

# リゾートから100年越しの村づくり

資料2-1

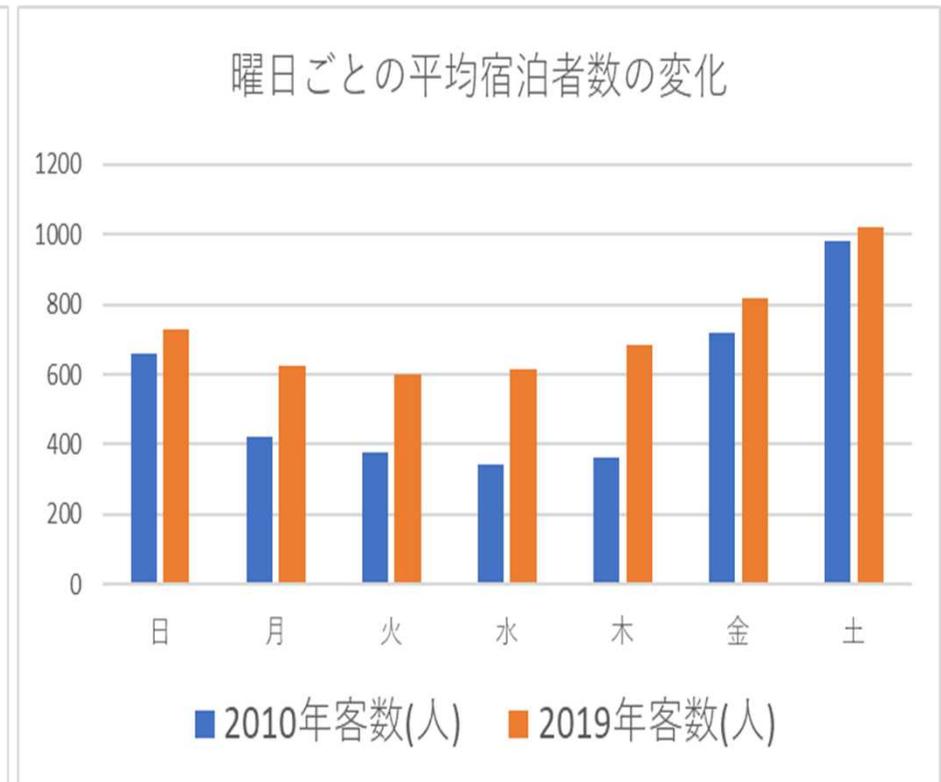
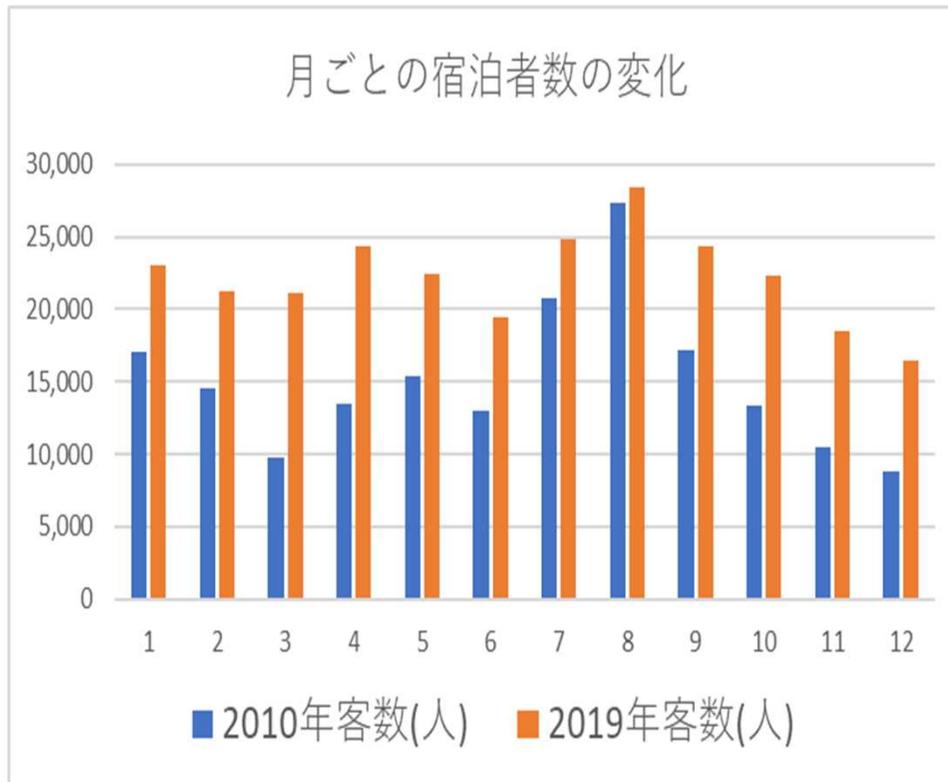
～国際競争力と長期滞在環境へ向けた  
地域資本と個人事業主が協働する高生産性地域へ～

