727 | 4,807 | 9,534 |
| H17.3.1  | 4,742 | 4,812 | 9,554 |

| H17      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H17.4.1  | 4,724 | 4,793 | 9,517 |
| H17.5.1  | 4,700 | 4,774 | 9,474 |
| H17.6.1  | 4,694 | 4,770 | 9,464 |
| H17.7.1  | 4,696 | 4,769 | 9,465 |
| H17.8.1  | 4,687 | 4,766 | 9,453 |
| H17.9.1  | 4,684 | 4,769 | 9,463 |
| H17.10.1 | 4,691 | 4,768 | 9,459 |
| H17.11.1 | 4,692 | 4,764 | 9,456 |
| H17.12.1 | 4,696 | 4,770 | 9,466 |
| H18.1.1  | 4,697 | 4,762 | 9,459 |
| H18.2.1  | 4,691 | 4,758 | 9,449 |
| H18.3.1  | 4,688 | 4,747 | 9,435 |

| H18      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H18.4.1  | 4,660 | 4,717 | 9,377 |
| H18.5.1  | 4,656 | 4,702 | 9,358 |
| H18.6.1  | 4,641 | 4,698 | 9,339 |
| H18.7.1  | 4,635 | 4,698 | 9,333 |
| H18.8.1  | 4,633 | 4,695 | 9,328 |
| H18.9.1  | 4,636 | 4,694 | 9,330 |
| H18.10.1 | 4,627 | 4,681 | 9,308 |
| H18.11.1 | 4,629 | 4,674 | 9,303 |
| H18.12.1 | 4,627 | 4,679 | 9,306 |
| H19.1.1  | 4,629 | 4,682 | 9,311 |
| H19.2.1  | 4,623 | 4,682 | 9,305 |
| H19.3.1  | 4,626 | 4,679 | 9,308 |

| H19      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H19.4.1  | 4,621 | 4,668 | 9,289 |
| H19.5.1  | 4,602 | 4,651 | 9,253 |
| H19.6.1  | 4,598 | 4,646 | 9,244 |
| H19.7.1  | 4,566 | 4,649 | 9,235 |
| H19.8.1  | 4,566 | 4,643 | 9,229 |
| H19.9.1  | 4,568 | 4,641 | 9,229 |
| H19.10.1 | 4,585 | 4,643 | 9,228 |
| H19.11.1 | 4,584 | 4,637 | 9,221 |
| H19.12.1 | 4,595 | 4,651 | 9,246 |
| H20.1.1  | 4,608 | 4,653 | 9,261 |
| H20.2.1  | 4,606 | 4,657 | 9,263 |
| H20.3.1  | 4,614 | 4,662 | 9,276 |

| H20      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H20.4.1  | 4,601 | 4,630 | 9,231 |
| H20.5.1  | 4,590 | 4,613 | 9,203 |
| H20.6.1  | 4,578 | 4,596 | 9,174 |
| H20.7.1  | 4,584 | 4,599 | 9,183 |
| H20.8.1  | 4,592 | 4,604 | 9,196 |
| H20.9.1  | 4,600 | 4,600 | 9,200 |
| H20.10.1 | 4,599 | 4,604 | 9,203 |
| H20.11.1 | 4,595 | 4,614 | 9,209 |
| H20.12.1 | 4,592 | 4,611 | 9,203 |
| H21.1.1  | 4,593 | 4,617 | 9,210 |
| H21.2.1  | 4,592 | 4,613 | 9,205 |
| H21.3.1  | 4,591 | 4,610 | 9,201 |

| H21      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H21.4.1  | 4,575 | 4,584 | 9,159 |
| H21.5.1  | 4,567 | 4,582 | 9,149 |
| H21.6.1  | 4,552 | 4,574 | 9,126 |
| H21.7.1  | 4,561 | 4,575 | 9,136 |
| H21.8.1  | 4,557 | 4,586 | 9,143 |
| H21.9.1  | 4,563 | 4,589 | 9,152 |
| H21.10.1 | 4,560 | 4,596 | 9,155 |
| H21.11.1 | 4,555 | 4,593 | 9,148 |
| H21.12.1 | 4,560 | 4,592 | 9,152 |
| H22.1.1  | 4,569 | 4,604 | 9,173 |
| H22.2.1  | 4,562 | 4,608 | 9,160 |
| H22.3.1  | 4,559 | 4,600 | 9,149 |

| H22      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H22.4.1  | 4,543 | 4,574 | 9,117 |
| H22.5.1  | 4,546 | 4,567 | 9,113 |
| H22.6.1  | 4,544 | 4,583 | 9,127 |
| H22.7.1  | 4,540 | 4,585 | 9,125 |
| H22.8.1  | 4,539 | 4,582 | 9,121 |
| H22.9.1  | 4,537 | 4,579 | 9,116 |
| H22.10.1 | 4,531 | 4,570 | 9,101 |
| H22.11.1 | 4,529 | 4,576 | 9,105 |
| H22.12.1 | 4,522 | 4,568 | 9,090 |
| H23.1.1  | 4,526 | 4,567 | 9,093 |
| H23.2.1  | 4,522 | 4,568 | 9,090 |
| H23.3.1  | 4,519 | 4,567 | 9,086 |

| H23      | 男     | 女     | 合計    |
|----------|-------|-------|-------|
| H23.4.1  | 4,498 | 4,541 | 9,039 |
| H23.5.1  | 4,491 | 4,541 | 9,032 |
| H23.6.1  | 4,493 | 4,536 | 9,029 |
| H23.7.1  | 4,479 | 4,529 | 9,008 |
| H23.8.1  | 4,479 | 4,531 | 9,010 |
| H23.9.1  | 4,466 | 4,521 | 8,987 |
| H23.10.1 | 4,463 | 4,520 | 8,983 |
| H23.11.1 | 4,462 | 4,528 | 8,990 |
| H23.12.1 | 4,465 | 4,533 | 8,998 |
| H24.1.1  | 4,478 | 4,534 | 9,012 |
| H24.2.1  | 4,471 | 4,528 | 8,999 |
| H24.3.1  | 4,471 | 4,527 | 8,998 |

