

— いつ訪れても心身ともに健康で元気になれる —

だれもが共感し 充実できる

悠悠(ゆうゆう)リゾート ニセコ

ニセコ町観光振興計画書



平成21年3月

ニセコ町

ニセコ町観光振興計画策定にあたって

ニセコ町は、観光のまち、そして農業のまちとして知られる人口4千6百人余りの小さなまちです。夏はカヌーやラフティングなどの体験観光が、冬はニセコアンヌプリでスキーや温泉などが楽しめる自然豊かな所です。特に、豊かな自然を身近にふれられることは本町の特色であり、四季折々の美しい景観は多くのお客様を楽しませております。

これまで本町における観光施策は、平成元年に「ニセコ町リゾート開発基本計画」を策定し、さまざまな観光振興施策を展開してきました。しかしながら、昨今の観光や地域を取り巻く情勢は大きく変化しており、新たな観光振興施策を確立することが求められています。

全国的にスキー場を抱える観光地が苦戦している中、幸いにしてニセコ地域では、多くの外国人観光客にお越しいただいており、ニセコの良さが世界的に知られるようになりました。本計画では、これらの情勢を踏まえながら「観光客の満足度を高める」、「町民生活を豊かにする」、「持続可能な地域経済を確保する」、「自然（環境）を保全する」を基本理念に掲げ、持続可能なリゾート地の実現を図ることを目的としています。

今後、この計画に沿って、本町の美しい景観やさまざまな観光資源を活用することにより、四季を通じて観光客が楽しめ、地域が元気になる観光振興施策を推進してまいります。町民のみなさんや観光事業に携わるみなさんなど地域のみなさんには、本計画をご理解いただき、積極的なご参加とご協力を賜りますようお願いいたします。

最後に、本計画の策定にあたり、ご尽力賜りましたニセコ町観光振興計画策定委員会委員のみなさんをはじめ、ご協力いただきました多くのみなさんに心からお礼申しあげ、あいさついたします。



平成21年3月

ニセコ町長 佐藤 隆一

目 次

本 編

序章	1
1. 計画の背景・目的	1
2. 計画の位置づけ	1
3. 計画の期間	1
第1章 二セコ観光の特性と課題	2
1-1. 観光を取り巻く現状の整理	2
1-2. 二セコ観光の特性	3
1-3. 二セコ観光の課題	5
第2章 二セコ町観光振興の基本的な考え方	7
2-1. 観光振興施策の基本理念	7
2-2. 二セコ町の目指す姿	7
2-3. 目標の設定と実施状況の検証	8
第3章 観光振興施策	10
3-1. 基本戦略	10
3-2. 戦略の考え方と観光振興施策	11
第4章 計画の推進体制とスケジュール	32
4-1. 推進体制	32
4-2. 施策の推進プログラム	33

分析資料編

第1章 観光の現状.....	37
1-1. 全国的な観光の動向	37
1-2. 北海道観光の動向	40
第2章 ニセコ町の観光を取り巻く現状.....	41
2-1. ニセコ町及び周辺観光の現況	41
2-2. ニセコ町の観光資源	49
2-3. 立地環境・交通アクセス.....	54
2-4. 観光産業が及ぼす経済波及効果	55

その他資料編

1. ニセコ町観光振興計画策定委員会名簿.....	59
2. 計画策定の進め方	60
3. ニセコ・羊蹄観光マーケティング調査の概要	61

1. 計画の背景・目的

ニセコ町は、古くから道内の温泉観光地として知られ、高度経済成長期には、モイワスキー場、アンヌプリ国際スキー場が開設されるなど、倶知安町のニセコグラン・ヒラフとともにスキーリゾートとして脚光を浴びるようになりました。その後、途中にバブル経済などの影響を受けながらも、昭和50年代後半からはペンションの急増や、スキー場、ホテル、ゴルフ場などの建設が進みました。また、平成8年ごろからはアウトドアや体験事業など地域の特色を生かした事業に取り組み、夏季の観光需要が大きく伸張しました。

近年は、ニセコ地域の雪質の良さがオーストラリア人スキーヤーを中心とした外国人にも知られるようになり、スキーを目的とした冬季の外国人観光客が増加しています。また、夏季にはアジア地域からの観光客が増加するなど、ニセコ地域は国際観光地として注目されるようになり、開発や投資が活発化しています。

その一方で、全体の観光客の入り込み数は横ばいが続いています。これまでもニセコ町や周辺地域では、観光振興のためにさまざまな方策に取り組んでいますが、地域にある豊富な観光資源を生かしきれていない、事業者間で共通認識が得られていない、国内外の観光客ニーズに対応しきれていないといった多くの課題を抱えています。

そこで町では、このような追い風や課題などさまざまな事象を考慮しながら、観光振興のみを実現するのではなく、地域全体が活性化することを目的にこの計画を策定します。

2. 計画の位置づけ

本計画は「第4次ニセコ町総合計画」の下位に位置づけられるもので、本町における観光施策に関する指針となるものです。

また、本計画に基づき別に作成されるアクションプランは、総合計画を実現するために作成される実施計画との連動を図ります。

なお、実施事業については、観光入込客数、顧客満足度、経済効果などの観光統計資料を用いて継続的に評価を行い、時代の変化に応じて計画内容を見直します。

3. 計画の期間

本計画の期間は、平成21年度から平成30年度までの10年を目途とします。

第1章 ニセコ観光の特性と課題

1-1. 観光を取り巻く現状の整理

各種の資料（分析資料編参照）、観光振興計画策定委員会やワーキングでの議論、町内観光事業所を対象に行ったヒアリング調査などから明らかになったさまざまな事象をSWOT分析（※）の手法を用いて整理しました。

※ SWOT 分析とは、戦略などを企画立案するときに用いる分析手法の一つ。SWOT は、Strength（強み）、Weakness（弱み）、Opportunity（機会）、Threat（脅威）の頭文字を取ったもので、さまざまな要素をこれらの4つに分類し、表にまとめることで問題点を明らかにします。「機会」はチャンスにつながる環境や条件、「脅威」は悪影響を及ぼす可能性がある環境や条件を示します。

強み (Strength)	弱み (Weakness)
●札幌や新千歳空港から比較的近い<u>立地環境の良さ</u> ●札幌、小樽をはじめ後志エリアなど道内主要観光地や<u>資源が周辺に点在</u> ●豊富かつ良質な観光資源に恵まれている（自然、景観、雪、温泉、農産物、体験メニュー等） ●きれいな街並みが整備されている（綺羅街道） ●「ニセコ」の<u>知名度が高い</u> ●移住者の多い地域性から<u>多様な人材を有する</u> ●さまざまな活動団体による観光振興の取り組みがみられる ●道内観光客を中心とする<u>リピーターが多い</u> ●ホテルや小規模なペンションなど<u>多様な宿泊施設が多く集積</u>	●公共交通によるアクセスや地域内<u>交通が不便</u> ●広域、地域内を問わず観光資源の<u>連携</u>やエリアとしての総合的な情報の集約・発信が<u>不十分</u> ●観光資源を生かしきれていない（各資源を地域の魅力として総合的に活用できていない。景観ポイントの造成や地場産品の活用が不十分など） ●他と比べ高い評価を受けているのは「雪」だけであり、他に<u>シンボリック要素を見出せていない</u> ●商店街やまちの賑わいに欠ける ●知名度は高いが、地域の魅力や実情が伝わっていない（<u>地域イメージが不明瞭</u>） ●地域内で観光に対する意識にばらつきがある ●産業間や事業者間、地域間の<u>連携が進んでいない</u> ●観光客の<u>満足度がそれほど高くない</u> ●夏季の滞在時間が短く、観光入込客数は<u>季節変動が大きい</u> ●食事や買物を楽しめる<u>商業施設が不足</u> ●国際化対応への遅れ（外国人受入対応が未熟、表示・情報の不足、ATMの利用が不便など）
機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
●<u>海外観光客の増加</u> ●熟年層がスキーを見直すなど、スキー人口の広がりが期待される ●観光施設や分譲地などの開発や投資の増加（国内外の事業者による開発、ホテルの経営委譲など） ●羊蹄山麓地域における広域観光振興や人材育成などの取り組み ●<u>シニアマーケットの拡大</u> ●スローライフ、エコ、LOHAS、農などへの関心の高まり ●<u>安心・安全な「食」に対する国民ニーズの高まり</u>	●北海道全体の観光入込客数の長期的な伸び悩み、観光地間の競争激化 ●<u>国内スキー人口の長期低迷化</u> ●<u>地域資源（ニセコらしい景観など）保持への危機</u> ●各産業（観光、農業など）の<u>担い手不足</u>（事業者の高齢化や後継者不足） ●国内外の<u>経済動向</u>（原油高、国際的な金融危機など）

1-2. ニセコ観光の特性

●点在する豊富な観光資源

ニセコには世界遺産になるような壮大な自然や、道東地方のどこまでも続く畑の風景のようにナンバーワンと言えるものではありません。しかし、美しい姿を誇る羊蹄山に代表される山々、イトウが生息する尻別川、そして多様な動植物が生息する森などが身近にあり、それらと気軽にふれあうことができます。

また、豊富な泉質を誇る温泉、スキーなどのさまざまなアクティビティ、おいしい水、安心安全で良質な農産物など、ニセコは豊富な観光資源に恵まれています。



●美しい山並み

羊蹄山は蝦夷富士とも呼ばれ、富士山のように美しい姿は地域のシンボルになっています。また、日本海から連なるニセコ連山や山頂のドーム形状に特色がある昆布岳も羊蹄山とともにニセコを代表する風景です。

昨今、世界的に雪不足が懸念される中、安定した降雪量と優れた雪質に恵まれたスキー場は世界的に注目を集めています。特に、標高が1,000m以下の場所で天然雪のみによるスキー場は、希少な存在になってきています。



●手軽に親しめる自然

ニセコでは車で10数分移動するだけで、豊かな自然とふれあうことができます。また、ニセコ山系には熊が生息していないので、家族連れなどでも安心してトレッキングや登山などを楽しむことができます。

豊かな自然は山だけではなく、まちの中央を流れる清流日本一の尻別川などでも親しむことができます。カヌーやラフティング、釣りなどのほか、水辺ではたくさんの動植物を見ることができます。



●農村としてのニセコ

農地の開発によって切り開かれたニセコの歴史は、農業の歩みとともに作られてきました。この歩みの中で培われた農地景観は、ニセコ原風景です。この風景は北海道らしい大規模なものではなく、本州山間部に見られる狭隘なものでも

ない、山と傾斜地が織り成す牧歌的でおだやかな風景です。

また、ニセコに降る大量の雪は豊かな自然や水を育み、農地を守ります。夏季も適度な寒暖差と降雨に恵まれ、北海道有数の食料基地として品質の高い農産物（ジャガイモ、アスパラ、メロンなど）を生産しています。



●さまざまなニーズに対応できる観光施設

町内には500室を超える大型ホテルから旅館、ペンション、B&B、コテージなどさまざまなタイプの宿泊施設が営業しており、観光客は自分の好みや滞在スタイルに応じて選択することができます。

また、スキー場、道の駅、豊富なメニューが揃う体験観光などニセコを楽しめるさまざまなアクティビティが充実していることも特色の一つです。



●新しいものを受け入れてきた風土

ニセコの観光は、温泉の発見から始まりました。その後、スキーブームの到来によりニセコアンヌプリ山麓の観光開発は大きく飛躍しました。そのとき、町外から多くの人々が転入し観光に携わることで、現在のニセコ観光の礎を築きました。近年も移住者は増加しており、さまざまな知恵や技術を持った人が集まっていることも特色の一つと言えます。

また、冬の観光で発展したニセコですが、早い段階から通年化観光を目指し、ペンションのオーナーなどが自らの特技を生かして「体験観光」に取り組んできました。この取り組みが功を奏し、平成11年からは夏の観光入込客数（月単位）が冬より多くなりました。最近では外国人観光客が急増しているなど、ニセコには新しいものを受け入れてきた素地があります。



1-3. ニセコ観光の課題

●地域資源の保全、環境と調和したリゾート地づくりへの配慮が不十分

美しい山並みを見せる自然環境と農地が作り出す景観は、ニセコらしい風景の代表です。ニセコを訪れる観光客の多くは、この美しい自然景観や眺望を期待しています。しかしながら、農地を管理する農家の多くは、高齢化や担い手不足などの問題を抱えており、今後もこれまでのように農地景観を保全できるとは限りません。そのため、農家以外の人たちも関わった仕組みづくりが求められています。



また近年、海外諸国を中心に「ニセコブーム」が起きており、開発行為が地域の重要な資源である自然環境や景観に悪影響を及ぼすのではないかと危惧されています。しかしその一方で、開発行為は地域の価値を高めることにもつながるため、秩序ある開発を進めることが必要です。

●リゾート地としての受入れ体制が整っていない

観光は観光事業者だけが担うものではなく、さまざまな事業者や町民などを含めた地域全体がひとつになって担うものです。しかしこれまでは、観光事業者以外の人たちが、観光の現状や観光振興の重要性などを共に考える機会はありませんでした。そのため、町民には「リゾート地づくりは観光事業者が行うもの」という気運があり、地域全体で行動することを難しくしています。観光客が何度も訪れたいと思うリゾート地を実現するためには、一般的な観光資源だけではなく、地域の文化やそこに暮らす人たちの良さなどを含めた地域全体の魅力を高めることが求められています。



また、夏季の公共交通機関や地域内の移動、国際化に対応した案内や表示などの整備は十分とはいえません。関係機関などと協力しながら充実を図っていく必要があります。

●多様な連携が確保できていない

ニセコには多様な観光資源が点在し、リゾート地として高い資質に恵まれています。しかしこれらの資源は、個々に利用されているに過ぎず一体として活用されていません。そこで、町民やさまざまな事業者などが連携し、資源を組み合わせることにより、さらなる魅力向上を図る必要があります。



また、観光客を受け入れる宿泊施設などでは、食材などが大量に使用されています。しかし、これらの多くは町外から調達され、地域内で観光消費を循環させることができていません。そこで、地域内で観光消費のメリットを享受できるように、観光事業者の利便性を向上させながら地場製品の消費拡大を図る仕組みを構築する必要があります。

