

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施									
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考	
I. 環境との調和 ～四季の自然と景観を保持し、調和のとれたリゾート地に～	1. 環境保全意識の醸成、保全活動の実施	①日常から環境保全意識を高める取り組み									・ルベシベ川などで、生き物調査などを通じた環境保全を意識を高める取り組み(企画環境課で実施)。	
		②共同作業による美化清掃活動・環境保全活動									・ニセコ山系クリーン作戦(ニセコ山系連絡協議会)	
		③エコツアーや地域環境貢献型のツアー造成										
	2. 環境や景観に配慮したリゾート地づくり	①地域環境に調和した節度ある開発事業を推進										・準都市計画、景観条例
		②リサイクルや温暖化防止対策などの推進										
		③環境保全活動を支援する寄付等の募集										
		④ニセコらしい景観の保全、育成の推進									・景観緑肥の助成(農政課で実施)	
		⑤環境に配慮したエネルギーの使用									・ニセコ町民センター(MICE)	
II. 人材育成・交流 ～人が地域を元気に、人が観光の魅力に～	1. 観光や地元を学ぶ機会の創出	①地域内に向けた観光情報の発信										
		②観光事業所などと連携した実践的な学ぶ機会の創出										
		③さまざまな教育機会を活用した地元を知る(考える)機会の創出										
		④英会話を学ぶ機会の創出										・英会話教室(国際交流員)
	2. さまざまな知恵、技術を持つ人材の育成と活用	①特技を生かせる仕組みの構築										・温泉ソムリエの活用(温泉部の検討)
		②認定ガイドの活用と新たな認定制度の検討										・地域検定(ぐるっと羊蹄まちなるべ)
		③地域リーダーやプロデューサーの育成										プラットフォーム(ニセコ観光圏)
				H26	インターンシップ、協力隊の活用	・人材、人手不足の解消と、ニセコのよさを回りに伝えてくれる役割にもなる。 ・わざわざ海外に研修に出さなくても十便ニセコで学べる。 ・地域おこし協力隊を数十人入れている自治体もある。	・インターンや協力隊はそれぞれ目的があるため、それとマッチしなければならない。			官・民		
	3. 地域の力となる交流の場の創出	①まちなかイベントの開催										・ニセコフェスティバル、七夕の夕べ、キラキラ市
		②地域内イベントの支援、連携の強化	H25	ニセコマラソンを観光イベントに	ニセコマラソンと観光を結びつけることができるか マラソン以外に違う種目(トレイルランなど) ・ウエルカムパーティー開催 ・ランニング用品の開発者と参加者とのコミュニケーション	・内容の具体化、コンセプトの再構築が必要。				観光協会	・ニセコマラソンを観光イベントに	VII.1.②スポーツイベントの促進
③ニセコの文化を生かした交流の場の創出												
④リゾート観光エリアと市街地商店街との連携											湯めぐりバス(観光協会)	
4. 観光客を温かい心で迎える意識の向上	①おもてなし意識の向上を図る運動の実施	H26	ニセコ駅のウエルカム放送など、訪問客に対する第一印象の向上	声かけ運動など、おもてなしの挨拶をすることは、訪問客にとって気持ちのいいこと。第一印象を高めることはとても旅が楽しいものになる。	◎「駅」ファーストインプレッション向上のための取り組み →ニセコの課題と解決策の検討 ・ニセコ駅のウエルカム放送は過去に実施していたが、今はやっていない→ただ「ようこそ」だけでいいのか？ ・倶知安では駅に対するクレームが最も多い ・東京オリンピックでのおもてなし向上のためにまずタクシー会社への教育から始まっている。	H26				おもてなし事業(観光協会) ・植栽、カボチャによる景観形成 ・カメラ台設置(H26.7) ・駅舎天井の煤払い実施(H26.9) ・臨時特急スプリ・ワッカ号(8月～9月)やSLニセコ号(9月～11月)運行時の駅ホームでの特産品販売、振る舞い酒、ニッキー、アニッキーなど		