| H24      | 男     | 女     | 合計    | うち外国人 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| H24.4.1  | 4,453 | 4,505 | 8,958 |       |
| H24.5.1  | 4,449 | 4,506 | 8,955 |       |
| H24.6.1  | 4,430 | 4,503 | 8,933 |       |
| H24.7.1  | 4,434 | 4,498 | 8,932 |       |
| H24.8.1  | 4,536 | 4,572 | 9,108 | 177   |
| H24.9.1  | 4,533 | 4,579 | 9,112 | 180   |
| H24.10.1 | 4,525 | 4,573 | 9,098 | 180   |
| H24.11.1 | 4,522 | 4,572 | 9,094 | 183   |
| H24.12.1 | 4,527 | 4,578 | 9,105 | 186   |
| H25.1.1  | 4,597 | 4,625 | 9,212 | 283   |
| H25.2.1  | 4,598 | 4,633 | 9,231 | 302   |
| H25.3.1  | 4,582 | 4,618 | 9,200 | 283   |

| H25      | 男     | 女     | 合計    | うち外国人 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| H25.4.1  | 4,520 | 4,574 | 9,094 | 219   |
| H25.5.1  | 4,508 | 4,560 | 9,068 | 194   |
| H25.6.1  | 4,507 | 4,564 | 9,071 | 191   |
| H25.7.1  | 4,502 | 4,571 | 9,073 | 184   |
| H25.8.1  | 4,510 | 4,571 | 9,081 | 189   |
| H25.9.1  | 4,510 | 4,563 | 9,073 | 187   |
| H25.10.1 | 4,513 | 4,560 | 9,073 | 188   |
| H25.11.1 | 4,502 | 4,544 | 9,046 | 183   |
| H25.12.1 | 4,516 | 4,557 | 9,073 | 190   |
| H26.1.1  | 4,603 | 4,619 | 9,222 | 333   |
| H26.2.1  | 4,625 | 4,627 | 9,252 | 372   |
| H26.3.1  | 4,622 | 4,628 | 9,250 | 361   |

| H26      | 男     | 女     | 合計    | うち外国人 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| H26.4.1  | 4,512 | 4,538 | 9,050 | 233   |
| H26.5.1  | 4,503 | 4,540 | 9,043 | 202   |
| H26.6.1  | 4,489 | 4,535 | 9,024 | 188   |
| H26.7.1  | 4,480 | 4,544 | 9,024 | 177   |
| H26.8.1  | 4,474 | 4,544 | 9,018 | 174   |
| H26.9.1  | 4,471 | 4,542 | 9,013 | 174   |
| H26.10.1 | 4,476 | 4,538 | 9,014 | 176   |
| H26.11.1 | 4,468 | 4,536 | 9,004 | 177   |
| H26.12.1 | 4,495 | 4,547 | 9,042 | 214   |
| H27.1.1  | 4,602 | 4,636 | 9,238 | 396   |
| H27.2.1  | 4,618 | 4,658 | 9,276 | 455   |
| H27.3.1  | 4,611 | 4,648 | 9,259 | 443   |

| H27      | 男     | 女     | 合計    | うち外国人 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| H27.4.1  | 4,533 | 4,587 | 9,120 | 314   |
| H27.5.1  | 4,467 | 4,552 | 9,019 | 223   |
| H27.6.1  | 4,444 | 4,539 | 8,983 | 198   |
| H27.7.1  | 4,451 | 4,537 | 8,988 | 187   |
| H27.8.1  | 4,440 | 4,532 | 8,972 | 192   |
| H27.9.1  | 4,435 | 4,530 | 8,965 | 195   |
| H27.10.1 | 4,437 | 4,517 | 8,954 | 188   |
| H27.11.1 | 4,436 | 4,513 | 8,949 | 198   |
| H27.12.1 | 4,462 | 4,525 | 8,987 | 232   |
| H28.1.1  | 4,639 | 4,685 | 9,324 | 538   |
| H28.2.1  | 4,686 | 4,718 | 9,398 | 601   |
| H28.3.1  | 4,666 | 4,700 | 9,369 | 591   |

| H28      | 男     | 女     | 合計    | うち外国人 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| H28.4.1  | 4,559 | 4,597 | 9,156 | 420   |
| H28.5.1  | 4,489 | 4,547 | 9,036 | 302   |
| H28.6.1  | 4,468 | 4,520 | 8,988 | 278   |
| H28.7.1  | 4,460 | 4,497 | 8,957 | 255   |
| H28.8.1  | 4,449 | 4,491 | 8,940 | 260   |
| H28.9.1  | 4,431 | 4,476 | 8,907 | 245   |
| H28.10.1 | 4,432 | 4,464 | 8,896 | 244   |
| H28.11.1 | 4,429 | 4,460 | 8,889 | 244   |
| H28.12.1 | 4,454 | 4,477 | 8,931 | 294   |
| H29.1.1  | 4,634 | 4,595 | 9,229 | 574   |
| H29.2.1  | 4,666 | 4,618 | 9,284 | 622   |
| H29.3.1  | 4,662 | 4,608 | 9,270 | 602   |

| H29      | 男     | 女     | 合計    | うち外国人 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| H29.4.1  | 4,516 | 4,512 | 9,028 | 414   |
| H29.5.1  | 4,440 | 4,448 | 8,888 | 289   |
| H29.6.1  | 4,412 | 4,426 | 8,838 | 256   |
| H29.7.1  | 4,397 | 4,425 | 8,822 | 235   |
| H29.8.1  | 4,386 | 4,440 | 8,826 | 243   |
| H29.9.1  | 4,385 | 4,436 | 8,821 | 240   |
| H29.10.1 | 4,381 | 4,424 | 8,805 | 231   |
| H29.11.1 | 4,378 | 4,406 | 8,783 | 222   |
| H29.12.1 | 4,441 | 4,431 | 8,872 | 307   |
| H30.1.1  | 4,651 | 4,593 | 9,244 | 682   |
| H30.2.1  | 4,691 | 4,620 | 9,311 | 743   |
| H30.3.1  |       |       | 0     |       |