●ニセコの魅力が十分に伝えられていない

ニセコにはたくさんの魅力が点在していますが、多くの人に知られているニセコは、スキーリゾートとしての姿です。特に若年層の人たちは「冬のニセコ」に対するイメージを強く持っています。また、多くの外国人観光客も雪を楽しみに訪れています。しかしその一方で、アウトドア志向の人



たちは、夏に楽しむことができるカヌーやラフティング、登山など活動的なイメージを持っています。また、熟年層では、古くからニセコの観光資源として知られている温泉のイメージを強く持っています。

このように、世代や地域などによってニセコに対するイメージがまちまちなものになっていることから、地域の実情と観光客の期待との間にギャップを生じさせてしまうことが懸念されます。そこで、多くの人に地域の全体像を知ってもらえるよう、観光情報を含めた地域の情報を総合的に集約し、発信できる仕組みづくりが求められています。

●観光客の満足度は高くない

これまでに行われた個人を対象としたアンケートなどの調査結果によると、ニセコに対する満足度は必ずしも高くはありません。今後の旅行形態は、個人や小グループ旅行が主流になると予想されていますので、個人の満足度を高めていかなければ、旅行先として選ばれなくなっていくと思います。



そこで、満足度を下げている問題点を地域全体で共有し、優先順位を明確にしながら地域全体で解決を図っていくことが求められます。また、問題点を明らかにするためには、そのことを推し量る客観的な情報を集めなければならず、継続的に調査を行う必要があります。

第2章 ニセコ町観光振興の基本的な考え方

2-1. 観光振興施策の基本理念

ニセコ町では、地域の力を培うため観光振興施策に取り組みます。具体的な施策は、次の基本的な考え方に基づき展開します。

- ・観光客の満足度を高める
- ・町民生活を豊かにする
- ・持続可能な地域経済を確保する
- ・自然（環境）を保全する

2-2. ニセコ町の目指す姿

ニセコ町及び周辺地域には、自然、景観、食材、雪、温泉など質の高い資源が豊富にあります。また、農村社会の中で築かれてきたおだやかな地域柄や、有島武郎が行った農地解放など他にはない歴史を有しています。現在は人口の少ない小さな町ではありますが、海外を含め全国各地からさまざまな人が集まってきており、ニセコならではの地域社会を形成しています。

今後はこれらの特色を大切にしながら、地域に即した自分たちらしさ（＝ニセコらしさ）を生活や経済の中で育てていきます。そして、ニセコの生活を町民自らが楽しむことで、地域の魅力を多くの人に伝えていきます。

【目標とする姿】

—いつ訪れても心身ともに健康で元気になれる—
だれもが共感し 充実できる 悠悠(ゆうゆう)リゾート ニセコ

ニセコ町では、「四季を通じた美しい自然や景観、遊び」、「信頼できるおいしい食」、「あたたかく迎えてくれる人々」などを確立することで、来訪者に対してにじみ出る感動やスローライフの充実感を得ることができる癒しの空間を提供するリゾート地を目指します。

また、町民は、観光振興が地域の活性化と一体であることを実感しながら、さまざまな活動に参画していきます。そして、地域における人の魅力を確認することで、リゾート地としての価値を向上させるとともに、ここに住むことの魅力を高めながら地域の持続的な発展を図り、来訪者と町民の双方が楽しめ、元気になる地域を目指します。

2-3. 目標の設定と実施状況の検証

本計画に基づく各種施策の効果を評価するために、数値目標を設定します。

【目標】 計画終了年度（平成30年）までに

・日帰観光客数を年間130万人に

＜考え方＞

ここ5年間の日帰観光客数は横ばいになっていますが、過去10年間の日帰観光客数の増加率（約18%）を本計画で維持することを目指し、過去最高水準である平成19年度実績111万人から2割増である年間130万人に設定

・宿泊数を年間70万泊に

＜考え方＞

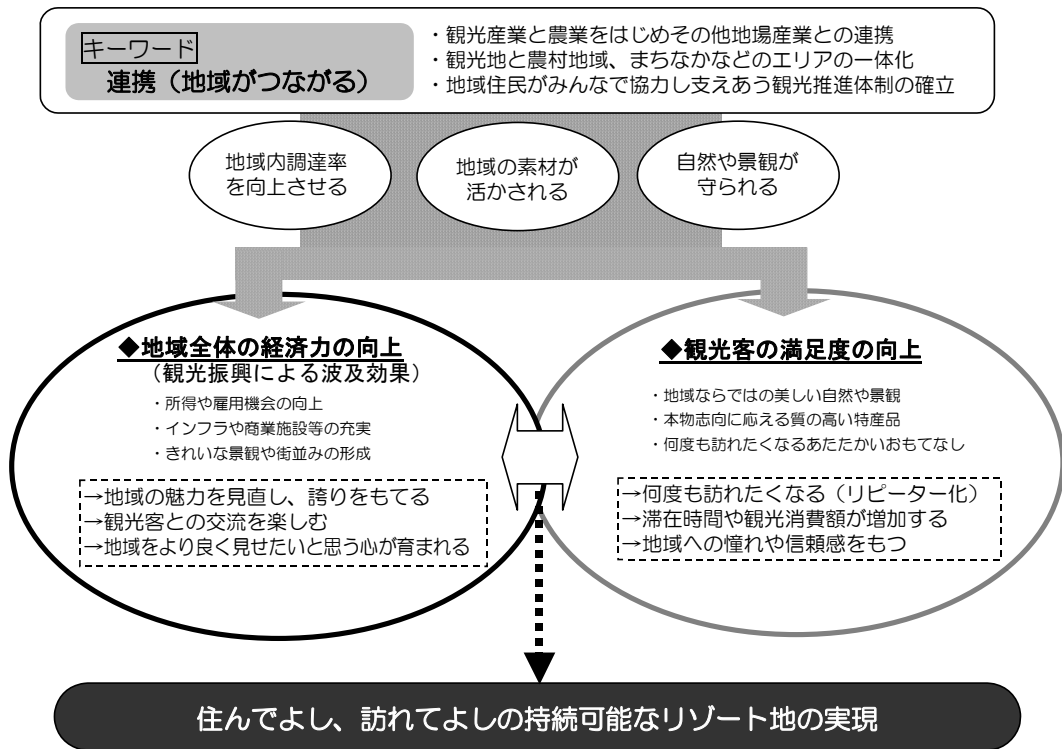
ここ10年間の宿泊数は減少傾向にありましたが、外国人観光客の増加によりここ数年は横ばいに推移しています。今後も外国人観光客の増加が予想されることから、過去最高水準である69万5千泊（平成6年）を目指し、平成19年度宿泊数52万泊の3割増である70万泊に設定

また、計画の実施状況を把握するためには、上記の項目だけでなく観光客の満足度や地域内の経済効果なども重要な指標となりますので、積極的に指標の収集に努めます。

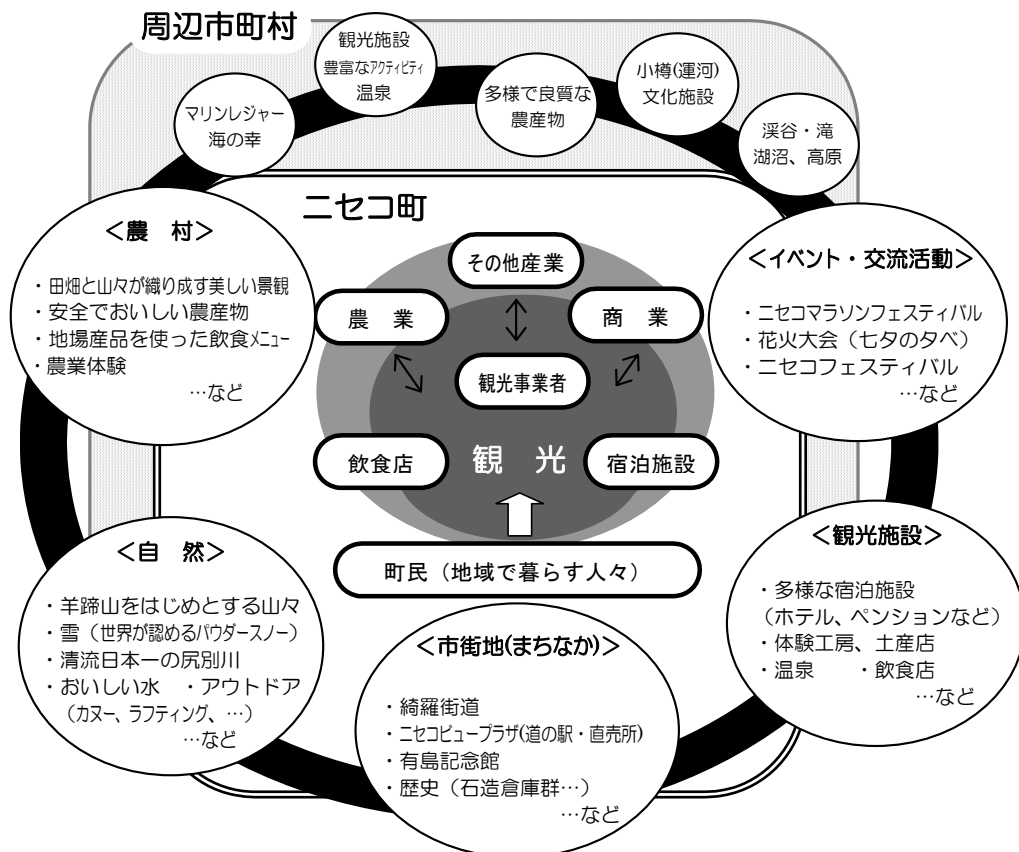
観光振興計画の検証・評価に関する指標（例）

指 標	指標を把握するための手法	備 考
観光入込客数、宿泊数	観光統計資料（実施団体：北海道）	
顧客満足度	独自のアンケート調査、観光冊子等の人気度調査など	
リピーター率／滞在日数	独自のアンケート調査	
観光消費額	独自のアンケート調査	
地域内調達率	独自のアンケート調査	
商業施設数	商業統計（実施団体：国）	
宿泊施設の稼働率	宿泊事業者へのヒアリング調査	
住民意識	独自のアンケート調査	観光振興による住民生活への効果、地域への愛着、観光客との交流に対する意識など

目標を実現するための考え方



観光振興における連携イメージ



第3章 観光振興施策

3-1. 基本戦略

ニセコを訪れる観光客の多くは、町内における地区の違いや近隣町との行政界を意識しているわけではありません。本計画ではこのような実情を考慮し、町内を地区ごとに分割して考えることはせず、町内のみならず周辺地域を含めた広域的な視点を持ち、地域の魅力を最大限に引き出せるよう考慮します。また、地域の総合的な魅力を高めるために観光事業者のみならず、他産業（農業、商業など）に関わる人や町民などが協働で観光振興に取り組み、「連携（地域がつながる）」を中心に据えた6つの基本戦略を展開します。

【基本戦略】

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 ～

II. 人材育成・交流

～ 人が地域を元気に、人が観光の魅力に ～

III. 地域資源の活用

～ 地域価値を高め、地域内経済の活性化を ～

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 ～

V. 広域観光の推進

～ 広域連携による魅力の強化 ～

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 ～

3-2. 戦略の考え方と主要施策

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 ～

●戦略の考え方

四季の自然や景観は、ニセコにとって重要な地域資源です。これらを基礎にニセコの観光産業が成り立っているといえます。そのため、地域で生活する者一人ひとりがこのことを自覚し、自然環境の保全や農地環境の維持、新たな景観づくりなどに協力して取り組み、その資源価値を将来にわたって継承していきます。また、現在、町内において活発化している開発事業が環境に調和した形で進展するようルールを整備し、宿泊施設や商業施設などを充実させることで、リゾート地としての魅力を高めていきます。

これにより、観光客には、いつ訪れても美しい風景や心身ともに癒される空間、自然を身近に体感できる場などを提供できるようになり、食や宿泊をより一層楽しんでもらえることで、ニセコの魅力を高めていきます。また、環境にやさしいイメージを定着させ、地域住民、観光客ともに環境との共存を考慮しながら、生活や滞在を楽しむことができるリゾート地を目指します。

●主要施策

1. 環境保全意識の醸成、保全活動の実施

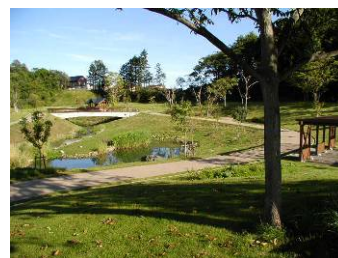
ニセコにとって重要な自然環境を保全するためには、一部の事業所や個人だけが取り組んでも効果を発揮することはできません。環境保全は、地域全体で取り組むべき重要な活動であり、ニセコを持続可能な観光地として将来へ引き次ぐために必要なことです。そこで、自然環境の恩恵を受けている者一人ひとりが自ら保全活動の重要性を認識し、地域全体の活動として取り組みます。

《実施事業》

①日常から環境保全意識を高める取り組み

- ・地域自然とふれあえる学習機会の創出

有島親水公園などの既存施設を利用し、産官学の協働によりニセコに生息する生物と身近にふれあえる場の創出を検討し、実体験の中から環境を保全する大切さを学びます。



- ・保全活動のPR、参加促進

地域内で発行している冊子を利用するほか、出版社や報道機関への情報提供などを通じて、地域内で取り組んでいる各種の環境保全の活動を広くPRします。また、来訪者に対しても地域の取り組みの趣旨を理解いただくよう努め、ゴミの持ち帰りや自然環境への配慮など、具体的な行動に対して協力を求めます。

②共同作業による美化清掃活動・環境保全活動

- ・美化清掃活動の実施

NPOや観光事業所、ボランティアなどが協働で行っている尻別川の清掃活動を、流域の町や関係団体と連携して支援します。また、道路周辺や散策路（遊歩道）など多くの人が利用する場所についても、町民や関係団体などと協力して清掃活動に取り組みます。