株式会社池の平ホテル&リゾート  
代表取締役社長 矢島義拡

# 【2010年当時】

## 繁閑差が低生産性に直結する苦しい経営からの脱却が急務

遊園地やスキー場を併設したファミリー向けホテルとして成長してきたが、国内市場縮小に伴い経営状況が悪化



閑散月と繁忙月の格差は**3倍**

平日と土曜日の格差は**3.5倍**

# 【beforeコロナ】 インバウンドFIT層やシニア層を取り込み、繁閑差を克服 ～他業種や大手資本との連携による長期滞在商品の造成～

## ◎ キッチン付コンドミニアム設置による泊食分離の提案とリブランド

⇒周辺でスキーホッピングなどを  
楽しむアジア諸国(台湾・香港  
・タイ・中国等)のインバウンド  
FIT層が1週間単位で滞在



## ◎ 『現代の湯治プロジェクト：リゾート型健康ドック』

⇒厚労省認定健康増進施設の  
開設と、運動指導士による専門  
プログラム造成で、シニア長期滞在  
層や企業健保契約の獲得。

例) 5泊6日30万円のツアーが即日完売



## ◎ ワークेशन／リモートワークの環境整備

⇒コワーキングスペースの設置や、  
サテライトオフィス兼保養所施設として、  
大型研修旅行や企業との年間契約  
の獲得



## ◎ リゾートローソン日本一号店開設

⇒地域産品を置く道の駅の要素  
に加えて、着地型の旅行会社(DMO)  
機能やスーパーマーケット機能を設け、  
別荘・コンドミニアム利用者のインフラを確保



現在観光庁が進めている施策にも繋がる取組を、過去10年かけて実施してきた事で、徐々に経営は安定

・年間宿泊者数：18.2万人⇒26.4万人 ・インバウンド（団体：1.4万⇒0.8万/FIT：0.2万⇒1.2万）  
・平均宿泊単価：11,930円⇒13,820円 ・平均宿泊日数：1.09泊⇒1.32泊

※全て2010年実績⇒2019年実績

**10年間で閑散期と繁忙期の格差は1.3倍まで縮小、平日と土曜日の格差は1.6倍まで縮小**

## 【大感謝】 Go To キャンペーンの活用と効果

### ～観光消費の需要喚起だけではない将来への効果～

- ①「**旅は、うしろめたいものではない！**」という国からのお墨付きの効果は絶大
- ②事業者／お客様 双方への感染予防対策の啓蒙効果によりクラスターの発生阻止
- ③稼働率は**4～6月昨対比12%**だったが、**7月～9月は昨対比52%**まで回復
- ④付加価値を加えた高単価商品の販売の契機に。将来にも繋がる効果。  
活用例) ガイド付き登山や湖上アクティビティの40,000円プランの販売が好調。  
⇒昨年9月平均単価11,200円が、本年14,800円 (32%増)に

## 【今後】 国際競争力を持った高付加価値の地域作り

### 地域資本と個人事業主が協働する高生産性地域＝村へ

◎ インバウンドを中心とした長期滞在客を更に獲得していく為に  
**全国の湖畔事業者と、湖の価値観をリブランドする  
「レイクリゾートプロジェクト」を始動**



◎ 「自然」と近い距離感の価値は更に高まっている。  
**「LAKESIDE FIREBASE」をオープンし、  
湖畔でのテントサウナや焚き火のコンテンツを用意**



◎ 地域内DMOや、地域のママさん達との連携  
**専門性・生産性の高い、地域内の個人事業主を  
巻き込んだ商品造成や提携の強化**



## 【提言】

### ～地域資本が核となる持続可能な観光地域作りの為に～

- ・長期型滞在観光を増やすための、地域全体でのコンテンツ充実や  
宿泊施設の改修に対する支援
- ・国立・国定公園の自然資産を活かす規制緩和や、未来型の自然公園法への再整備  
⇒昭和30年代の自然・景観保護の価値観では、世界を相手に勝負出来ない
- ・休日の地域分散  
⇒先ずは学校の長期休暇だけでも分散されれば、  
有給取得による旅行市場は広がっていく実感あり