※H24.7.1以前は旧住民基本台帳法により外国人住民を含まない。



## 視察資料

### 「白馬村のインバウンドについて」

平成30年2月

白馬村 観光課

1



## 2. 本日の予定

### <説明>

- I. 白馬村の概要
- II. インバウンドについて
  - ・インバウンド対策について
  - ・美しい村と快適な生活環境を守る条例について
- III. 推進組織

### <質疑応答>

2

アルプスの街白馬

Hakuba

## 1. 白馬村の概要&lt;風景・アクティビティ・温泉&gt;



3

アルプスの街白馬

Hakuba

## 1. 白馬村の概要 &lt;人口・就業構造&gt;

## &gt; 人口

◆H30.2.1日現在 9,311人 /4,406世帯

## ◆傾向・特徴

・平成16年 9,552人をピークに減少傾向

・冬期間は一時的に人口が増加

※外国人居住者 H29.11.1現在 222人 ⇒ H30.2.1現在 743人

## &gt; 就業構造

第3次産業(サービス業・小売業等)の占める割合が高く、観光産業が主体

&lt;参考データ:国勢調査 産業別就業人口の推移&gt;

| 年   | 1次産業 |     | 2次産業   |     | 3次産業   |     |
|-----|------|-----|--------|-----|--------|-----|
| S55 | 849人 | 21% | 837人   | 21% | 2,373人 | 58% |
| H 7 | 454人 | 9%  | 1,001人 | 18% | 3,805人 | 72% |
| H22 | 311人 | 7%  | 724人   | 15% | 3,700人 | 76% |

4



## 1. 白馬村の概要 <宿泊施設数>

旅館業許可件数 (H28.3.31現在) 766軒

<参考データ>

地域経済分析システム(RESAS)を用いて、平成24年経済センサス基礎調査より作成

| 順位 | 市区町村 | 宿泊施設数 |
|----|------|-------|
| 1  | 大阪市  | 663   |
| 2  | 京都市  | 589   |
| 3  | 白馬村  | 561   |
| 4  | 横浜市  | 497   |
| 5  | 名古屋市 | 443   |
| 6  | 福岡市  | 474   |
| 7  | 札幌市  | 394   |
| 8  | 箱根町  | 371   |
| 9  | 伊東市  | 370   |
| 10 | 台東区  | 337   |

5



## 1. 白馬村の概要 <観光客数 (H29)>

<目的別観光客> 観光客 計 218 万人

登山者…… 3.5万人 昭和40年代前半をピークに1/5に減少

スキー客…… 98万人 25年前に比べて 1/3に減少

一般観光客…… 117万人 自然散策やトレッキングが主な観光目的

(夏の天候に大きく左右される。)

※参考データ「目的別観光客数の推移」【資料添付】

<外国人観光客> スキー客を中心に延べ10万人 泊 以上

地域別……オセアニア 51.7% アジア 35.1%

北アメリカ 6.5% ヨーロッパ 5.9%

その他 0.8%

季節別……12月～3月のスキーシーズン 約86%

※参考データ「平成28年中における外国人観光客宿泊者数」【資料添付】

6



## 2. インバウンド <経過>

### > 経過

- ◆ 1998年 ・長野冬季オリンピック開催
- ◆ 1999年 ・日本政府観光局(JNTO)連携してアメリカからのスキーツアー誘致
  - 〃 ・商工会、宿泊事業者、スキー場関係者で「白馬村インバウンド推進協議会」を設立。韓国からのスキー客誘致に着手
- ◆ 2000年 ・ソウル市内に白馬村ソウル事務所開設し、韓国人1名雇用。
  - HP作成、エージェンツ訪問、メディアプロモーション等実施
- ◆ 2003年 ・国は、ビジットジャパン地方連携事業(VJ事業)を開始し、2010年までに500万人から1,000万人に増やすことを目標に掲げる。
- ◆ 2004年 ・観光推進組織の改革により白馬村観光局設立し、翌年法人化する。
  - 〃 ・八方尾根スキー場周辺宿泊施設11軒で外国人観光客誘致を目的に「白馬ツーリズム」を設立
- ◆ 2005年 ・オーストラリアがVJ事業の対象国にオーストラリアが追加
  - 〃 ・オーストラリアへのプロモーション開始



## 2. 観光振興 <インバウンド(経過)>

### > 経過

- ◆ 2006年 ・長野県、新潟県、白馬、志賀高原、妙高高原、JR東日本で、「長野・新潟スノーリゾートアライアンス」結成し、オーストラリアを主体に共同プロモーション実施。翌年、野沢温泉が加盟
- ◆ 2008年 ・世界的な金融危機による景気低迷や新型インフルエンザ感染拡大
- ◆ 2010年 ・日本国際協力センター(JICE)の国際交流事業の受け入れ開始
  - ※2010年～2016年までで11か国から539名、延べ宿泊2,022人
  - 2010年 インドネシア若手政治家8名/東ティモール高校生16名
  - 2011年 ミャンマー青年指導者20名
  - 2012年 インド高校生25名/東ティモール大学生25名
  - 2013年 アフガニスタン高校生25名
  - 2014年 ミャンマー大学生25名 ※封鎖会議員が協力し模擬議会開催
  - マレーシア高校生25名/アメリカ66名 高校生
  - 2015年 ベトナム大学生49名/マレーシア大学生40名/アメリカ大学生124名
  - 2016年 ベトナム大学生23名/モンゴルスポーツ青少年団18名
  - シンガポール行政関係者11名・高校生24名