③エコツアーや地域環境貢献型のツアー造成

- ・環境保全をテーマにしたツアーを造成

近年、民間企業などでは地域貢献型の企業研修に注目しており、その需要は増えています。そこで、企業だけでなく、個人での参加も考慮した環境保全をテーマとした観光ツアーなどの造成を目指し、旅行事業者や観光協会、地元企業などと連携して取り組みます。



2. 環境や景観に配慮したリゾート地づくり

美しい山並みと農地が作り出す景観と、地域の経済価値を高める開発事業を両立させ、将来にわたってニセコの魅力を保全していくためには、自然環境や景観と共存した開発が行われなければなりません。そこで、景観条例や準都市計画などの関係法令などを遵守することはもちろんのこと、積極的に自然環境との共存を目指したリゾート地づくりを推進します。

また、環境や景観を単に保全するのではなく、生活に隣接する空間などを有効的に活用してより良い環境や新たな景観づくりに取り組みます。

《実施事業》

①地域環境に調和した節度ある開発事業を推進

- ・関係機関などとの協力体制の強化

ニセコアンヌプリ山麓の一部は国定公園に指定されています。また、広告

物の設置や森林の利用などは国や北海道が規制しており、地域環境と調和のとれた節度ある開発事業を進めるためには、これらの機関との密接な情報交換が必要です。また、庁内においても景観条例や今後予定されている準都市計画などとの調整が必要となることから、関係各所との連携を強化しながら節度ある開発事業を推進します。

②リサイクルや温暖化防止対策などの推進

- ・エコポイント制度の創設

マイ箸の利用など観光客が自らできるエコ活動に対してポイントを付与して、地域内で特典が受けられる仕組みを観光協会や商工会、観光事業者などと連携して検討します。

また、同様に公共交通機関の利用促進や送迎車の共同運行などを検討し、CO₂の削減を目指します。



③環境保全活動を支援する寄付等の募集

- ・「環境と共存した観光地づくり基金（仮）」の創設

環境保全活動の継続性を確保しつつ、実効性ある取り組みを担保するためには、必要な財源を確保することが必要です。

そこで、企業や個人などからの寄付金、宿泊に応じた事業者負担金などを財源とした仕組みを検討します。

④ニセコらしい景観の保全、育成の推進

- ・景観作物種子使用の奨励

ニセコらしい景観である山々と農地が作る風景を保全し向上させるため、営農活動の中で使用する緑肥作物を景観に優れた作物にするよう奨励する補助制度を検討します。

また、農道の観光利用についても、農業者と観光事業者、地域住民と連携しながらその可能性を検討します。



Ⅱ. 人材育成・交流 ～ 人が地域を元気に、人が観光の魅力に ～

●戦略の考え方

少子高齢化が進む中、国内を旅行する人の総数は限られてきていますので、何度も訪れる観光客（リピーター）を確保することは、リゾート地にとって重要なことです。観光客に何度も訪れたいと思われるためには、自然や景観、食などの観光資源の魅力を向上させるとともに、そこで暮らす人や生活、文化といった地域全体が醸し出す魅力を高めていかなければなりません。

また、町民や事業者の中では、観光産業が地域の経済を支えている重要な産業であるという認識に差異が生じています。質の高いリゾート地を実現するためには、地域全体が観光の担い手であるという意識を共有することが重要です。そこで、町民が地元を知ることができるよう積極的な情報提供に取り組むとともに、観光事業者と連携しておもてなしの心や接遇のノウハウを伝えていきます。

また、町民が持つ知恵や技術を活かして地域の魅力を高める仕組みを検討するとともに、地域の魅力を伝える人材や観光をプロデュースする担い手の育成に取り組みます。さらに、観光客が綺羅街道などを利用する機会を増やすことで、日常の中で町民と観光客が交流する場面を増やし、双方が良い刺激を交換できるよう図っていきます。

●主要施策

1. 観光や地元を学ぶ機会の創出

観光客に選ばれるリゾート地になるためには、観光資源の充実を図るとともに、そこに住む人や生活など地域全体の良さが伝わる必要があります。

そこで、おもてなしの心や技術、地元の情報などを町民レベルで共有できるよう、これらを学ぶ機会を設けることで個々のレベル向上を図り、地域全体でニセコの良さを伝えていきます。

《実施事業》

①地域内に向けた観光情報の発信

・観光情報誌の創刊

町民や事業所を対象にした情報誌を年2回程度作成し、店舗やイベント情報、名所などの情報を紹介します。また、この他にも町の広報誌などを用いて、地域内のイベント情報など旬の情報を積極的に発信します。

②観光事業所などと連携した実践的な学ぶ機会の創出

・接遇技術研修会の開催

希望する町民などを対象に、観光事業者などと連携して接遇技術などを学

ぶ研修会を開催します。ここでは、座学だけではなく、実際の応対を観光事業者などの「プロ」から学ぶことで、より実践的な接客技術を身につけることを目指します。



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

- ・関係各所との連携による学ぶ機会の創出

学校（総合学習など）と連携し、地域の成り立ちや地場産業について町民講師から学ぶ機会を設け、地域の良さを知るとともに、観光と生活との関わりについても学びます。また、町内で開催される社会教育の場においても同様に連携を図り、町民の地元に対する知識を深め、町民の誰もがニセコの案内人になれることを目指します。



④英会話を学ぶ機会の創出

- ・英会話教室の開催

店先や街中で交わされる外国人との会話に対応できるよう、商業者や町民などを対象とした実践的な英会話教室の開催を検討します。講師は、ニセコに在住している外国人や観光事業者などに協力を依頼します。



2. さまざまな知恵、技術を持つ人材の育成と活用

地域内にはさまざまな技術や思いを持った人たちがいます。これらの人たちの能力が観光や交流の現場で生かされるよう、人材活用の仕組みを検討します。なお、検討に際しては協力者が継続して活躍できることを考慮し、無償のボランティアだけではなく有償制度についても検討します。

また、人材育成は地域の責務ですので、今後もさまざまな機会を捉えながら持続性のある人材育成に取り組めます。

《実施事業》

①特技を生かせる仕組みの構築

- ・人材バンクの整備

さまざまな特技を持つ町民や、地域に協力したいと考える町民が、無理なく観光事業と連携できるような仕組みを検討します。なお、検討の際には、仕組みが持続できることに配慮する



とともに、既存の取り組みとの連携を図ります。

②認定ガイドの活用と新たな認定制度の検討

- ・認定ガイドによる町内案内の実施

羊蹄山麓地域観光ガイドの資格を持つ認定ガイドを登録して活用する仕組みを検討し、観光客や事業所の要望などに応じてガイドを斡旋します。町民ガイドには、データの観光案内だけでなく、日々の生活の中で実感するニセコの良さを自分の視点で伝えてもらいます。



③地域リーダーやプロデューサーの育成

- ・各種研修への参加支援

地域で活躍している（今後活躍が期待される）人を対象に、各種研修事業へ参加する費用の一部を補助し、自己研さん活動を支援します。また、先進地で活躍しているキーパーソンの招へいなどに必要な費用の一部についても支援し、幅広く人材育成に取り組みます。

3. 地域の力となる交流の場の創出

日々の生活の中で自らの地域のことを振り返る機会は意外と少ないものです。他の地域の人たちと交流することは、日々の生活の中では得ることができない発見があり、自らの地域のことを考えるきっかけとなります。ニセコには毎年多くの観光客が訪れており、こちらから出かけなくても多くの人と交流することができる環境が身近にあります。また、観光客も地域生活や文化にふれたいと考える人が増えており、町民と交流する機会は確実に増えてきています。

そこで、町民と観光客とが交流できる機会を積極的に設け、観光客の要望に応えながら同時に地域の活力を育んでいきます。

《実施事業》

①まちなかイベントの開催

- ・ニセコ駅前での「市」の開催

羊蹄山麓地域の農産物集積地であったニセコ駅の歴史的背景を生かしながら、「市」をテーマとしたイベントの開催を商工会などと連携して検討します。「市」では、広く販売者や産品を集い、ニセコ駅前に往年の賑わいを復活させ、新たな地域文化を築きます。また、このイベントは観光客だけでなく、町民や周辺町村の住民も楽しめる地域イベントになるよう取り組みます。



②地域内イベントの支援、連携の強化

・各種イベントの支援

七夕の夕べやニセコマラソンフェスティバルなどのような地域イベントを支援し、イベントの充実を図ります。また、観光協会や商工会、各事業所などと連携して、イベント効果を地域全体で享受できるよう地域資源を生かした新たなイベントや観光メニューを検討します。



また、個々の事業者などが実施する個別のイベントとの連携を強化し、さまざまな主体が行う地域内活動の活性化を図ります

③ニセコの文化を生かした交流の場の創出

・食と有島文化にふれる交流事業の開催

ニセコの食（食材、料理）と、これを育むニセコの大地の物語（文化）を一度に伝えることができる交流事業の開催を検討します。来訪者には、食のほかに景色やまちの歴史などを楽しんでもらいます。また、ボランティアガイドやニセコ高校生などを含む町民が、自らの技能を研さんでいる実践の場としても活用します。



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 ～

●戦略の考え方

ニセコ町内をはじめ、ニセコに隣接した地域には、優れた自然環境や食材などが数多く点在しています。しかし、それらの資源は区分ごとに利用されているに過ぎず、有機的な活用が不十分です。そこで、あらためて地域の観光資源を見直し、詳しく整理するとともにテーマ性を持たせた演出を加えることで、魅力ある観光資源を創出していきます。

また、ニセコは国内有数の農産物の産地である羊蹄山麓地域の一部であり、優れた農産物を多数生産していますが、これらを有効的に活用できていないことが大きな課題になっています。そこで、地域内での地場産品消費量を増やすとともに、「食」の良さを全面に打ち出しながら誰もが買いやすい環境整備に努め、多くの人に受け入れてもらえる地域ブランドの確立を目指します。

●主要施策

1. 観光資源の創出、見直し

ニセコは、スキーやラフティングなど行動的なアクティビティが多いリゾート地として見られることが多いのですが、優れた景観に魅了される人も多く、美しい景観はニセコにとって大切な観光資源です。

昨今、旅行者の年齢層が高まってきている中、これまで以上に景観は重要な観光資源として位置づけることができます。そこで、地元としてあらためて地域の資源を見直すとともに、さらなる魅力創造に取り組み、ニセコの魅力を広く伝えていきます。

《実施事業》

①ビューポイントの創出

・ニセコ10景の策定

ニセコにとって大切な景観を集め、それに関する地域の物語とともに策定する「ニセコ10景」に取り組み、紹介するマップやホームページなどを整備します。なお、ニセコ10景の策定にあたっては、別に町が定めるふるさと眺望点との連携を図ります。



また、これらのポイントには案内板など必要最小限の施設を整備し、地域の財産として景観を保全しながら、多くの人に楽しんでいただきます。

- ・「幻の滝」の観光資源化

町内に眠っている観光資源を再調査し、今後のリゾート地づくりに活用できるかを検討します。特に、ニセコアンベツ川の渓谷に点在する滝は重要な資源であり、観光資源化の可能性について調査します。



②温泉の魅力の再考

- ・温泉紹介冊子の作成

ニセコ山系に点在する温泉の魅力を伝えるため、他の観光資源との連携を図りながらより一層の価値の向上を図ります。その一つとして温泉に関する情報（泉質や効能など）を紹介する冊子を作成し、温泉文化の啓発やさまざまな視点からの意見なども盛り込み、温泉を広くPRします。



③既存施設の魅力強化

- ・遊具などの整備

ニセコには家族連れの観光客が多く訪れていますが、子供と一緒に遊べる空間が少ないなど需要に対応できていない現状があります。そこで、既存施設の有効活用を図り、家族連れの要望に応えられるよう安心して遊べる遊具などの設置を検討します。



2. 滞在を促進する観光メニューづくり

宿泊数を増加させるためには、ニセコに滞在する目的を増やし、滞在時間を増加させる必要があります。そこで、身近にふれることができる豊かな自然や美しい景観、温泉、文化、さまざまなアクティビティなど既存の観光資源を活用しながら、新たな観光資源づくりにも取り組み、さまざまな顧客層の需要に応じた滞在型観光を促進します。

《実施事業》

①既存資源の活用

- ・近代遺産の観光資源化事業

町内には、産業の変遷や生活の変化などにより忘れ去られようとしている遺構や遺産がたくさんあります。これらの関係品の保存展示を検討し、観光資源に生かしながら地域の歴史を後



世に伝えていきます。

また、町内ではニセコ駅前の倉庫群のような広い空間は貴重な存在であり、天候に左右されない観光施設として活用できるかを含め、今後の活用方法を検討します。

②地域をゆったりと楽しめるアクティビティの造成

- ・フットパスやサイクリングコースの設定

ビューポイントと連携して、歩いたり、自転車に乗ったりと、時間をかけて風景やまちの雰囲気を楽しむことができるフットパスや散策路、サイクリングコースの設定を町民や事業者などと連携して行います。また、必要に応じ案内看板などの整備を検討します。



- ・各種アクティビティの横断的活用

各事業者が取り組むラフティングなどのアウトドア体験、クラフトなどのインドア体験などを横断的に組み合わせるとともに、他のサービスや地域の観光資源とも組み合わせることで、付加価値を高めた観光メニューの創出に取り組めます。

③長期滞在化の支援

- ・「ゆとりパス（仮）」の検討

地域内での連泊、アウトドアやインドアの体験観光など、さまざまな事業所で使うことができる共通券「ゆとりパス（仮）」の発行を検討します。ゆとりパスは（仮）は、支払いにかかる観光客の手間を軽減するとともに、プリペイド方式などを検討することで観光消費額の増加を図り、観光客の長期滞在化を促進します。

3. 地場産品の地域ブランド化

ニセコでは、多品種で良質な農産物をたくさん作っており、「食」は地域にとって重要な観光資源の一つです。農業は、観光産業とともにニセコの経済を支える重要な産業であり、観光事業所における地場産品の利用は地域経済の活性化に効果的です。