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施										
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考		
Ⅲ. 地域資源の活用 ～ 地域の価値を高め、地域内経済の活性化を～	1. 観光資源の創出、見直し	①ビューポイントの創出									・ニセコ町景観条例による「ふるさと眺望店」(2箇所) ・宮山の活用(千本桜) ・幻の滝調査(観光協会)		
		②温泉の魅力の再考	H26	温泉ソムリエの活用	50数名居る「温泉ソムリエ」を活用	・観光協会によるリスト作成、情報発信(この施設にはこんなソムリエが居るよ) ・ソムリエの活動を支援していく仕組み、制度					・温泉マップ ・温泉ソムリエの活用(温泉部の検討)		
		③既存施設の魅力強化	H22-23	JRニセコ駅でのイルミネーション実施	冬期においてJRニセコ駅駅舎をLEDロープライト、LEDで作成した雪の結晶で装飾することで、新たな観光資源の創出。	観光活力再生緊急対策事業補助金を活用し中央地区活性化推進委員会により実施。	H24.3完成		観光協会				
			H22-23	「ニセコフットパス」の作成	新たな観光素材の提供	3種類各5,000部発行。 ニセコ・ようていフットパス推進協議会での検討に参加し、「田畑と風景のさと道」のコース案を提案。 コース現地を調査し、見どころなどを精査した。	H23.10完成					※在庫なし	
			H24	川と親水施設の活用	・子どもが遊べるスペースとあるが、確かに施設が少なくなっている。 ・尻別川があるのに、町内では水辺で遊ぶ、お手軽な親水スペースがない。	・内容具体化 ・安全面、要施設整備?、経費				官・民			
			H24	景観、自然環境	・ピクニックをしたり、写真を撮ったり、花を見たり、利用者がそれぞれ楽しめる公園があるといい。 ・クローバー摘みなど、親子やカップルでコミュニケーションが取れるような仕掛けがあるといい。	・内容具体化 ・以前、商工会主体で花畑整備の構想を作った。町内で羊蹄山やアンヌプリが見通せるなど、立地条件の良い場所はある。ただ、費用がかかりすぎるため実現に至ってない。 ・既存の公園(アンヌプリ森林公園、桜ヶ岡公園、差フォーク牧場など)の利活用			官		・景観緑肥の助成(農政課で実施)		
			H24	多様な観光メニューづくり	・ニセコ町は夏も体験メニューが豊富。ひらふ地区もコンドミニアム利用の長期滞在が増えているが、それでも夏の賑わいはニセコ町が中心。もっと夏をメインでPRしてもいい。	・内容具体化 ・ニセコフェスティバルなどのイベントや着地型観光商品の情報発信				官・民		・ニセコフェスティバルなどのイベント	
			H25	雪を使った遊び体験	スキー等を滑らない人が雪を使って遊べるようにしたい	・内容具体化				民		・スノーシューなどのツアー	
			H25	アートを活用した観光振興	アートを活用した観光振興を促進できないか ・芸術作品をニセコ土産に	・土産品自体はある。 ・内容の具体化 ・協力依頼必要				民		・中央倉庫群をアートの拠点になど検討(建設課)	
			H26	イルミネーションの拡充	中央倉庫、サイレン坂まで延長することで、ニセコ駅前活性化と市街地へのつながり	・費用対効果 ・駅前活性化の再検討(イルミのほかにも植栽、かぼちゃ、桜ヶ岡公園など)				官・民			
			H26	観光資源の強化(観光ポイント)	・立ち寄りところが無い	・ポイントづくり(ハード、ソフト)検討				官			
			H26	アーティストの活用	・地域にはたくさんいる。もっと活かす方法。	・内容具体化 ・活動支援必要か ・綺羅乃湯のホールや中央倉庫などを利用したサテライトショップ(冬は高いものも売れる時期) ・それをきっかけに工房に行ってもらうのがベ				民		・中央倉庫群をアートの拠点になど検討(建設課)	