## 2. インバウンド <経過>

### > 経過

- ◆ 2011年・ASEAN諸国からの観光客行入れのための研修  
日本アセアンセンター主催「ムスリム観光客受け入れセミナー」開催
- ◆ 2011年・東日本大震災
- ◆ 2013年・スキー文化が根付いている北米・北欧及び東南アジアを重点地域としてプロモーションを実施
- ◆ 2016年・暖冬の影響による雪不足、円高傾向
  - 〃・新潟県糸魚川市、上越市、朝日町、長野県大町市、白馬村、小谷村の2県に跨る6市町村が連携してVJ事業に着手。
  - 自転車ツーリズムを推進するために、台湾をターゲットにしたセールスコール、メディア招聘等を実施してプロモーションを実施
- ◆ 2017年・2シーズン連続での年末年始雪不足
  - 〃・冬期インバウンドアンケート調査実施
  - 「白馬観光度」「滞在日数」「課題」等を調査
  - 【白馬村行政HP掲載：「行政計画」>「観光地経営計画」>当該アンケート】



## 2. インバウンド <受入環境整備>

### > 交通対策

#### (1) 1次交通の充実

- ①成田空港～白馬間、羽田空港～白馬間(2016年12月～新規)の路線バス運行
- ②成田空港～白馬間のタクシー直行便の運行

#### (2) 2次交通の充実

- ①北陸新幹線利用者の移動バス(長野駅～白馬間)の増便
- ②Hakuba Valley(大町市、白馬村、小谷村の3市村エリア)のスキー場間を結ぶシャトルバスの運行
- ③ナイトシャトルバスの運行
  - ・12月中旬～2月末までの夜間、宿泊エリアと飲食店や商業施設を巡回するバスを運行
  - ・2015シーズンから、飲食店不足を補うため、白馬村から新潟県糸魚川市のシーフードシャトルバスを運行



## 2. インバウンド <受入環境整備>

### (3) 情報基盤整備

#### ① Wi-Fi環境整備事業

- \* 公共エリアへの整備 27年度 3カ所設置 28年度 2カ所設置
- \* 民間観光施設整備支援 27年度 設置費用補助(30万円限度)  
補助金交付実績: 34施設

#### ② 観光・災害・行政情報ポータルサイトの整備

- \* 26年度 神城断層地震により甚大な被害発生  
⇒ 安心・安全な観光地／災害時の観光客の安全確保  
／災害後の観光地の被害最小化と復旧対策
- \* 27年度 観光・災害関連情報を提供するポータルサイトを整備

### (4) 計画の見直し

- \* 28年度 地域防災計画の見直し
- \* 29年度 観光地事業継続計画(BCP)に着手  
\*BCP・・・Business Continuity Plan

11



## 2. インバウンド <受入環境整備>

### (5) スキー場／スキー場との連携

- ◆ Hakuba Valleyエリアの連携
  - ・インバウンド用共通リフト券の発行(1日券～7日券、シーズン券)
  - ・エリア内10カ所のスキー場の共通ゲートシステムの導入(2016シーズン実施)
  - ・シャトルバスの運行(スキー場間移動／宿泊施設～スキー場)
  - ・リフト券購入者データの活用
- ◆ 外国人対応のレンタルスキー(良質&ビックサイズ)や外国人スキースクール

### (6) 滞在プランの充実

- ◆ 異文化体験、日帰りツアーの催行

### (7) コミュニケーション対策

- ◆ スマートホンアプリ多言語翻訳機能活用実証事業  
(総務省公募事業／この冬、村内約30事業者、地元高校事業協力)
- ◆ 民間企業の多言語コールセンターの活用(説明会と希望取りまとめ)

12



## 2. 観光振興 <受入環境整備>

### (8) 観光地としての快適な生活環境対策・安全対策

#### <現状>

- 1) 外国人旅行者の増加に伴い、深夜の騒音トラブル、ごみのポイ捨て、盗難、不法侵入等の事案が増加
- 2) 民泊施設の増加

#### <対策>

- 1) 「美しい村と快適な生活環境を守る条例」の制定(平成27年12月)
  - ・空き缶、たばこの吸い殻等の投棄禁止
  - ・深夜の花火禁止
  - ・お酒を提供する飲食店の深夜2時以降の営業禁止
  - ・空き家の適正管理

※ 参考資料 「条例」「啓発用パンフレット」

- 2) 営業実態不明施設(民泊)の実態調査と適正指導

13



## 2. 観光振興 <MICE>

> 主なMICE事業 (M=Meeting I=Incentive Travel C=Convention E=Exhibition/Event)

### ◆ 「FISサマーグランプリジャンプ 白馬大会」 <1999年～継続>

夏のワールドカップと言われるジャンプの国際大会で、海外から約50名の選手が参加(2日間で約3,000人)

### ◆ 「白馬国際トレイルラン」 <2012年～継続>

スキー場や山間部の起伏を活かしたランニング大会(参加者:約1,700人)

### ◆ 「BMW MOTORRAD DAYS」 <2005年～継続>

BMW社主催のBMW2輪車愛好者が集うイベントで、白馬開催は今年で13年目(参加者:2日間で約5,000人)

### ◆ 「Freeride Hakuba」 <新規:2017.1月>

バックカントリースキーの世界選手権予選2大会(国内外140名参加)  
2018年は世界選手権大会を開催

### ◆ 「国際スノースポーツ指導者連盟2017白馬大会」 <2017.3月>

世界22カ国のスノースポーツ指導者による世界会議を開催  
(海外約200名 国内約300名参加予定)

14



### 3. 推進組織 <白馬村観光局の概要>

#### > 観光局設立の背景と経過

##### <背景>

- \* 観光客数は、平成4年の380万人をピークに次第に減少
- \* 1998年(平成10年)長野オリンピック開催による効果が期待されたがスキー客は減少の一途

##### <経過・予定>

- \* 平成12年1月 「白馬21観光振興対策会議」設置し、観光振興策や推進体制について検討
- \* 平成13年7月 観光局設立に向けて準備組織「白馬村観光推進本部」設置
- \* 平成16年4月 「白馬村観光局」設置 (翌月「白馬村観光連盟」解散)
- \* 平成17年2月 観光局の法人化(有限責任中間法人)
- \* 平成21年5月 法律改正により「一般社団法人」に移行
- \* 平成29年1月 「日本版DMO」候補法人登録

※DMO・・・Destination Management/ Marketing Organization

15



### 3. 推進組織 <白馬村観光局の概要>

#### > 組織

- ・特徴は、「官民一体となった観光推進組織」
- 代表理事……副村長
- 副代表理事……民間事業者(索道事業者)