また、昨今の産地偽装問題などにより、消費者の食に対する不信感が広がっており、安心安全な食に対する要望は高まっています。そこで、観光と農業が連携し、「食」を観光資源としてその価値を高めるとともに、安心安全で良質なニセコの産品を多くの観光客に知ってもらえるよう取り組みます。そして、地域内事業所での地場産品使用率を向上させるとともに、ニセコ産品の地域ブランド化を促進します。

《実施事業》

①地場産品の品質を保障するしくみづくり

- ・原産地証明制度の検討

地域の実情を考慮した中で、地場産品（農産品、加工品など）の品質が消費者に分かりやすく伝わる仕組みの確立を目指し、観光事業所や商業者、農業者などと連携しながら、その可能性を検討します。



②地場産品の使用促進

- ・「ニセコ産品使用の店」制度の検討

飲食店など料理を提供している店などで、原材料に地場産品がどれぐらい使われているかがわかる仕組みを検討し、食事をする客の満足度を向上させるとともに、飲食店などでの地場産品の消費拡大を図ります。



③地場産品を活用した商品の開発

- ・地域限定グルメ（商品）の開発

ニセコの「食」を分かりやすく伝えることができる看板メニューは、観光客にとって大きな魅力となることから、宿泊・飲食事業者などと連携し、地域グルメ（商品）の開発に取り組みます。なお、開発にあたっては、まったく新しい物を作るという手法のほか、今あるものを見直して製品化を図るという手法も含めて、専門家などからの意見を取り入れながら進めます。また、すでに地域内で取り組まれている事業との連携を進めます。



4. 観光事業所における地域内消費額の増加

観光事業による地域内の経済効果を高めるためには、観光消費を域内で循環させることが重要です。しかしながら現状では、宿泊施設などの仕入れの多くは町外へ流出しており、観光消費が地域内に還元されているとはいえません。

そこで、農産物などを中心に地域内での調達量を増加させ、経済循環の活発化を促進することで、新たな需要が創出される仕組みづくりに取り組みます。

《実施事業》

①地域内調査の実施

- ・地場産品使用に関する調査

町内の各事業所において、食材などがどれくらい使われているのか、また、地場産品に対してどのような需要があるのかを的確に把握するための調査手法の確立を図ります。また、調査により明らかになった需要に適応した方策を検討します。

②事業者同士の意見交換の場の確保

・ビジネス懇談会の開催

さまざまな業種に携わる人が一堂に会し、気軽に意見交換したり、ビジネスパートナー探しをしたりできる場を設け、新たなビジネスの掘り起こしに努めます。

③事業者と生産者との連携を支援するしくみの整備

・「農」「商」「観」連携による流通モデルの構築

生産者（農業者など）と利用者（観光事業者など）が流通の当事者として参画し、商工事業者を含めた3者による地域の実情に即した流通モデルを検討します。そして、ビジネスとして確立することを図り、地場産品を生かした魅力づくりの取り組みを強化します。



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 ～

●戦略の考え方

「ニセコ」は、古くから観光地として全国的に知られています。しかし、その一方でニセコのイメージは、来訪者の居住地や年齢層などによってまちまちなものになっています。そこで、ニセコの姿や魅力を継続的に発信し、多くの人に等身大のニセコを知ってもらえるよう取り組みます。

また、現在提供されている観光資源の情報は、行政区域ごとに取りまとめられており、地勢を知らない観光客にとって利用しやすいものではありません。そこで、あらためて地域の観光資源を見直すとともに、その情報を詳しく整理します。また、イベントや地域の情報などは、観光事業者などと連携して的確に情報収集を行い、集約した情報を効果的に発信する仕組みを検討します。そして、多くの観光客にニセコの魅力が伝わるきめ細かい情報提供を行うとともに、市場に適合した戦略的な情報の提供や誘客宣伝活動に取り組みます。

●主要施策

1. 地域イメージの発信

観光客が抱いているニセコに対するイメージは、それぞれの顧客層によって異なります。これは、ニセコにたくさんの観光資源があるからともいえますが、結果として地域イメージをあいまいなものにしています。このことは、観光客のニセコに対する期待感と本来のニセコの魅力との間に差異を生じさせることになり、満足度を下げる要因になると考えられます。

そこで、ニセコの魅力を端的にあらわす地域イメージを確立し、PRを強化することで、多くの人に選んでもらえるリゾート地になることを目指します。

《実施事業》

①キャッチフレーズやロゴなどの作成

- ・新しいロゴやキャッチフレーズの制定

本計画により推進する「ニセコの姿」を地域内で共有するとともに、国内外の多くの人にも伝わるよう、新しいロゴやキャッチフレーズの作成に取り組みます。

②映像などのイメージコンテンツ作成

- ・ニセコの四季を伝えるイメージ映像の作成

ニセコの代表的な風景である山と畑が織りなす景観や、ビューポイント、観光名所などを映像で紹介するコンテンツを作成します。また、旅行関係事

業者や出版社がパンフレットの作成などに利用できる画像のデータベースを観光協会などと連携して整備します。



③固定客への情報発信

- ・ニセコファン倶楽部（仮）の設立

ニセコへ何度も訪れている観光客やニセコを応援してくれる人などに、よりニセコのことを好きになってもらえるよう地域情報や会員特典などを提供する「ニセコファン倶楽部（仮）」の設立を検討し、誘客事業の強化と交流事業の活性化を図ります。

2. 観光情報の収集、発信の強化

事前に得られる地域の情報は、観光客にとって旅行先を決める重要な手がかりとなります。そのため、ニセコにある多くの観光資源の魅力を知ってもらい、興味を持ってもらえるよう演出を加えた情報発信が必要です。そこで、さまざまな地域情報を収集管理する仕組みを整備し、旅行関係事業者などへの情報提供だけでなく、観光案内所で行っている観光案内においても最新の地域情報が利用できるよう検討します。

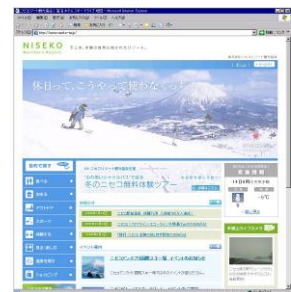
また、観光客の満足度を高めるためには、いかにして要望に応じていくかが重要です。そのため、観光案内所では、観光客の要望や嗜好を的確に把握することが求められます。そこで、観光案内所での案内対応を向上させながら、地域を総合的に楽しんでもいただける紹介機能の強化を図り、観光客の満足度向上を目指します。

《実施事業》

①観光情報を一元管理する体制づくり

- ・地域情報システムの構築

選ばれるリゾート地を目指し、多くの人にニセコの魅力を知ってもらえるよう、きめ細かい地域情報を提供する仕組みを検討します。このシステムでは、観光施設やアクティビティの情報を管理するだけでなく、地域のさまざまな情報も取り込み、町民や事業者などが参加して運営する仕組みの確立を目指します。



②観光客の要望に応えるコンシェルジュ機能の強化

- ・観光案内所の充実

観光客の要望に的確に応えた質の高い観光案内を実現するため、観光案内

員の研修を強化し、ニセコを総合的に紹介できる能力の向上を図ります。また、外国人観光客とのコミュニケーションが円滑に行われるよう外国語が使える観光案内員の採用や育成を検討します。



3. 地域情報の戦略的活用

毎年、観光に関する統計情報は、さまざまな機関などが調査し公表していますが、ニセコに絞り込んだ観光客の満足度調査などは、単発的に実施されているに過ぎず、継続して情報を得ることができません。戦略的な誘客活動を進めるためには、顧客の要望など詳細な情報が必要であり、その情報を元にした的確な分析が必要です。そこで、不足する情報の収集手法と必要な情報を地域で共有する仕組みを検討し、市場に適応した戦略的な誘客活動に取り組みます。

《実施事業》

①観光需要調査の実施

- ・情報収集手法の確立

現状把握に必要な情報である観光客の要望や満足度を知るため、地元のほか主要都市などでの調査も対象にした情報収集手法を検討します。なお、情報収集は、道内外の大学やニセコファン倶楽部（仮）などとの連携も考慮します。



②地域情報の共有

- ・情報共有の仕組みづくり

地域全体でリゾート地としての質を向上させるためには、観光に関するさまざまな情報（資源、イベント、苦情、満足度など）を共有し、地域全体で問題点を改善していくことが求められます。そこで、各事業所や関係団体などが参画した体制を検討し、最新の情報を共有しながら地域全体のサービス向上に取り組めます。



③市場に応じた戦略的情報発信

- ・柔軟な情報提供機能の強化

新たに整備を検討する地域情報システムを活用し、顧客年齢層や地域、季節などさまざまな需要に応じたきめ細やかな情報を取りまとめ、ポイントを絞った効果的な誘客活動を推進します。

V. 広域観光の推進 ～ 広域連携による魅力の強化 ～

●戦略の考え方

ニセコエリアは複数の町で構成されており、この地域一帯には多様な観光資源が豊富に存在しています。そして、観光客はこの地域すべてを「ニセコ」と呼び、休日を楽しんでいます。

これまでもニセコ町では、後志観光連盟やニセコ山系観光連絡協議会などに参画し、広域的な観光振興に取り組んできました。しかし、その活動はパンフレットの発行などにとどまり、観光客に地域の魅力を届ける取り組みとしては不十分でした。

そこで、改めて各市町村の連携を強化し、相互に補完し合える関係づくりに取り組みます。そして、共に特色を生かしたリゾート地づくりに取り組む中で、広域的な地域の総合力を高め、観光客誘致の強化を図ります。

●主要施策

1. 広域的な視点を持ったリゾート地づくり

ニセコエリアは美しい山々を中心に、西側には日本海、南側には昆布岳を挟んで太平洋が広がる全国的にも珍しい地形を有しています。また、東側にある羊蹄山は国立公園に指定されており手付かずの自然が残っているなど、ニセコエリアとその周辺地域には、優れた観光資源が多数点在しています。

そこで、これらの地域的特性を生かし、それぞれの市町村での地域振興を実現するため、互いに有している観光資源を相互活用し、観光客や各市町村が互いにメリットを享受できるよう広域的な観光振興に取り組めます。

《実施事業》

①戦略的な連携関係の構築

- ・関係団体などとの連携強化

これまでに取り組まれてきた広域的な活動を継続し、広域団体や周辺市町村との連携を強化します。また、ニセコエリア以外の地域や団体などとの新たな連携を模索し、広域的な地域の魅力向上に寄与しながらニセコの観光振興を図ります。

②広域でのプロモーション活動の強化

- ・広域エリアの魅力発信の強化

全国的にニセコの地名は知られていますが、どのような所であるかはあまり知られていません。そこで、ニセコエリアに限らず後志エリアも考慮した広域エリアの魅力を広く伝えるため、後志観光連盟やニセコ山系観光連絡協

議会など既存の団体と連携するほか、テーマを明確にした観光情報発信を関係市町村と連携して取り組みます。



③広域での情報連携の強化

- ・ニセコ山系での観光情報の連携強化

これまでも取り組んできているニセコ山系観光連絡協議会での観光情報連携を強化するため、新たに整備を検討する地域情報システムに広域情報機能を付加することを検討し、広域的な情報発信の充実を図ります。

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 ～

●戦略の考え方

ニセコには国内外から多くの観光客が訪れていますが、外国語による観光案内機能の不備や、公共交通機関を利用したアクセスが不便といったように受入れ環境に課題があります。今後は、外国人観光客や高齢化した国内旅行者の増加が見込まれることから、誰もが安心してゆったりと滞在を楽しめるリゾート地に必要な環境を整える必要があります。また、将来的には北海道新幹線や高速道路の開通など交通手段に大きな変化が生じることが予想されています。そこで、現在起きている課題の解決に取り組むとともに、今後の動向を見据えながら観光客と地域にとって望ましい環境整備の検討を進めます。

●主要施策

1. 誰もが快適に利用できるリゾート地づくり

リゾート地とは、誰もが楽しめ何度も繰り返し訪れる場所のことです。現在、ニセコにはさまざまな場所や国から年間150万人もの観光客が訪れています。特に最近では、アジア、オセアニアなどの国から注目されており、外国人観光客が急増しています。また、国内旅行者の年齢層は、人口の高齢化に伴い高まることが予想されています。こうしたことから、多くの人に認められるリゾート地を実現するため、外国人や高齢者、あるいは障害を持った人などの利用にも配慮した施設環境の整備に取り組めます。

《実施事業》

①案内表示などの充実

・案内表示のピクトグラム化

さまざまな国からの観光客が増加しており、言語による案内表示には限界があるため、施設などの案内表示にはピクトグラムによる表記を採用し、誰でも分かるような案内表示を検討します。

(ピクトグラム…一般に「絵文字」「絵単語」などと呼ばれ、何らかの情報や注意を示すために表示される視覚記号(サイン)の一つ。主に鉄道駅や空港などの公共空間で使用され、文字による文章で表現する代わりに、視覚的な図で表現することで、言語に制約されずに内容の伝達を直感的に行う目的で使用されています)



②外国語対応の支援

・言語サポートディスクの設置

外国人観光客が増加することに伴ない、町内の商店や飲食店などを利用す

る外国人が増えると予想されます。そのため、店先でのコミュニケーションに苦慮することが想定されるため、小規模事業所などを対象に外国語によるコミュニケーションをサポートする仕組みを検討します。

2. 公共交通の利便性の向上

外国人観光客の増加や旅行者の高年齢化などにより、公共交通の重要性はこれまで以上に高まることが予想されます。現在、公共交通を利用して主要都市（札幌市や千歳市など）からニセコへ移動する場合、鉄道かバスを利用することになりますが、小樽からニセコまでの路線は運行本数が少なく、移動時間がかかるなど利便性は高くありません。また、ニセコ町内での公共交通は、主に町が運営する町内循環バスになりますが、運行本数が少なく利便性の確保は大きな課題となっています。

利便性を高めるためには運行本数を増やすことが考えられますが、経済性を無視した拡充は現実的ではありません。そこで、今ある資源を最大限に生かすことを第一に考え、地域や企業などがさまざまな連携に取り組む中で、公共交通の有効利用を図ります。