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施									
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考	
	2. 地場産品の地域ブランド化	①地場産品の品質を保障するしくみづくり							民	・イエスクリーンの取り組み		
		②地場産品の使用促進	H26	農家からの情報発信	・新しい作物ができれば宿泊施設などに情報発信できないか ・農業と宿泊施設の連携	・仕組みづくり			民			
		③地場産品を活用した商品の開発	H25	有機野菜について	・農作物の付加価値としてオーガニックはどうか。 ・安全安心を求める方は増えてきている ・買い取ってくれる方がいれば農家は作りやすいのではないか ・ビュープラザで有機野菜の販売を取り組めないか	・採算性、作り手				・農産物加工化支援事業補助金(農政課)		
			H25	ニセコのお土産	・お客さんはニセコの何かを買って帰りたいもの ・お土産には食べ物以外もある。服を記念に買っていく人がいる	・既にニセコにはいろいろなものがあり、それがお土産となっている ・ニセコ産の原料にこだわると大量生産が出来ない ・ターゲットを絞る			官・民	・ニセコビール開発中 ・蔵人衆シリーズ ・フードコミッション		
	3. 観光事業所における地域内消費額の増加	①地域内調査の実施										
		②事業者同士の意見交換の場の確保										
		③事業者と生産者との連携を支援するしくみの整備	H25	農業の宿泊体験について	規制緩和により農業の宿泊体験(農家民泊)がやりやすくなった。また、農家レストランなども同様なので観光戦略として活用できないか。	・既存の宿泊施設が多いので、農業体験との連携との商品化が現実的か ・受け入れ農家の情報整理			民	・インバウンドとして、受け入れ可能農家紹介 ・ビュープラザ直売会		
	H26	観光資源の強化(飲食店)	・日曜日のお店が休み ・町内のキャパではヒルトンだけで500名が溢れる→倶知安へ行ってしまふ ・消費するところが無い・2泊目、3泊目につながらない	・市街地は日曜日のニーズが少ない。どう変えていくか。 ・中央倉庫群の活用(屋台村などの試験的運用、チャレンジショップ) ・呼び込むための2次交通(NFP、湯めぐりバス)			官・民					

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施										
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考		
IV. プロモーション活動の強化 ~ 情報管理体制の強化と戦略的活用 ~	1. 地域イメージの発信	①キャッチフレーズやロゴなどの作成	H22-23	新キャラクター「アニッキー」の作成	ブラックニッキーの作成(悪役)	イラスト及び着ぐるみを作成し、「ニッキー」とともに町内イベントや観光プロモーションなどで活用中。	H23.3完成						
			H25	ロゴマークについて	ニセコ町のロゴマークを活用したほうが良い ・ニセコのロゴマークを入れるだけで売れると思う ・ロゴマーク入り商品を観光協会で作成し、各施設に卸すなど	・町の使用承諾があれば、商品として活用可能 ・使い方、広め方の方針検討 ・商標登録の検討→”信用”の保証			民	・民間商品としても活用されている			
			H26	ニセコマークのステッカー、ピンバッジの作成	・シールは全ての世代に人気があり、スーツケースやスノーボードに手軽に貼ることができるため、プロモーション効果は大きい。 ・町内事業者がジャケットに同じピンバッジをつけることで、ニセコの統一感とおもてなしの印象。	・配布用、販売用、季節限定のレアなバージョンなど ◎活用方法(作ったものを活かす事業) ・土産→遊び心のあるデザイン(形の検討) ・ピンバッジに名刺大の台紙をつけることで、記念品感も醸し出す(アンヌプリ登山記念など土産にも) ・おもてなし講座などの受講者や温泉ソムリエのみが持つバッジなど人材育成と絡める ・季節限定キャンペーンなど	H26冬まで		民(木下委員)				