#### > 事務局体制

- ・行政職員1名+民間派遣3名+プロパー・臨時8名 計12名
- ※民間派遣者の人件費は派遣元で負担

#### > 予算

- ・28年度決算 1億3,063万円

##### 【財源内訳】

会費:1,680万円 村負担金:7,614万円 村等委託料:2,083万円  
事業収入等:824万円 積立金取り崩し:840万円 等

16



### 3. 推進組織 <白馬村観光局の概要>

▶ 次年度に向けての事業展開方針(案)

○マーケティングセグメンテーションとターゲット選定による顧客の絞り込み

- ✓ マーケティング・マネージメント機能強化
  - ・統計調査、未訪調査、実態調査
- ✓ ブランディングの強化
  - ・Freeride Hakubaのワールド大会・・・世界中のスノースポーツ愛好家への認知度up
- ✓ 収益事業の見直しと新規収益化事業
  - ・着地型旅行商品の見直し(マイスターツアー、長期滞在プラン)
- ✓ グリーンシーズンのインバウンド強化
  - ・サイクルツーリズム
  - ・登山、トレッキング等各種アウトドアアクティビティ

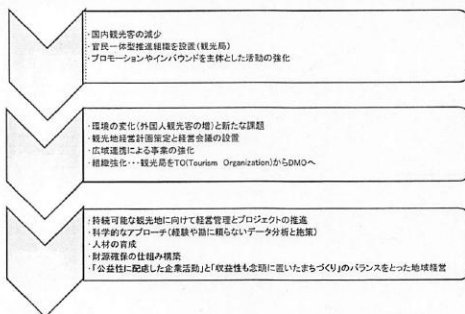


拠点型観光地

17



### 4. まとめ



18



## 5.終わりに

本日は白馬村にお越しくださいまして誠にありがとうございました。

実りある視察となりますことをご祈念申し上げます。

白馬村観光課一同

# Welcome to Hakuba Village!

ようこそ白馬村へ!



VICTOIRE CHEN YU BLANC MURAO II  
白馬村マスコット  
ヴィクトワール・シュヴァルグラン 村長御世

Thank you for visiting Hakuba Village. We hope you have a wonderful stay.  
Hakuba alpine resort offers history, culture, lifestyle, sports, leisure and hospitality,  
all in a breathtaking natural setting.

白馬村へお越しいただきありがとうございます。存分にお楽しみください。

白馬村は歴史、文化、生活、スポーツ、レジャーやおもてなしの心にあふれる、美しい自然に囲まれた村です。

**Please help us to keep our village beautiful by following the rules below.**

そんな私たちの村を美しく保つために、お守りいただきたい決まりをご案内いたします。



**Place all litter in bins or take it with you.**

すべてのごみはくずかごに入れるか、持ち帰ってください。



**Only smoke and drink alcohol in designated areas, not whilst walking.**

喫煙や飲酒は決められた場所で行ってください。歩きながらはいけません。



**Enjoy the fireworks safely before 10 P.M. and only in an allowed location.  
(Check with your accommodation first)**

花火は夜10時まで。許可された場所で行ってください。(最初に宿泊施設に相談してください)



**Skiing or snowboarding on the roads puts you,  
other pedestrians and motorists at risk and thus it is prohibited.**

スキー、スノーボードを路上でする行為は、他の歩行者や車両の妨げになるので禁止されています。



**Public transport after midnight is limited.  
Please pre-plan your trip back to your hotel if staying out late.**

公共交通機関は深夜になるとなくなります。夜遅くなる場合は事前に手配をしてください。

We appreciate your help in keeping Hakuba  
a comfortable place to live and visit.  
Have a great holiday and a safe journey home. Thanks.

皆さまのご協力で、白馬村での滞在が素晴らしいものになるよう、期待いたします。  
それでは、良い旅を。

Mayor of Hakuba Village  
Masatake Shimokawa

白馬村長

下川正剛



白馬村

prepared with the assistance of HIBA



Hakuba International  
Business Association

# Welcome to Hakuba Village!

Welcome to Hakuba Village.

Thank you for visiting Hakuba Village. We hope you have a wonderful stay.

Hakuba alpine resort offers history, culture, lifestyle, sports, leisure and hospitality, all in a breathtaking natural setting.

We hope that you enjoy your stay and have a safe and comfortable trip, full of wonderful memories.

In Hakuba Village is the Hakuba living Environment Protection Ordinance with a number of rules that all people living or staying here are expected to observe to keep the village a beautiful and comfortable place to live in.



Mayor of Hakuba Village

下川正剛

This guide provides useful information and tips on customs and guidelines to follow, so that you can enjoy your stay in Hakuba Village to the fullest.

- Foreign Exchange ●Cash (ATMs) ●Phones
- Medical ●Emergencies ●Restaurants
- Hotel Meals ●Public Baths
- Acts Prohibited by Laws and Ordinances

## 白馬村



## Foreign Exchange

The Japanese currency is yen (pronounced "en" and rendered "¥"). There are four types of paper notes and six types of coins in circulation. Foreign currency exchange is available at banks. Currencies other than US dollars may not be handled by some branches.



## Cash (ATMs)

ATMs at 7-Eleven stores and post offices can be used to withdraw cash in Japanese yen, using an international credit card or debit card. Chain stores generally accept credit cards although other stores and establishments may be cash only.



## Phones

Public phones can be found in train stations and hotels. Coins or telephone cards are accepted. Telephone cards can be purchased from a convenience store.

### ▼ Phones

- ① Lift the receiver
- ② Add coins (¥10 or ¥100 only) or insert a telephone card
- ③ Enter the number you wish to call
- ④ Enter the number of the international long distance provider you wish to use
- ⑤ Enter the country code
- ⑥ Enter the phone number (omit the leading "0" from the area code)

\*Telephone cards cannot be used for international long distance calls. \*Public phones do not issue coin change.