《実施事業》

①公共交通機関に関する情報提供の強化

- ・わかりやすい時刻表の作成

ニセコへの公共交通機関によるアクセスは、鉄道のほかにバスがありますが、これらの時刻表は別々に作成されているため、地域のことが分からない観光客には利用しづらいものになっています。

そこで、これらの公共交通機関を一度に見ることができる時刻表を作成し、初めてニセコを訪れる人でも分かる公共交通情報を提供します。



②地域内交通の充実

- ・さまざまな送迎手段の検討

現在、ニセコ駅から各宿泊施設などへの交通手段は、主にそれぞれの施設が用意した車を利用しています。このことは、環境的にも経済的にも良い状態とはいえません。そこで、観光客の利便性を確保しながら送迎の効率を高めるため、観光事業者などが連携して取り組む送迎車の共同運行などを支援します。

③運行ダイヤの適正化

- ・交通事業者などへの要請

主要都市や空港、周辺の主要観光地からニセコへの交通アクセスの利便性を向上させるため、周辺自治体や関係団体などと連携して交通事業各社に対し、乗り継ぎを考慮した運行ダイヤの設定や運行車両の増設などを要請します。



④移動時間を楽しめるメニューの開発

- ・ニセコまでの道中を楽しむ仕掛けづくり

個人や小グループ旅行が増えている現状を考慮し、主要都市や空港からニセコまでの移動時間を楽しんでもらえるよう、道中にある観光ポイントや店の情報などを交通手段（鉄道、車）ごとに取りまとめ、「旅」の充実を図ります。また、沿線の市町村や関係団体、交通事業者などと共同で、ニセコまでの移動区間を楽しむことできる仕掛けづくりも検討します。

3. 安全に配慮した観光地づくり

誰もがゆったりと楽しむことができるリゾート地では、安全への配慮は必要不可欠なものです。ニセコの重要な資源である自然環境は、多くの人を魅了しますが、同時に危険も持ち合わせています。そのため、誰もがニセコの自然を安全に楽しむことができるよう各種の安全対策に取り組み、事業所や関係機関などと連携して危険の排除に努めます。

《実施事業》

①レジャーの安全性を高める取り組みの実施

- ・山などにおける安全の取り組み

ニセコにおける危険箇所などの情報を随時提供し、観光客などに対する安全啓発を強化します。また、「ニセコルール」（スキー場エリア外を滑走する人々と、全てのスキー場利用者の安全のために作られた地域の公式ルール）の運用を支援するほか、必要な安全対策に取り組みます。

②安全・安心な歩行空間の確保

- ・歩道整備の推進

観光客の利用頻度の高い町道には、必要に応じて歩道を設置します。また、車の往来が多い道道などについても、歩道設置を関係機関に働きかけるほか、冬期間の歩道確保に努めます。

4. 事業者活動の活性化

現在、観光事業者を取り巻く環境は大きな変革期を迎えており、新規事業者の参入や世代交代などがめまぐるしく進んでいます。そのため、これまで培われた観光事業者間の連携や協働意識に変化が生じており、既存のつながりにとらわれない新たな事業者間連携を確保することが求められています。

そこで、これまでのつながりを尊重しながらも、新しい連携が生まれるよう事業者の活動を支援します。また、質の高いホスピタリティを実現するためには、女性の目線が重要であり、その活動を観光振興に生かしていく仕組みづくりや組織の育成に取り組みます。

《実施事業》

①観光協会による地域振興事業の強化

・事業者間ネットワークの強化

観光事業者の連携を育成強化するため、観光事業者やニセコリゾート観光協会などと協力して意見交換の場や必要な体制づくりに取り組みます。また、観光協会が取り組む地域振興事業を支援し、観光事業者などと連携した活動を強化します。

②観光振興に資する組織の育成

・女性が主体の組織づくり

ニセコにおけるホスピタリティを高めていくためには、女性の目線による事業推進が必要です。そこで、観光事業に関わる女性を中心に新たな組織を育成し、女性の目線による提言を行うとともに、独自の活動を展開し、きめの細かい観光サービスの実現を図ります。

③新規事業参入の促進

・情報提供による事業参入者の支援

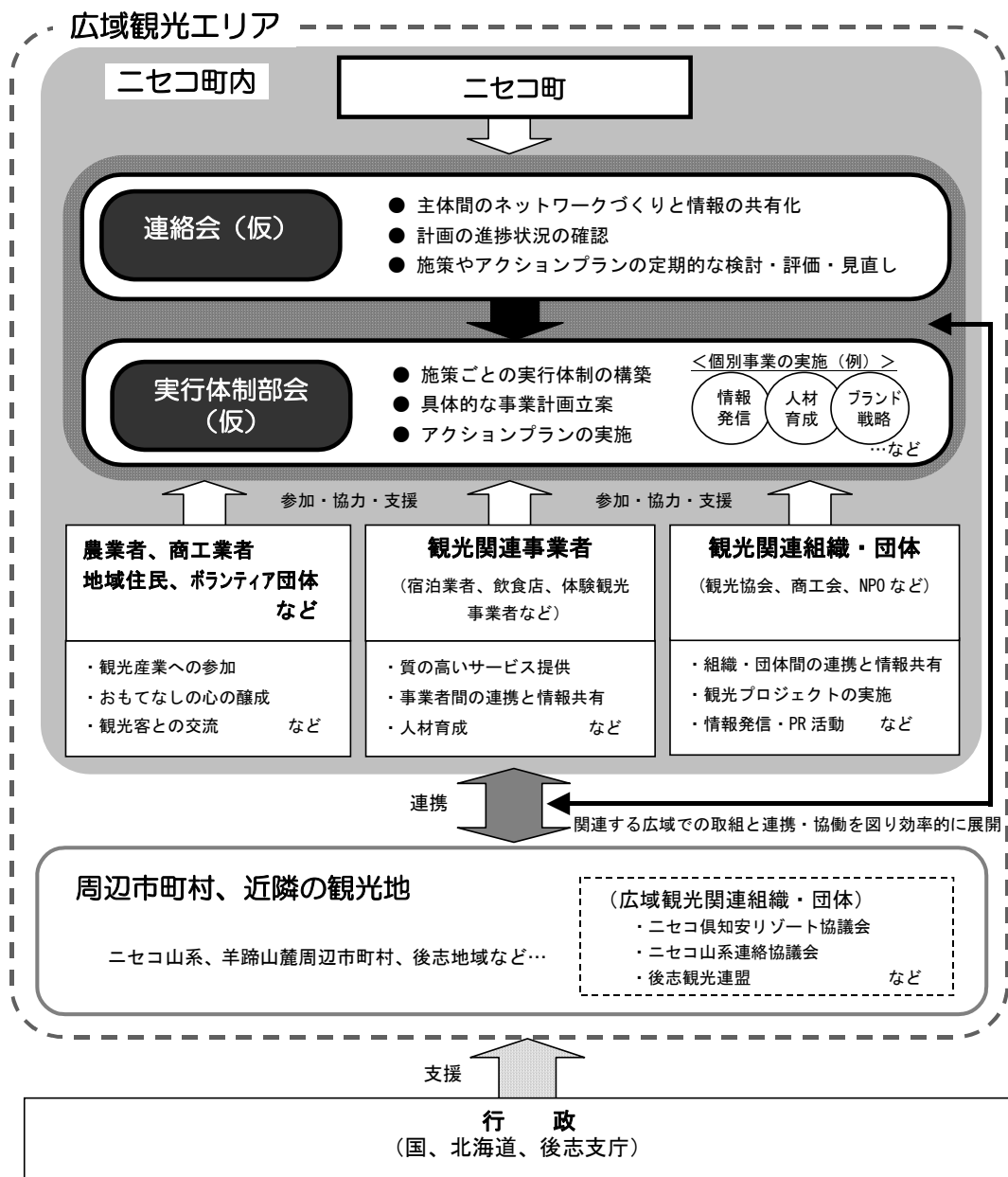
新たに事業参入するためには、地域に関するさまざまな情報が必要になります。しかし、個人や小規模事業者では、これらの情報を収集することは困難であるため、観光協会や商工会など関係団体が協力して、事業者向けの情報を積極的に発信し、新たな事業者の参入を支援します。

第4章 計画の推進体制とスケジュール

4-1. 推進体制

計画の推進にあたっては、観光事業者や観光協会をはじめとする観光関連組織、農業者、商工業者、町民、行政などの幅広い主体が連携し、それぞれの役割に応じて相互に協力し合うことが重要です。そのため、連携を確保するための主体間のネットワークづくりと情報共有を行うとともに、定期的な進捗状況の検証を行う体制（連絡会（仮称））を設置します。また、目標に沿った個別の施策は、実行体制部会（仮称）が核となり事業を推進していきます。

観光振興計画の推進体制



4-2. 施策の推進プログラム

施策ごとの実施時期と取組主体を以下に示します。

※取組主体は「観光事業者」「民間事業者」「町民・団体」「観光関連組織」「行政」に区分しました

◎：特に中心と考えられる主体

●：中心となる主体をサポートしていく主体

Ⅰ. 環境との調和								
項 目	取組主体					実施時期		
	観光事業者	民間事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	前期	中期	後期
①環境保全意識の醸成、保全活動の実施	●	●	◎	◎	◎	○		
②環境や景観に配慮したリゾート地づくり	◎	◎	●	●	◎		○	

Ⅱ. 人材育成・交流								
項 目	取組主体					実施時期		
	観光事業者	民間事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	前期	中期	後期
①観光や地元を学ぶ機会の創出	●	●	●	◎	◎	○		
②さまざまな知恵、技術を持つ人材の育成と活用	●	●	●	◎	◎		○	
③地域の力となる交流の場の創出	◎	◎	◎	●	●			○

Ⅲ. 地域資源の活用								
項 目	取組主体					実施時期		
	観光事業者	民間事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	前期	中期	後期
①観光資源の創出、見直し	●	●		◎	◎	○		
②滞在を促進する観光メニューづくり	◎	●		◎	●			○
③地場産品の地域ブランド化	●	◎			◎			○
④観光事業所における地域内消費額の増加	●	●			◎		○	

Ⅳ. プロモーション活動の強化								
項 目	取組主体					実施時期		
	観光事業者	民間事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	前期	中期	後期
①地域イメージの発信	●	●		◎	◎	○		
②観光情報の収集、発信の強化	●	●		◎	◎		○	
③地域情報の戦略的活用	●	●		◎	◎			○

Ⅴ. 広域観光の推進								
項 目	取組主体					実施時期		
	観光事業者	民間事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	前期	中期	後期
①広域的な視点を持ったリゾート地づくり	●	●		◎	◎		○	

Ⅵ. 受入れ環境の整備								
項 目	取組主体					実施時期		
	観光事業者	民間事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	前期	中期	後期
①誰もが快適に利用できるリゾート地づくり	●	●		●	◎		○	
②公共交通の利便性の向上	◎	●		●	◎			○
③安全に配慮した観光地づくり	●	●			◎	○		
④事業者活動の活性化	◎			◎	●	○		

分析資料編

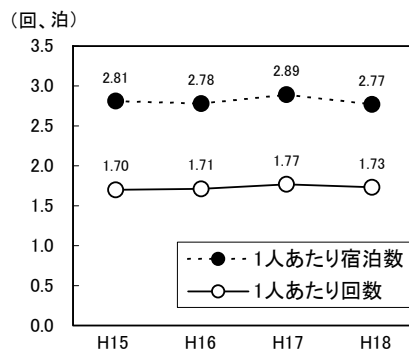
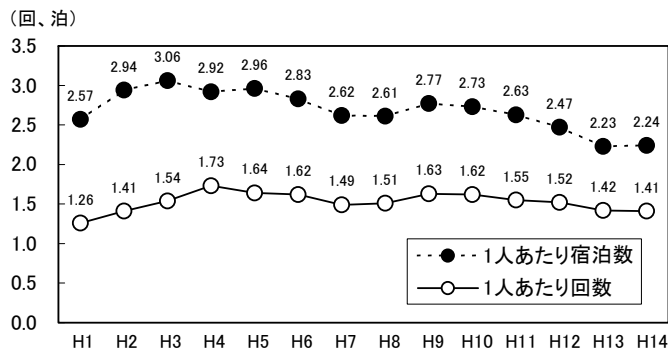
第1章 観光の現状

1-1. 全国的な観光の動向

(1) 宿泊観光旅行の低迷

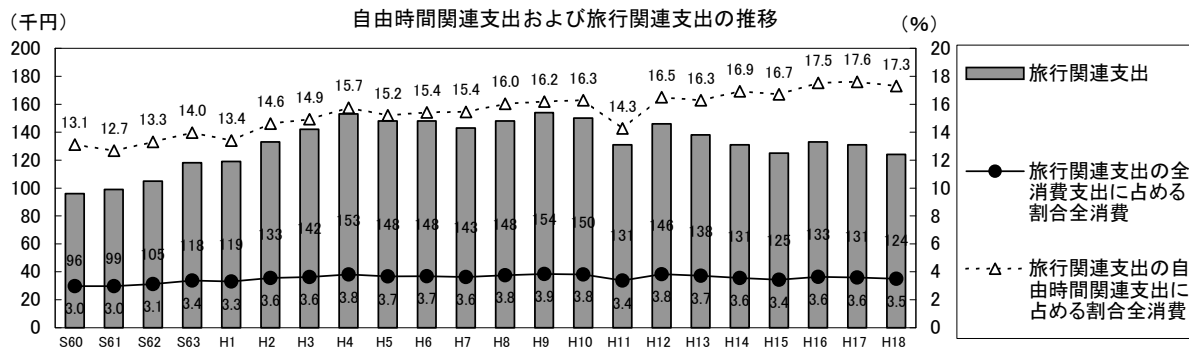
昨今の国民1人当りの宿泊数及び国内宿泊観光旅行回数の推移をみると、緩やかな減少傾向をたどっており、国内旅行者の宿泊観光市場は縮小傾向にあります。

国民1人あたりの国内宿泊観光旅行の回数および宿泊数



*国内宿泊観光旅行については、平成15年度より世界標準的な統計手法であるTSA (Tourism Satellite Account) に基づく統計となっているため、上図での同数値は平成14年までの表記となっています。