			②映像などのイメージコンテンツ作成	H25	ニセコ町のイメージDVDの今後	・DVDに収録されている情報が古くなっている ・内容はターゲットを絞って作成したほうが良い	・ニセコ町だけのものでよいのか。ニセコエリアとした内容にするのか。ニセコ観光圏での作成を視野に。 ・Youtubeなどの活用 ・必要性、利用方法の検討			官・民	※H26年度予算では計上まで至らず、PR用の画像作成(写真データ)発注中		
			③固定客への情報発信									・東京ニセコ会、ニセコ観光大使	
				H22-23	ニセコ町観光パンフレットの作成	途切れなく観光客の手に届くパンフが必要	日本語40,000部、英語5,000部発行。 これまでの観光パンフレット「リゾート・ガイド・オブ・ニセコ」に代わるパンフレットを新規に作成。ニセコ町の歴史やスキー場の公式ルール「ニセコルール」を新たに盛り込むなど、情報の充実を図った。	H23.11完成					
				H22-23	ニセコ町観光マップの作成	途切れなく観光客の手に届くパンフが必要	日英併記 100,000部発行。 大量に頒布できる観光資料として、町内の宿泊施設、飲食店等を網羅した観光マップを新規に作成。坂道の勾配情報なども盛り込み観光客の利便性向上を図った。	H23.11完成					
			2. 観光情報の収集、発信の強化	①観光情報を一元管理する体制づくり	H24	観光に係る情報戦略について	ニセコのイメージづくり、こだわりにスポットを当てた情報発信、事業者自らがオンライン入力することによるリアルタイムインフォメーションシステムの構築等	・経費、手法			官・民	・情報発信については、ICT化の事業により、防災やなだれ情報とあわせ観光情報や飲食店情報をWifiによりリアルタイムで配信していく総合的な情報配信事業の準備を進めている(企画環境課)。	
				②観光客の要望に応えるコンシェルジュ機能の強化									
					H25	ラジオニセコにおける観光情報について	・ラジオニセコの観光情報番組(土日)をもっと良いものに。 ・観光客がラジオニセコを知らない ・観光客が集まるところで生放送 ・各事業者が行うイベントや新店舗などを情報共有 ・観光客は毎日聞いているわけではないので、再放送でも大事な情報 ・観光事業者向けにタイムリーな情報(花や雪状況)	・番組の再構築、検討 ・ラジオニセコそのもののPR(スタンドなどで)			観光協会	・2014秋に改編予定	

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施									
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考	
	3. 地域情報の戦略的活用	①観光需要調査の実施	H22-23	観光客満足度調査の実施	まずは情報収集、方向性を見出すため	ニセコ町を訪れた観光客に対し各分野における満足度を調査したほか、客層毎の立ち寄り傾向や消費額なども調査し、観光施策を検討する上での基礎資料を収集した。	H22年度冬期、H23年度夏期					
		②地域情報の共有										
		③市場に応じた戦略的情報発信										
	4. 大規模な会議などの誘致	①コンベンション誘致に係る体制整備										・町民センターの改築でコンベンション対応
		②コンベンションに係る情報収集										
		③コンベンション誘致のための情報発信										町民センターパンフレット(英語版も)作成 ・MICEの誘致
		④他市町村との連携										
	5. 教育旅行の誘致強化と受入体制の充実	①教育旅行についての現況把握										
		②教育旅行誘致に向けた情報発信										
		③教育旅行受入のための体制整備										・近畿日本ツーリスト職員派遣(観光協会) ・随時対応 ・フィルムコミッション
6. 映画やテレビ番組の撮影支援	①撮影の円滑化に向けた支援										・役場で受け入れ態勢整備	
7. 各種視察旅行に対する支援	①視察の円滑化に向けた支援											