## Getting Around Evening Shuttle Bus "Genki-Go"

This shuttle bus operates during the winter, making stops at popular evening destinations in the Hakuba Sanroku area. \*For bus routes, fees and schedules, visit the website or check the brochure for the "Genki-Go" Shuttle Bus.



## Getting to Major Local Destinations



### Matsumoto City

1 hour and 54 minutes  
by train (JR Otto Line)  
from Hakuba ¥1,140



### Nagano City

1 hour and 5 minutes  
by bus (Alpico Bus)  
from Hakuba ¥1,800



### Shibu Onsen (Hot Springs)

2 hours and 35 minutes  
by combined bus and train  
(Alpico Bus, Nagano Dentetsu train, Nagaden Bus)  
from Hakuba ¥3,270



### Itoigawa City

1 hour and 20 minutes  
by train (JR Otto Line)  
from Hakuba ¥840



## Medical

There are six medical clinics in Hakuba Village. Service is provided in Japanese. If you need to see a doctor, bring someone to interpret and explain your condition in Japanese.

### ▼ Seeing a Doctor

- Describe all existing conditions or allergies.
- If you do not have a Japanese health insurance card, you will need to pay for the full cost of medical treatment at the reception.
- \*Most clinics are cash only. Some clinics may accept credit cards.
- Medicines are either issued by the clinic directly or by prescription for purchase at a pharmacy.

Visitors are advised to take out an insurance policy for sports and leisure pursuits that provides coverage for hospitalization, surgery, liability coverage or other coverage in case of accident.



## Emergencies ■ Accident or Crime : Police Department 110 ■ Fire, Ambulance or Rescue : Fire Department 119

If you do not speak Japanese, find a Japanese speaker who can phone on your behalf. If you phone yourself, explain that it is an emergency, give the address or describe major landmarks at the scene, and leave your name and phone number.

### ▼ Ambulance Services

- Ambulance services are not charged for those who are injured or need transportation to a hospital. However, the cost of treatment at medical facilities is your own responsibility. Make sure to bring your Japanese health insurance card or cash to cover the cost of treatment.
- Ambulances are intended for those who need urgent transportation to a hospital or other medical facility due to injury or illness.

# Acts Prohibited by Laws and Ordinances



## Do not litter

Litter means 'empty cans' 'bottles' 'cigarette butts' 'discarded chewing gum' or 'paper litter'.



## No fireworks late at night

"Late at night" refers to the hours between 10 p.m. and 6 a.m.



## Do not ski or snowboard on the roads



## No smoking or drinking alcohol while walking in public places

Smoking while walking around in outdoor public places such as roads, rivers, parks and squares is prohibited.  
Drinking alcohol while walking on the roads is prohibited.



## Restaurants and bars where they serve alcohol shall be closed by 2 a.m.



## Do not leave your pet waste

It is your responsibility as pet owners to clean up your pet's waste.



## Drinking and driving-no tolerance

Drinking and driving is subject to harsh punishment—not only for the driver but anyone who lets the driver use a vehicle (including a bicycle or motorbike), supplies alcohol or is in the vehicle at the time.



## Pedestrians keep to the right



## Abide by official Hakuba Rules

Hakuba Village has established official rules to help visitors enjoy winter sports. Adhere to the Hakuba Rules and any instructions issued by a ski resort. Trespassing beyond boundaries can lead to serious accidents and is strictly prohibited for any reason. Check the Hakuba Rules beforehand at a ski resort.





## Restaurants

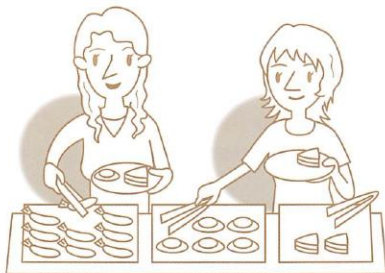


### Place your order together

At eating establishments such as restaurants, ramen shops and sushi bars, it is customary to order for each person rather than to share. Items are typically marked "for 2 persons" if they are meant for sharing. At izakaya and other drinking establishments, items can be ordered to share between your table. Some establishments have a table charge (otooshi) to cover small appetizers that are provided with your drinks.



## Hotel Meals



### Take only as much as you can eat so as not to be wasteful

Many hotels offer breakfast and dinner buffets. In Japan, guests take a little bit at a time and only as much as they will eat, going back to the buffet as needed. Heaping food on your plate and taking leftovers home is definitely frowned upon.



## Public Baths

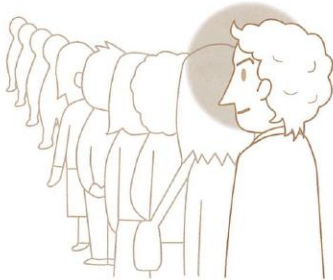


### Rinse and wash first before bathing

There are certain guidelines that should be observed at public baths. Undress in the changing room. Before entering the bath, rinse and wash your body with soap outside the bath. Completely rinse off any soap before easing into the bath. Do not submerge washing towels in the bath. The bath is a place for relaxing and bathing in peace, not for shouting or larking about.



## Wait Your Turn



### Wait in line for your turn

In Japan, long lines often form in front of well-known restaurants or popular establishments. Be considerate to others and do not cut in or make undue noise when standing in line. Be patient and wait your turn with everyone.

# FY 2017 Garbage Collection · Recycling Guide in Hakuba

## Combustible Waste · Noncombustible Waste

### Combustible



Food scrap, Video tape, Wood chip, Shell, Disposable lighter, Shoes, Rubber or Leather products, Used aluminum sheet, CD, DVD, Unrecyclable Paper /Plastic /Cloth and etc.

- Drain water off from food before disposing of.
- Degas the disposable lighters.
- Cut the branches into pieces under 50cm long and 5cm thick (Other garbage should also be cut into pieces under 50cm long)

### Metals



- ⓧ Steel cans with the mark on the left, Spray-can, Metals
- Rinse the can.
- Punch a hole to degas a gas cartridge.
- Home appliances are NOT Noncombustible waste.