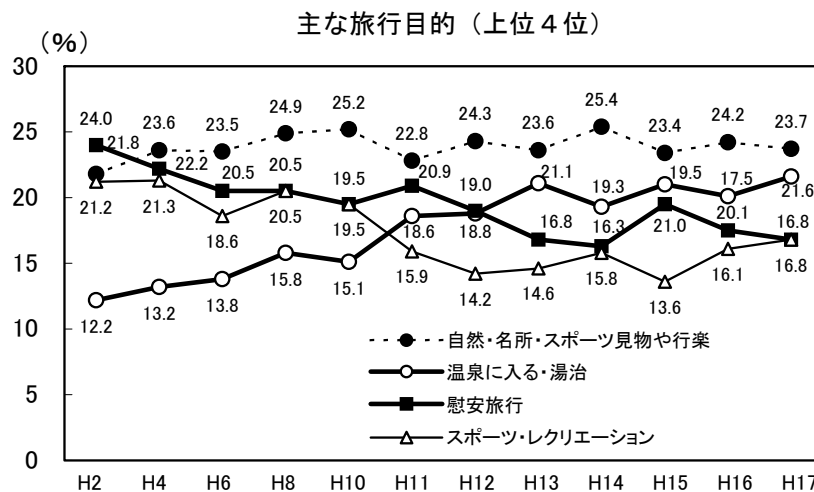
また、総務省が実施した家計調査によると、景気の伸び悩みなども影響し、旅行関連支出は家計消費総額と連動して平成9年以降は低下傾向にあります。一方、自由時間関連消費支出に占める旅行関連支出の割合は概ね横ばいになっており、自由時間の中での旅行の位置づけは消費支出面では変わっていないことがうかがえます。



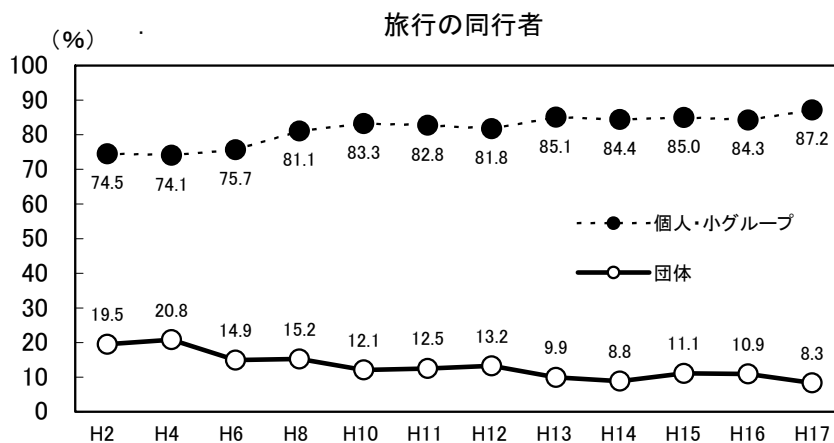
出所：「観光白書」（国土交通省）

(2) 国内旅行者の志向の多様化と個人化

国内旅行者の主な旅行目的は、「自然・名所・スポーツなどの見学や行楽」が最も多く、平成13年度以降は「温泉に入る・湯治」が、従来の主流であった「慰安旅行」を上回っています。



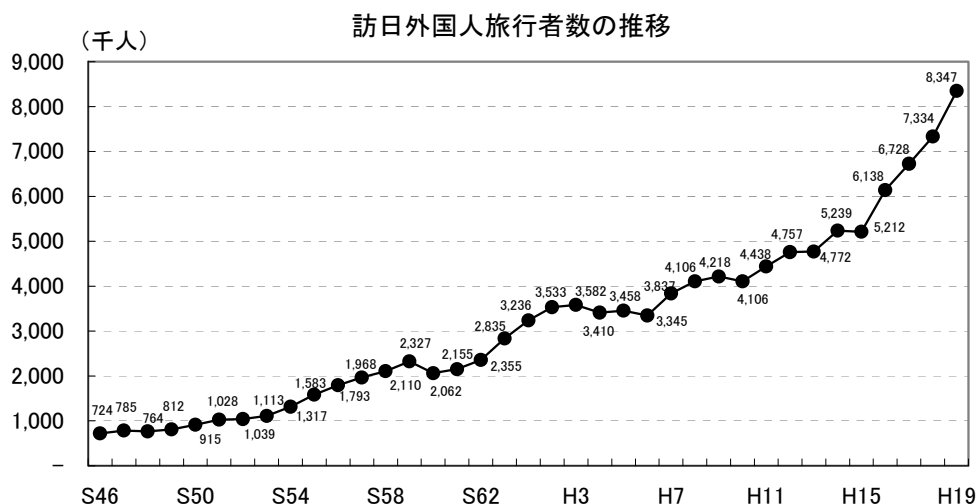
また、旅行の同行者は職場、学校等の「団体」が減少する一方で、家族や自分1人、友人・知人による「個人・小グループ」による旅行が増加しており、国民の志向や旅行形態が多様化していることがうかがえます。



出所：「観光の実態と志向」（（社）日本観光協会）

(3) 訪日外国人旅行者数の推移

訪日外国人旅行者は、ビジットジャパン・キャンペーンの推進などの成果により、平成19年には約835万人（前年比13.8%増）と、過去最高を記録しました。



国籍別にみると、平成19年の訪日外国人旅行者は、韓国が1位を占め、以下、台湾、中国、米国、香港の順となり、これら5カ国の旅行者数だけで、訪日旅行者数の74.1%を占めました。

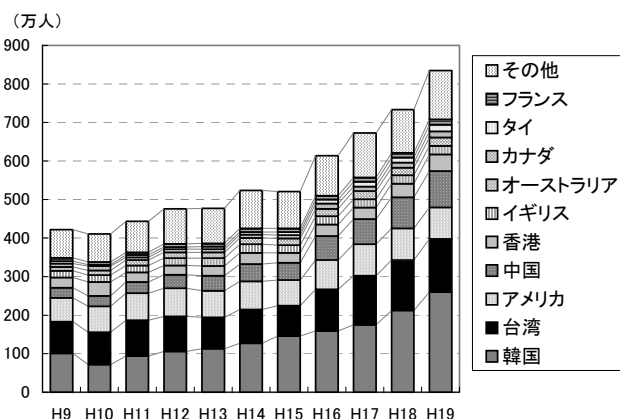
前年と比べると韓国が前年比22.8%増の260万人となり、訪日旅行者数は大幅に増加しています。また、3位の中国も16.1%増の94万人と高い伸びを示したほか、5位の香港が22.6%増の43万人となっています。

今後も訪日外国人旅行者は増加することが予想されており、特に主要市場である東アジア圏の拡大が見込まれています。

平成19年 国籍別訪日外国人旅行者数（上位10カ国）

国籍	平成18年	平成19年	伸率	平成19年 構成比
韓国	2,117,325	2,600,694	22.8%	31.2%
台湾	1,309,121	1,385,255	5.8%	16.6%
中国	811,675	942,439	16.1%	11.3%
米国	816,727	815,882	-0.1%	9.8%
香港	352,265	432,042	22.6%	5.2%
オーストラリア	195,094	222,518	14.1%	2.7%
英国	216,476	221,945	2.5%	2.7%
タイ	125,704	167,481	33.2%	2.0%
カナダ	157,438	165,993	5.4%	2.0%
シンガポール	115,870	151,860	31.1%	1.8%
総数	7,334,077	8,346,969	13.8%	100%

訪日外国人旅行者数の推移

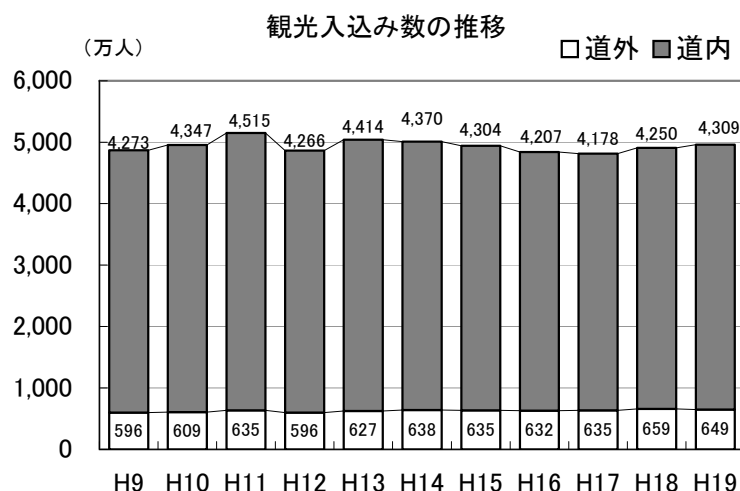


1-2. 北海道観光の動向

(1) 観光客入込数の伸び悩み

ここ10年間の推移をみると、北海道の観光客入込み数は5,000万人を前後する水準で推移しており、長期的にみるとやや伸び悩んでいます。

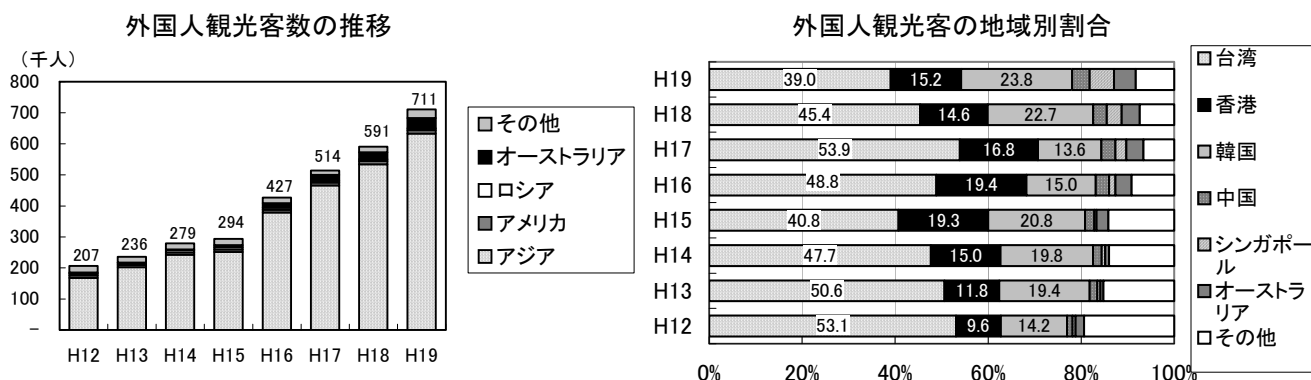
観光客の内訳は、道内客が全体の9割近くを占め、道外客が全体に占める割合は低くなっています。しかし、昨今の外国人観光客の増加などにより観光客入込数は、ここ数年回復傾向にあります。



(2) 外国人観光客の増加

国内観光客数が伸び悩む中、来道している外国人観光客は着実に増加しています。平成15年に29万4,000人（実人数）であった外国人観光客数は、平成19年には約2.4倍の71万1,000人にまで増加しています。特にここ数年はオーストラリア人観光客数の増加が目立ち、平成12年には約4,000人であったものが、平成18年には7.5倍の約3万人にまで急増しています。

また、地域別で見ると東アジア地域からの人観光客が全体の8～9割を占め、平成19年は、その中でも台湾（39.0%）、韓国（23.8%）、香港（15.2%）が上位を占めています。



第2章 ニセコ町の観光を取り巻く現状と課題

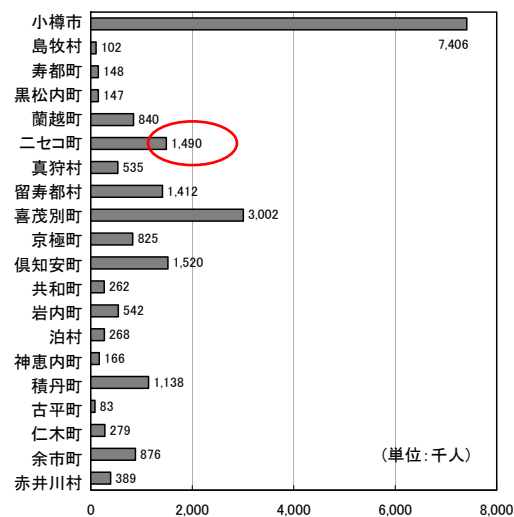
2-1. ニセコ町及び周辺観光の現況

(1) 観光客の動向

①観光客の入り込み状況

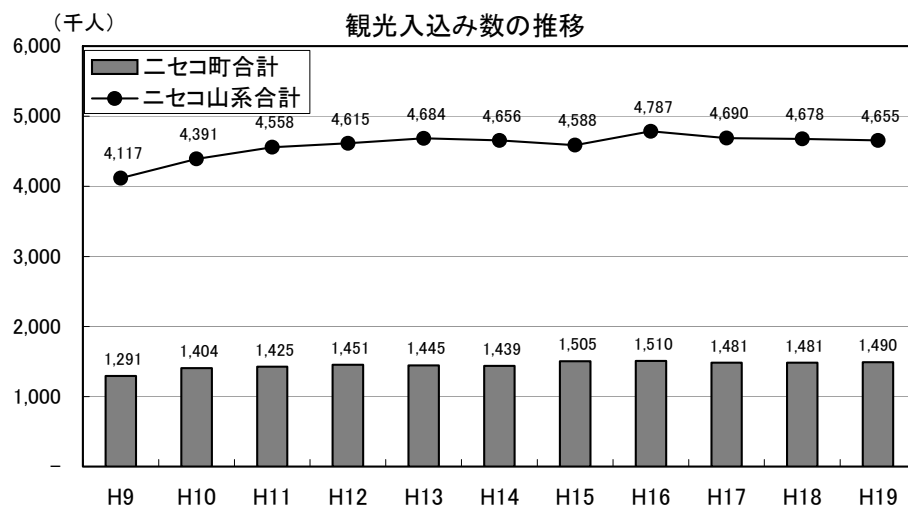
平成19年の後志支庁管内の市町村別に観光入込客数の内訳をみると、小樽市が約740万人と最も多く、ニセコ町は約149万人と、喜茂別町（約300万人）、倶知安町（約152万人）に次いで、管内4番目の入込数となっています。