V. 広域観光の推進～広域連携による魅力の強化～	1. 広域的な視点を持ったリゾート地づくり	①戦略的な連携関係の構築										VJ事業(札幌、小樽、函館などとの連携)
		②広域でのプロモーション活動の強化										★ニセコ観光圏に認定
		③広域での情報連携の強化										・ニセコ山系観光連絡協議会
		④「(仮称)ニセコ観光局」設立についての検討										
VI. 受入れ環境の整備～誰もが来訪・滞在しやすい環境づくり～	1. 誰もが快適に利用できるリゾート地づくり	①案内表示などの充実	H25	案内看板のルール、縦看板、のぼりの整理について	長期間設置されている看板類(のぼり含む)が目立つ管理もされていないので、一度整理したほうがよいのでは	・国道等に設置されている看板の標記も見直しが必要 ・ウェルカム看板、鳥瞰図の更新、撤去、必要性の検討 ・民間の所有物 ・観光圏(広域)での検討			官		・ニセコ町景観条例、準都市計画、北海道屋外広告物条例	
		②外国語対応の支援										・メニューやポスターなど英訳支援(役場職員、国際交流員)
	2. 公共交通の利便性の向上	①公共交通機関に関する情報提供の強化										
		②地域内交通の充実										
		③運行ダイヤの適正化										
		④移動時間を楽しめるメニューの開発										
	3. 安全に配慮した観光地づくり	①レジャーの安全性を高める取り組みの実施										
		②安全・安心な歩行空間の確保										
	4. 事業者活動の活性化	①観光協会による地域振興事業の強化										
		②観光振興に資する組織の育成										
		③新規事業参入の促進										・ニセコ町にぎわいづくり起業家等サポート事業助成制度(商工会) ・人材育成セミナー「地域資源活用ビジネスコース」(商工会)

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施								
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考
	5. きめ細かな施設整備の検討	①地域特性を活用した施設整備の検討	H25,26	バーベキューが出来る場所	町内にバーベキューを自由に出来る場所 コミュニティ造成の場、町内、町外の人々が交流する場の提供手段の一つとして ・住民向け→ニセコに住む楽しさ ・観光客向け→パッケージ商品として提供	・場所の選定(法的な規制は問題無し) ・近隣への騒音・煙・臭い ・ごみの問題(環境モデル都市としての対応) ・炭(火)の適正な管理(芝・アスファルトはダメ) ・管理協力金、管理人必要か ◎地元へ金が回る仕組みが必要 →手ぶらパッケージプラン、地元食材や地元商店の活用 ※京極ふきだし公園は利用者が少ないのが課題(年間10-15組程度)	保留 ・きっちり整備したものへ ※サフォーク牧場などの再整備等が動けば		官・民	※ヒラフのニセコバービー企画(OGビーブプロモーション)	木下さん
	6. 「道の駅」整備についての検討	①「道の駅」整備についての方針の整理									・H25再整備基本構想策定
VII. スポーツ観光の振興 ~ スポーツによる感動・交流の創出 ~	1. スポーツを目的とした旅行の促進	①スポーツをテーマとした情報発信									
		②スポーツイベントの促進	H25	ニセコマラソンを観光イベントに	ニセコマラソンと観光を結びつけることができないか マラソン以外に違う種目(トレイルランなど) ・ウエルカムパーティー開催 ・ランニング用品の開発者と参加者とのコミュニケーション	・内容の具体化、コンセプトの再構築が必要。			観光協会		II.3.②地域内イベントの支援、連携の強化
			H26	スポーツイベントの開催	・スポーツによるまちづくりのツールとして ・アイアンマンジャパンなど世界に発信できるイベントにより「スポーツの聖地」としての印象づくりから。 ・気候や地形などの条件が様々なスポーツに適している環境だということを発信	・内容の具体化 ・緩和する規制とは			官・民		