### Glass · Pottery scraps



Scrap of Glass (cup, plate or etc.) , Pottery, Light bulb and etc.  
※Battery, Fluorescent tube & bulb and Mercury thermometer are "Hazardous Waste".

"Metals" and "Glass · Pottery scraps" are collected as noncombustible waste separately from this year.

## Ward Garbage Collection Point

### Every MON · WED · FRI

Hakuba Designated Garbage Bag for Combustible Waste

### Every FRI

Hakuba Designated Garbage Bag for Noncombustible Waste

## Hakuba Sanroku Clean Center

[Opening Hours] 9a.m. ~ 4p.m. [Open] Weekdays [Closed] Weekends · Holidays

○Important announcement to clean center users: Center's collection policy is changed and will come into effect from June 1.

Garbage is accepted in clear bags and is charged by weight until May 31. From June 1, combustible and noncombustible (metals, glass and pottery scraps) garbage have to be separated and put inside center-designated garbage bags. The bags are for sale from April 3. For details, please contact Hakuba Sanroku Clean Center at ☎0261-72-3312.

### MAP



## Rules of Using a Ward Garbage Collection Point

- Strictly observe the time rule. (Put out the garbage only between 6p.m. on the day before and 8a.m. on the collection day)
- The garbage is only allowed to be put at the collection point of your ward.
- No collection service on Public holidays & the end and the start of a year.
- Never put Oversized waste out at the ward collection points. (Quilts and home appliances are not accepted at any ward collection points even if they are small enough to be put inside a designated garbage bag. Please see the other side for details.)
- Do not put Hazardous waste such as fluorescent tube out at the ward collection points.
- You must write your name and the name of belonged ward on the designated garbage bag. (Garbage bag without names will not be collected)

島根県キヤラクター  
ウキウキワールン・グランド・アラン・村野里

Thank you  
for your  
consideration!



## Recyclable Items

### Ward Collection Points

### Matsukawa Oversized Waste Collection & Recycling Site

### Wing 21 Garbage Bag (Winter Only)

### Hakuba Sanroku Clean Center

[Opening Days]

[Opening Days]

[Opening Hours] 9 a.m. ~ 4 p.m

# About Oversized Waste • Others

garbage processing rate has been revised this year.

| ITEMS                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Charge                              |        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|--------|
| Items listed in the box which are <b>made of metal</b> Rice box, Gas stove, Drum can, Bike, Unicycle, Mower, Battery of motor vehicle, motorbike or farming <b>appliance</b> , Snow plow, Small-size farming machines (Tiller・Rice transplanter or etc.) , empty Fire extinguisher, Snow scoop | FREE                                |        |
| Quilt, Skis, Snowboard, Ski boots, Snowboard boots, Carpet, electric blanket, Legless chair, Kotatsu, Kotatsu board, Baby Car, Snow scoop*<br>*which is <b>made</b> of materials other than metal                                                                                              | ¥ 850                               |        |
| Cullet・Pottery・Burned ash (per an amount of a fertilizer bag)                                                                                                                                                                                                                                  | ¥1,100                              |        |
| Electric carpet, Stero, Furniture (small-size) , Washstand, Desk, Tatami, Sink, Mattress for pet, Sofa or similar products with springs                                                                                                                                                        | ¥1,600                              |        |
| Furniture (large-size) , Lounge suite                                                                                                                                                                                                                                                          | ¥4,200                              |        |
| Wood chips・Green wood (per1m <sup>3</sup> ) , Fireproof safe (per0.1m <sup>3</sup> )                                                                                                                                                                                                           | ¥4,800                              |        |
| Waste plastics・Agricultural Mulch (per1m <sup>3</sup> ) , Mixed waste (per1m <sup>3</sup> )                                                                                                                                                                                                    | ¥7,200                              |        |
| Tyre Only                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Standard-size car (standard size)   | ¥ 300  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Standard-size car (wide-width size) | ¥1,200 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Large-size motor vehicle            | ¥2,400 |
| Tyre with wheel                                                                                                                                                                                                                                                                                | Standard-size car (standard size)   | ¥ 360  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Standard-size car (wide-width size) | ¥1,800 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Large-size motor vehicle            | ¥3,600 |
| Thermos, Pail, Bucket and other small items other than those listed above.                                                                                                                                                                                                                     | ¥ 350                               |        |

The price list is applicable to same type or similar items other than those listed above.

\* The price list may change according to the market price without advanced notice.



## 4 Main Home Appliances

| ITEMS                                        | Total Charge | Breakdown        |                   |
|----------------------------------------------|--------------|------------------|-------------------|
|                                              |              | Recycling charge | Haulage • Custody |
| Television (All types, 15 inches or smaller) | ¥3,996       | ¥1,836           | ¥2,160            |
| Television (All types, 16 inches or larger)  | ¥5,076       | ¥2,916           | ¥2,160            |
| Fridge • Freezer (capacity of 170L or below) | ¥5,832       | ¥3,672           | ¥2,160            |
|                                              | ¥6,804       | ¥4,644           | ¥2,160            |

## Matsukawa Oversized Waste Collection & Recycling Site (Opening days)

|       |             |           |                    |                                                                                                                                        |
|-------|-------------|-----------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| April | 9th • 23rd  | August    | 27th               | [Opening Hours] 9 A.M. ~ NOON<br>* Services may be suspended due to snow fall.<br>(Announcement will be made through broadcast system) |
| May   | 14th • 28th | September | 10th • 24th        |                                                                                                                                        |
| June  | 11th • 25th | October   | 8th • 22nd         |                                                                                                                                        |
| July  | 23rd        | November  | 12th • 19th • 26th |                                                                                                                                        |

## Attention

- Recycling items such as newspapers, magazine, corrugated carton box and clean plastics; battery and fluorescent lamp are free of collection charge.
- Please separate your waste and recycling items by category. Mixed waste will be charged.
- Pack your car in the way that 4 Main Home Appliances can be unloaded first.
- Do not bring in industrial waste or dangerous objects (gas container, waste oil, pesticide or etc.)
- Make sure the load is restrained properly if carrying by car.
- Please note that it will be crowded between 9 A.M. and 10 A.M.