平成19年度 後志支庁管内市町村別観光入込客数

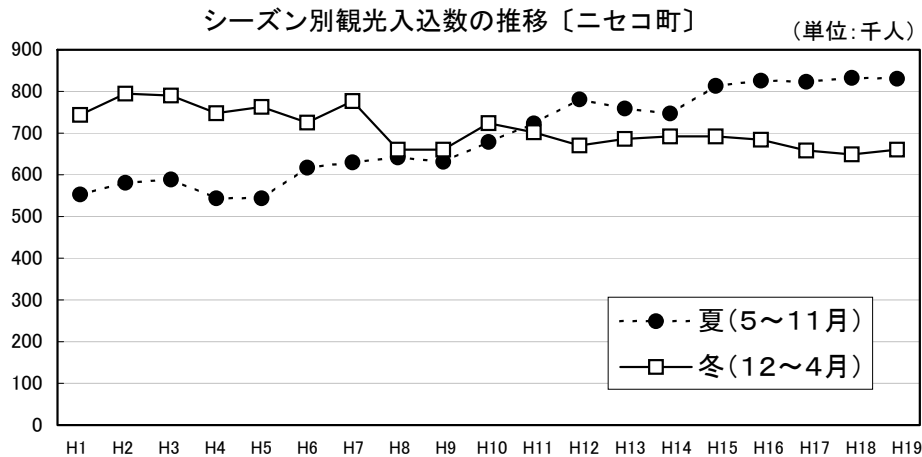


ニセコ町における観光客入込数の推移をみると、ここ10年程度はほぼ横ばいとなっています。また、ニセコ山系(※)の合計をみても、同じ傾向となっています。

※)ニセコ山系：ニセコ、蘭越、倶知安、岩内、共和の5町

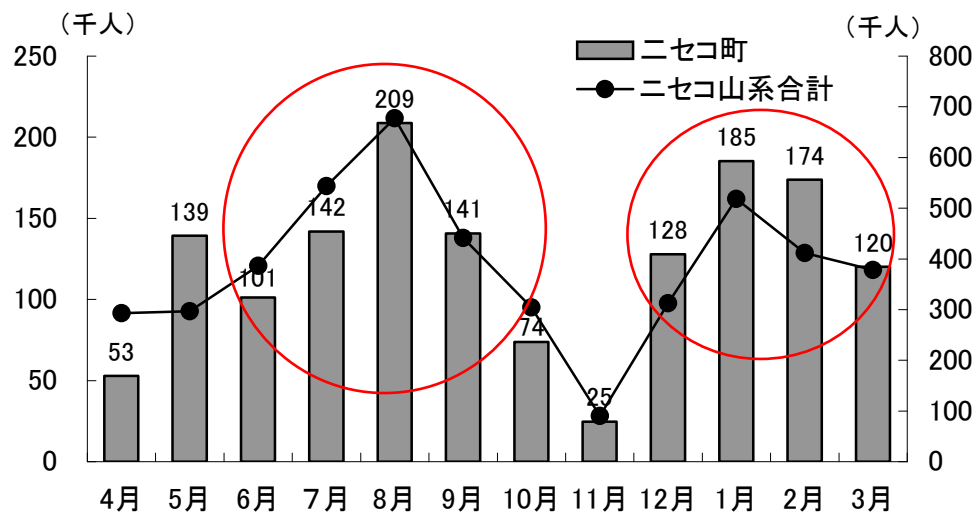


季節別による観光客入込数をみると、以前はスキー観光が主体であったため冬季（12～4月）が夏季（5～11月）を上回っていました。しかし、平成11年以降はラフティングなどのアウトドアアクティビティや豊富な体験メニューが注目されるようになり、夏季が冬季を上回るようになりました。



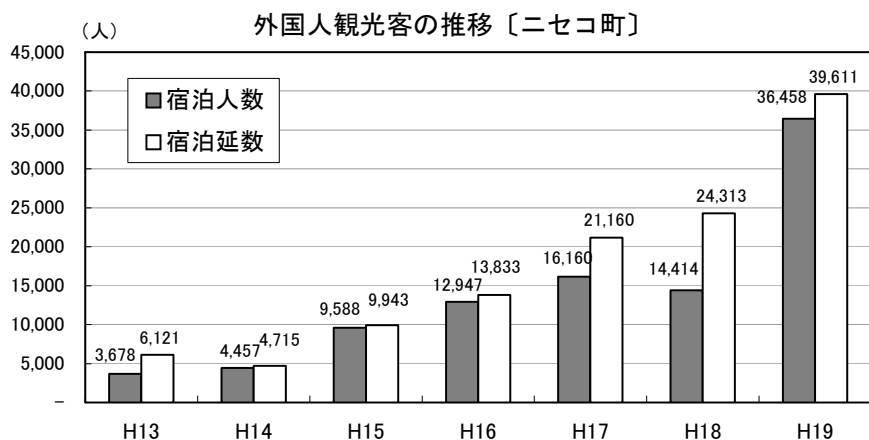
また、ニセコ町における月別観光客入込数は、アウトドアなどを楽しめる8月とスキーシーズンである1～2月にピークを持つ二峰型になっています。なお、ニセコ山系全体も同様の傾向になっています。

平成19年 月別・観光入込み状況



出所：「北海道観光入込客数調査報告書」（北海道）

平成19年のニセコ町における外国人観光客数は3万6,458人と、6年前の平成13年と比べて約10倍にまで増加しています。

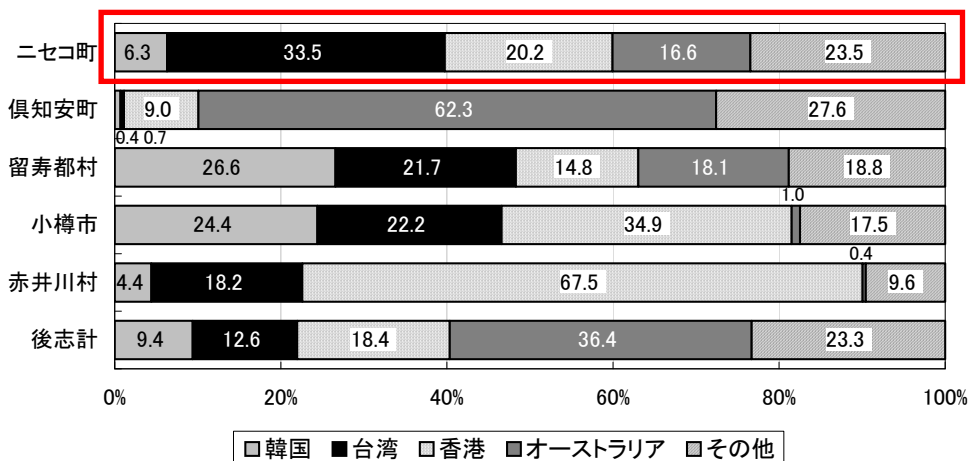


後志管内の市町村別に宿泊延数を比較すると、上位5市町村で管内宿泊延数の99.7%を占めています。1位は倶知安町で14万3,557人となっており、ニセコ町は3万9,611人（4位）で、対前年比は162.9%と5市町村の中でも最も高い伸び率を示しています。

また、ニセコ町に訪している外国人観光客を国別でみると、台湾が33.5%と多く、次いで香港（20.2%）、オーストラリア（16.6%）となっています。

後志管内における宿泊延数上位5市町村と来訪国の構成割合（平成19年）

	宿泊延数	対前年比	構成比
1位 倶知安町	143,557	156.9	49.8%
2位 留寿都村	45,363	142.3	15.7%
3位 小樽市	44,526	103.3	15.5%
4位 ニセコ町	39,611	162.9	13.7%
5位 赤井川村	14,473	97.2	5.0%
後志管内計	288,156	139.7	100.0%



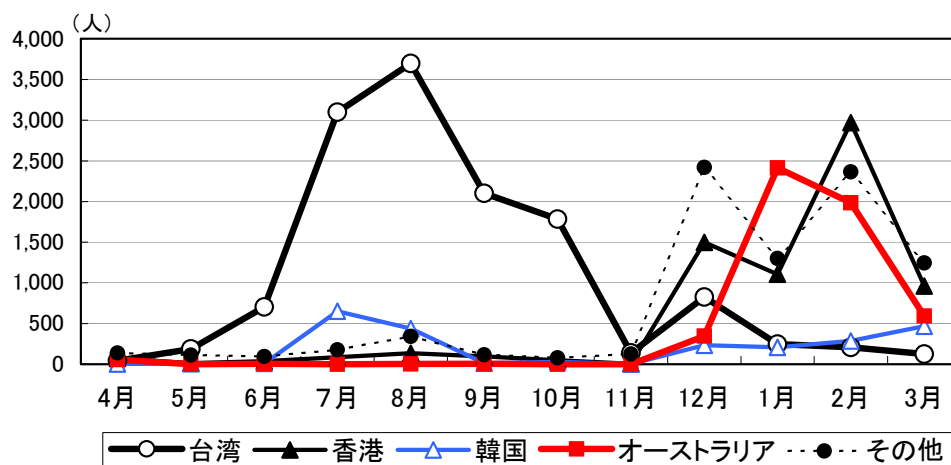
外国人観光客宿泊延数を季節別にみると冬季の人气が高く、ニセコ町での冬季宿泊延数の割合は62.7%となっています。この傾向は後志管内の市町村で共通となっており、特に倶知安町は冬季宿泊延数の割合が98.1%と高くなっています。

季節別外国人宿泊延数の状況（後志管内における宿泊延数上位5市町村）

		春 (4～5月)	夏 (6～9月)	秋 (10～11月)	冬 (12～3月)
倶知安町	宿泊延数	1,151	818	819	140,769
	構成比	0.8%	0.6%	0.6%	98.1%
留寿都村	宿泊延数	698	13,718	2,503	28,444
	構成比	1.5%	30.2%	5.5%	62.7%
小樽市	宿泊延数	5,811	14,905	5,661	18,149
	構成比	13.1%	33.5%	12.7%	40.8%
ニセコ町	宿泊延数	640	11,896	2,222	24,853
	構成比	1.6%	30.0%	5.6%	62.7%
赤井川村	宿泊延数	1,246	4,581	1,172	7,474
	構成比	8.6%	31.7%	8.1%	51.6%
後志支庁計	宿泊延数	9,565	46,349	12,439	219,803
	構成比	3.3%	16.1%	4.3%	76.3%

次に、ニセコ町への来訪者数が多い上位4国（台湾、香港、韓国、オーストラリア）の宿泊人数を月別・国別にみると、台湾や韓国からの宿泊客は7、8月をピークとする夏季に多く、冬季は夏季に比べ約5～8割と少なくなっています。一方、香港やオーストラリアからの宿泊客数は冬季に多く、12～2月ごろがピークになっています。

ニセコ町における月別・国別の外国人宿泊人数（平成19年）



出所：「北海道観光入込客数調査報告書」（北海道）

（２）ニセコを訪れる観光客の傾向

ニセコ・羊蹄観光マーケティング調査（平成１６年度 北海道経済産業局）により実施したアンケート調査（詳細は「その他資料編」資料３を参照）によると、ニセコエリアに訪れた観光客の傾向は次のように整理することができます。

①観光客の居住地

ニセコを訪れる観光客を居住地別で分けると、夏季は道内客が６割、道外客が４割となっており、冬季には道内客が７割、道外客が３割と道内客の割合が高くなっています。また、その内訳をみると、道内客の５割弱は札幌から、道外客の５割強は関東地方から訪れています。

②夏季の顧客層

夏季に訪れる道内客は日帰り・宿泊ともに５０～６０歳代の熟年層、夫婦旅行が多くなっています。特に日帰り客は熟年層の割合が６割近くと高く、宿泊客では４０代前後の夫婦やファミリー層が訪れています。また、道外客は一般的に子ども連れが多いとされる３０～４０歳代の割合が高く、家族旅行や夫婦旅行など多くなっています。

③冬季の顧客層

冬季に訪れる道内客は日帰り・宿泊ともに夫婦旅行が２～３割と最も多く、続いて友人や知人、小さな子ども連れなどが多くなっています。日帰り客は夏季と同様に熟年層が最も多くなっていますが、宿泊客では２０～３０歳代の若者が多くなっています。また、道外客も２０～３０歳代の若者が多く、友人や知人、夫婦旅行などで訪れています。

③道内客はリピーターが多く、道外客は「初めて」が多い

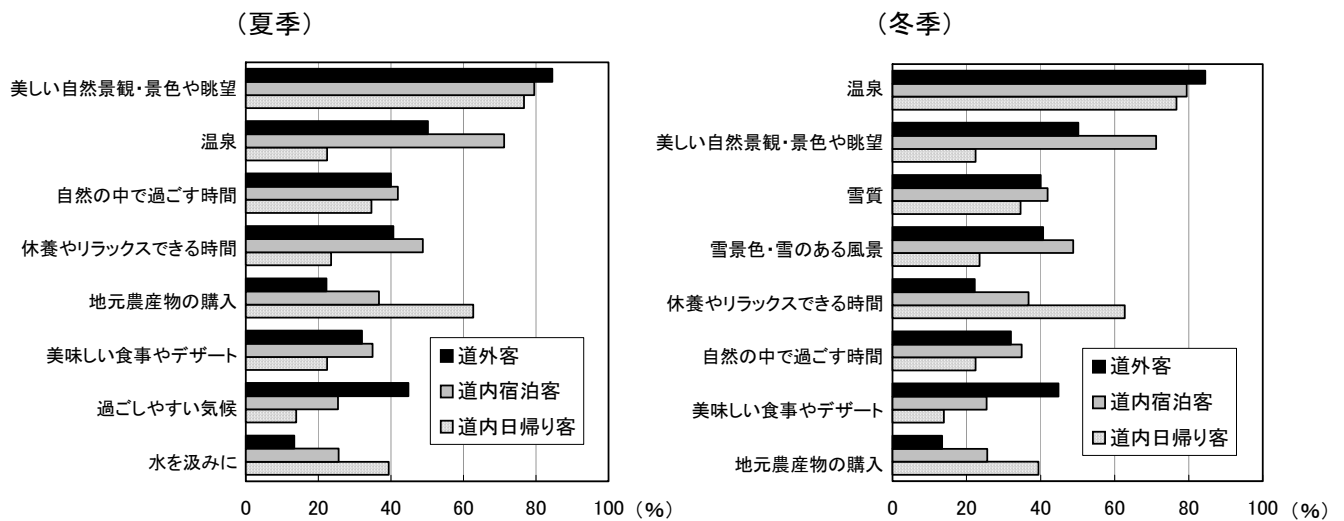
夏季・冬季ともに道内日帰り客はほぼ全員がリピーターになっています。また、道内宿泊客も６～７割がリピーターとなっています。一方、道外客は、初めての来訪が４～５割となっています。