	2. スポーツを快適に楽しめる環境の整備	①スポーツ愛好者の需要を踏まえた環境整備	H24	サイクルツーリズム	・日本全体では、相当な自転車ブームがきていて、スポーツバイクユーザーに限らず、幅広く広がっておりニセコの観光振興の目玉となりつつある。 ・サイクリング専用コースができ、それをグリーンバイクで楽しめると最高。 ・自転車に乗って良いと思えるのは、有島・羊蹄エリア。有島記念館に自転車貸出所があれば、デマンドバスの利用とセットで楽しめるのでは。 ・マップ・サインの整備も必要。また、既存道路でもブリーチングや路面の凍上箇所、側溝の蓋などの改善で対応可能。	・施設整備は広域で観光圏の制度を利用するなど検討 ・コースの用地 ・グリーンバイクの発展(札幌のポロクルのような運用システム、スポンサーなど)の検討			官・民	・現在、ニセコエリアでは自転車のイベントが増えてきている。(ニセコクラシック、ネイチャーライドニセコ、洞爺グランフォンド、ヒルクライムなど) ・グリーンバイク実施中 ・自転車スタンドの設置	
			H26	スケートボードパーク	・屋内であれば通年利用可能 ・ニーズはある(世界的にエクストリームスポーツのブームがある) ・スケートボードをやっている人はスノーボードもやっている確率が高く、通年で呼び込める	・経費、採算性 ・駅前倉庫などの可能性 ◎既存の施設(ノーザンリゾートアンブリ)を活用した継続的なスクールや大会イベント ・既存施設のPR不足解消			民	・ノーザンリゾートアンブリのテニスコートを再利用し、ボードパークを設置(観光魅力アップ事業を活用)	
			H26	合宿利用ニーズに対応	・学生やスポーツチームの合宿誘致により、交流やつながり	・合宿対応可能な施設の整備 ・合宿利用による採算性			官・民	・サッカー場の建設計画(絵は描いている)	
	H26	アスリート育成、活用	・ニセコ発のアスリート育成 ・アスリートをうまく活用してニセコの環境をアピール	・環境整備 ・資金的な支援(民間の協賛)							
3. プロスポーツ団体との連携	①北海道日本ハムファイターズとの連携										

ニセコ町観光振興計画における主要施策			観光戦略会議における提案・実施								
大分類(基本戦略)	中分類(主要施策)	実施事業	提案年度	提案事項	実施理由・主旨・目的・内容	実施・検討状況、実施上の課題、対策	実施時期	予算化	主担当	関連事業等の実施状況	備考
Ⅷ. シニア層増加、総人口減少へのアプローチ ～ 少子高齢社会に向けた対応 ～	1. ヘルスツーリズムの推進	①温泉を活用したヘルスツーリズムの推進									
	2. 観光客1人当たりの消費額を増やす取組	①ニセコらしい高付加価値を持つ観光コンテンツの開発・発信	H24	シニア層対応	・シニア層の満足度の低さから、夏のニセコの体験メニューは、若者向けが中心だった。シニア層は何を求めているのかを考え、ニセコの観光資源を結び付加価値を高めて、提供していく取組みが必要。 ・日本のシニア層は、グレードが高い難しさがある。豪華客船や世界遺産めぐりなどの客は、今はほとんどシニア層。単に自然の良さだけでは満足しない。人工的でもハイクラスな演出も必要。逆にいえば、日本のシニア層に満足いただけるようになれば、観光地としての評価も上がる。	・内容具体化			民	・民間資本によるショッピングモール建設	
	3. 子どもや孫にも役立つ旅行の提案	①インターナショナルスクールとの連携									・HISによるシーズナリースクール
Ⅸ. ニセコに滞在する魅力の発信 ～ 長期滞在から移住へ ～	1. 滞在を促進する観光メニューづくり	①既存資源の活用									
		②地域をゆったりと楽しめるアクティビティの造成									
		③長期滞在化の支援									
	2. ニセコ町での暮らしの紹介	①移住者の暮らしの紹介									
		②長期滞在者の暮らしの紹介									
		③日常情報の発信									
3. 環境にやさしい暮らしの紹介	①自然環境を軸としたエネルギー循環の紹介										
その他											