## Home Appliances (Recycle)

| Category                  | Items (Examples)                                                    |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Communication devices     | Telephone, Cell phone, PHS device                                   |
| AV system                 | Camera, Video camera, Radio, DVD recorder, Stereo sets              |
| Computers & etc.          | Computer, Printer, Keyboard, Mouse, Memory card                     |
| Car supplies              | ETC unit, Car navigation, Car stereo device                         |
| Entertainment devices     | TV game machine, Game machine, Controller, Electronic instrument    |
| Home appliances           | Fan, Clock, Vacuum, Air cleaner, Lighting equipment, Electric stove |
| Medical (domestic)        | Hearing aid, Electronic thermometer • manometer • Massage device    |
| Cooking appliances        | Microwave oven, cooker, Electric pot, Dish washer, Toaster          |
| Cosmetic or other devices | Iron, Electric shaver, Hair dryer, Electric tools, Calculator       |

According to (Home Appliances Recycling Law), as raw materials like gold, silver or other rare metal of the recycled appliances can be reused, NO CHARGE for recycling. The mentioned appliances can be recycled at Oversized Waste Collection Site or to the recycle box at Hakuba Village Office.

- Please remove all built-in batteries.
- Please recycle the appliances in a



Other Recyclable Paper,  
Corrugated Cardboard, Carton,  
Paper

White Tray, Glass  
Bottle, Clothes • Cloth,  
Aluminum Can

**A Every TUE**

**B Every THU**

\* Day for putting out of recyclable items has been changed.

Apr. 9th • 23rd  
May. 14th • 28th  
Jun. 11th • 25th  
Jul. 23rd

Aug. 27th  
Sep. 10th • 24th  
Oct. 8th • 22nd  
Nov. 12 • 19 • 26th

Dec. 23rd  
Jan. 27th  
Feb. 27th  
Mar. 27th

26th  
23rd  
27th  
27th

【Opening Days】 Mon ~ Fri  
【Closed】 Sat • Sun • Public Holidays

The following recycling items cost disposal  
charge at Hakuba Sanroku Clean Center.  
★PET Bottle ★Glass Bottle (Colourless/Brown)  
★Corrugated Cardboard ★White Tray  
These items can be recycled for free from June 1.

【Opening Hours】 9a.m. ~ Noon

\* All scheduled opening days are Sundays.

【Opening Hours】

9a.m. ~ Noon

| Group                                                                           | <b>A Paper</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>A Newspaper • Leaflet</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>A Magazine • Other Recyclable Paper</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>A Corrugated Cardboard</b>                                                                                                                                                                                                            | <b>A Carton</b>                                                                                                                                                                                                                                    | <b>B Glass Bottle</b>                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Example                                                                         |  <p>Items with this mark</p>  <p>Wrapping paper or box of snacks or food, tissue box, gift wrapping paper</p> |  <p>Newspapers and the leaflets inserted inside</p>                                                                                                                                                                         |  <p>[Magazine] includes book, notebook, weekly magazine, catalog<br/>[Other recyclable paper] includes copy paper, envelope, pamphlet</p>                   |  <p>Items with this mark</p>  <p>Cardboard with wavy cross section</p> |  <p>Items with this mark</p>  <p>Used for drinks which is white inside</p>   | <p>Colourless/ Brown/ Others</p>  <p>Glass bottles cannot be recycled if you throw away as Non-burnable Waste.</p> |
| To Throw Away                                                                   | <b>Separate into groups in transparent bags</b>                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Tie with paper string separately in groups</b><br>* Tie properly and do not make large pile to prevent break off of paper string                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Separate into groups in transparent bags</b>                                                                                                                                                       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any things other than paper should be removed</li> <li>Throw away as Combustible Waste if the dirt or smell cannot be removed.</li> </ul>                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Newspapers and the leaflets inserted inside can be tied and recycled together</li> </ul>                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Remove special coated papers</li> <li>Magazines and recyclable papers can be tied and recycled together.</li> </ul>                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fold them into almost the same size</li> </ul>                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Rinse and dry before recycling</li> <li>Recycle on the School Collection Day if possible.</li> </ul>                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Remove caps or aluminum wrapping; labels can be left</li> <li>Sort in colours (colourless/ brown/ others)</li> </ul>                                           |
| Group                                                                           | <b>Home Appliances</b>                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>B Plastics</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>B PET Bottle</b>                                                                                                                                                                                                                          | <b>B White Tray</b>                                                                                                                                                                                                                      | <b>B Aluminum Can</b>                                                                                                                                                                                                                              | <b>B Clothes • Cloth</b>                                                                                                                                                                              |
| Example                                                                         |  <p>Please see the other side for details</p>                                                                                                                                                  |  <p>Items with this mark</p>  <p>Bag of snacks or food, Plastic bag, Colour tray, Styrene foam, Caps or Lables of PET bottles and etc.</p> |  <p>Items with this mark</p>  <p>PET bottles of soft drinks or alcohol</p> | <p>White tray without any prints or colour</p>  <p>Tray for fish, meat, fruit, dessert and etc.</p>                                                    |  <p>Items with this mark</p>  <p>Aluminum cans of beer, coffee or drinks</p> | <p>Limited for washed and clean items</p>  <p>Suits, Trousers, Shirt, Towel, Blanket, Sheet and etc.</p>           |
| To Throw Away                                                                   | <b>Separate into groups in transparent bags</b><br>* Remove dirt and smell before recycling                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Separate into groups in transparent bags</b>                                                                                                                                                       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Remove the battery</li> <li>Do not put out at ward collection points or Hakuba Sanroku Clean Center</li> </ul>                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Please rinse away the dirt.</li> <li>Throw away as Combustible Waste if the dirt or smell cannot be removed.</li> </ul>                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Remove caps and lables to "Plastics" waste</li> <li>Rinse before recycling</li> </ul>                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Rinse before recycling</li> </ul>                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Recycle on the School Recycling Day if possible</li> </ul>                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wash before recycling</li> <li>Don't remove the buttons or zippers</li> </ul>                                                                                  |