（３）ニセコに対する観光地イメージ

観光客が抱くニセコに対する期待は「美しい自然景観・景色や眺望」、「温泉」、「自然の中で過ごす時間」、「休養やリラックスできる時間」といったもので、「ゆったり」、「癒し」、「リラックス」といったキーワードがあてはまります。

また、冬季は「温泉」や「雪質」などへの期待が高くなっています。

観光客来訪時の期待



出所：「ニセコ・羊蹄観光マーケティング調査」（平成 16 年度 北海道経済産業局）

一方、北海道内におけるニセコのイメージは、次のようになっており、自然、食、温泉、その土地ならではの活動・楽しみ、宿泊施設などに対しては評価を受けていますが、全体的に他の観光地と比べてイメージやインパクトが弱いという結果になっています。

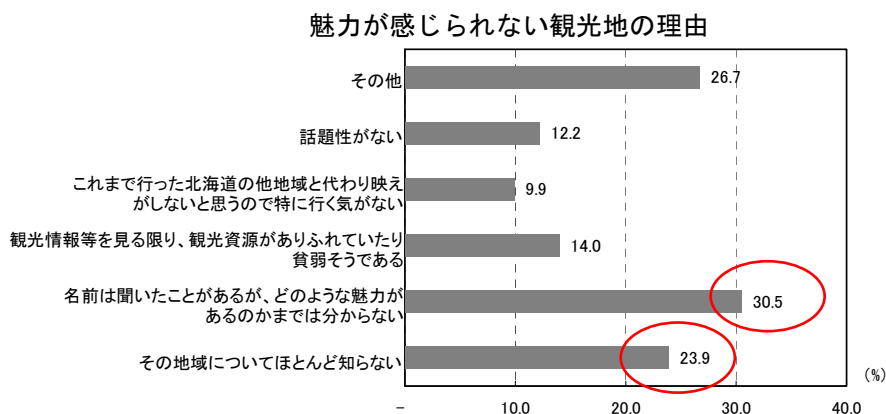
北海道内における観光地のイメージ

調査年次	観光地名	自然・風景が素晴らしい	歴史・文化が素晴らしい	他にない見どころがある	バラエティに富んでいる	街並みが素晴らしい	伝等芸能・特産品	いい温泉がある	おいしい食べ物がある	その地ならではの活動や楽しみがある	いろいろな活動や楽しみがある	いい宿泊施設がある	気候がよく居心地が良い	地域のひととのふれあいが	にぎやかで楽しい	独自の雰囲気がある	清潔さや美しさが保たれている
1999	網走	■		□					□							□	
1999	利尻・礼文	●		□					■							□	
2001	知床	●		□					□							□	
2002	羅臼	○							□								
2000	阿寒湖	●		□				□	□								□
1999	釧路	○		□					■								
2002	ニセコ	○						□	□	□		□					
1998	富良野	●		□					□							□	□
2000	美瑛	●		□					□								□
2002	層雲峡	●						□									
1998	札幌	□	□		□	□			○						□	□	
2002	定山溪温泉	■							□			□					
1998	小樽	■	□	□		□			■							□	
1998	登別	■						○	□			□					
2000	洞爺湖	●						■	□								
1999	函館	■	□	□	□	■		□	○							□	

●：選択率 70%以上 ○：選択率 50%以上 ■選択率 30%以上 □選択率：10%以上

出所：「旅行者動向調査」（(財) 日本交通社）

また、「北海道地域におけるマーケティングを重視した観光振興方策に関する調査」(北海道)で行ったアンケート調査結果によると、道内において「今まで訪れたことがないが、わざわざ訪れるほどの魅力は感じられない観光地」として回答が多かったのは、旭川 20.6%、網走・紋別 16.3%に次いでニセコ 12.5% (以下、帯広・十勝 10.3%…)、となっています。その理由は、「名前は聞いたことがあるが、どのような魅力があるのかまでは分からない」30.5%、「その地域についてほとんど知らない」23.9%と、観光地としての情報発信不足がこの評価の大きな要因になっていると考えられます。



出所:「北海道地域におけるマーケティングを重視した観光振興方策に関する調査」(北海道)

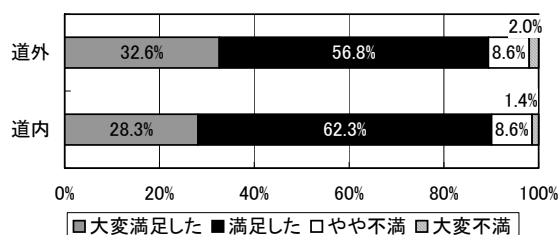
(4) 来訪者の満足度

「ニセコ・羊蹄地域振興計画策定調査」(平成17年 財団法人北海道地域総合振興機構)によると、ニセコを訪れた観光客の「宿泊」「食事」「買物」についての満足度は、各項目ともに「やや不満」と「大変不満」の合計が1割を超えており、満足度が高いとは言えない結果となっています。

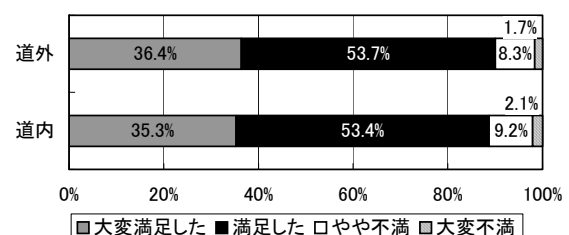
- 宿泊 (やや不満+大変不満= 10.1%【夏季】、10.7%【冬季】)
- 食事 (やや不満+大変不満= 11.5%【夏季】、17.7%【冬季】)
- 買物 (やや不満+大変不満= 13.1%【夏季】、27.7%【冬季】)

●宿泊に対する満足度

〔夏季〕 N=1,034

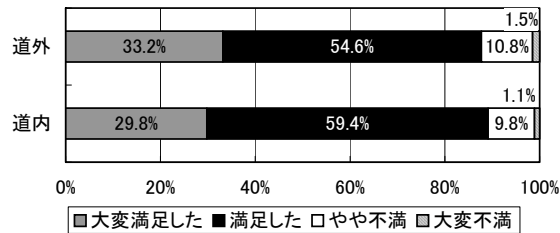


〔冬季〕 N=852

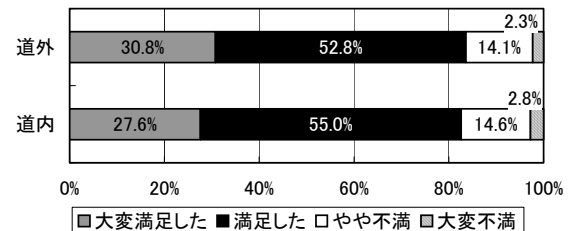


●食事に対する満足度

〔夏季〕 N=1,347

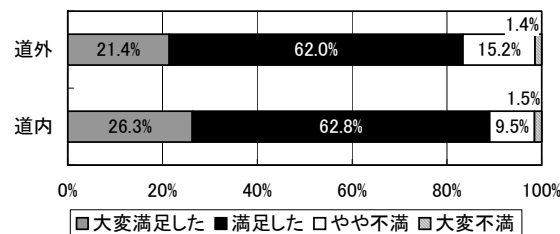


〔冬季〕 N=1,082

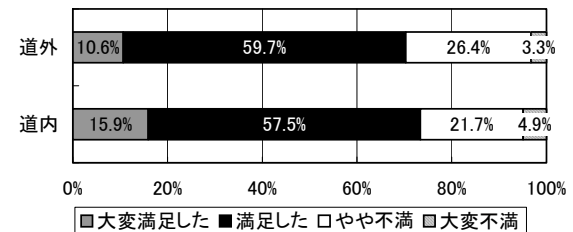


●買物に対する満足度

〔夏季〕 N = 1,312



[冬季] N=871



出所：「ニセコ・羊蹄地域振興計画策定調査」（平成17年 財団法人北海道地域総合振興機構）

(5) 観光客の周遊状況

ニセコは、札幌や小樽、洞爺・登別・支笏湖といった道央圏の観光ルートの中継地となっているほか、道内各地へ周遊する場合にも立ち寄られています。

北海道旅行の主流は、依然として複数の観光地を駆け足でまわる周遊型になっています。特に夏季は、夕方にホテルや旅館に到着し、翌日の朝には次の観光地へと移動するといった通過型が多くなっており、ニセコでの滞在時間をゆっくりと楽しむことができない旅程になっています。



ニセコエリアに訪れた観光客のその他の訪問地

出所：「北海道観光産業経済効果調査」
(平成 12 年 北海道観光産業経済効果調査委員会)

(1) 観光資源の概要

ニセコアンヌプリ山麓には、スキー場やホテル、ペンションなどの宿泊施設、多様な泉質の温泉などが分布し、東山地区、アンヌプリ地区、モイワ・昆布温泉地区とリゾートエリアを形成しています。そして夏期には登山、カヌー、ラフティングなどの体験型アウトドアスポーツ、冬期には世界に誇る雪質と大規模なスキー場施設などでウインタースポーツが楽しめます。また近年は、飲食店や土産販売店などが増加しています。

エリア別の観光資源の概要



(2) 主な観光資源及び施設の立地状況

分類	一般名称	説明文
景観	羊蹄山（えぞ富士）	典型的なコニーデ式火山。山頂(1,898m)からは日本海、太平洋が望める。支笏洞爺国立公園に属しており、日本百名山の1つに選ばれている
	ニセコ連山	ニセコアンヌプリ（1,309m）を主峰に、イワオヌプリ、ワイスホル、チセヌプリ、岩内岳、目国内岳、雷電山、他の山々で構成されており、山麓や中腹には、湖沼や高層湿原が点在する
	昆布岳	ニセコ町の南側に位置し、特徴的な形の山頂を持つ山。山頂(1,045m)からは、町内はもとより内浦湾や道南地方の山々を見渡すことができる
	尻別川	支笏湖との分水界をなすフレ岳（伊達市・標高 1,048m）を源とし、伊達市、喜茂別町、京極町、倶知安町、ニセコ町、蘭越町を流れ日本海に注ぐ長さ 126km、流域面積約 1,640 平方 km に及ぶ一級河川。清流日本一（環境省）の川でもある
	田園風景	町内広範に広がる農地は、四季折々の自然や山々の遠景と重なり、美しい田園風景を織りなす
	ふるさと眺望点	ニセコ町景観条例により、ニセコ町内の優れた景観を眺望できる場所を「ふるさと眺望点」として指定。現在は 2 ヶ所を指定。 ○ニセコ町字曾我 ・景観要素：2 本のさくらんぼの木、羊蹄山、畑 ○ニセコ町字豊里 ・景観要素：ダチョウ牧場、ニセコアンヌプリ、羊蹄山
	羊蹄山 ビューポイント	国道沿いに羊蹄山が美しく見える場所に駐車場を整備（字黒川、字宮田）
動・植物	高山植物帯	羊蹄山の頂上付近にある高山植物帯。周囲 2 km の火口付近は花畑になっている。山麓にはカラマツやトドマツなどの雑木林、七合目からはハイマツ帯になっている
	景観作物	ひまわり、キカラシなど
	動物	アカゲラ、アオサギ、クマタカ、エゾリス、キタキツネ、エゾサンショウウオなど
	その他	じゃがいもの花、麦などの作物
公園・キャンプ場	有島記念公園	有島記念館に隣接し、花や羊蹄山の撮影ポイントになっている
	ニセコアンヌプリ 森林公園	木立の中に散策路が整備されており、森林浴やバードウォッチングを楽しむことができる
	曾我森林公園	市街地に隣接し、花木の広場や多目的広場が整備されている。記念碑の丘からは羊蹄山が一望できる
	ニセコ野営場	豊かな自然環境の中にあるキャンプ場。ニセコアンヌプリの登山基地としても親しまれている

分類	一般名称	説明文
文化施設	有島記念館	有島武郎生誕 100 年を記念して建設。館内では写真、書簡、書、絵画、初版本など貴重な資料を展示。有島タワーからは羊蹄山、ニセコ連山を一望できる
	有島灌漑用水	有島共生農団が作った有島灌漑用水は、歴史的価値のある施設。現在も用水として利用されている
	駅前倉庫群	羊蹄山麓地域の農産物の集積地として栄えたニセコ駅の往年の姿を伝える石造りの倉庫群
	転車台	初代 SL ニセコ号（C62-3）が方向転換するために設置された転車台。現在は本線から切り離されている
	ニセコ山頂観測所跡	先の大戦で軍用機の翼に着く氷を研究するため、ニセコアンヌプリ山頂に試験場が設置された。そのとき設置されたゼロ戦を固定する台座や電源ケーブルが今も残る
イベント	ニセコマラソンフェスティバル	陸上競技場をメイン会場に開催しているマラソン大会。ハーフ・10km・3.5km の 3 コースがある
	「七夕の夕べ」花火大会	子供たちに夏の思い出を残すため商工会青年部が始めたイベント。近くから見る事ができる花火は圧巻
	食べ菜！遊び菜！ニセコ収穫祭♪	農産品の産地である利点を生かし、おいしい食材をおいしい料理に変えて提供するイベント
	ニセコフェスティバル	ニセコのさまざまな魅力をメニュー化し、誰でも気軽にニセコを満喫できるイベント
スポーツ施設	ゴルフ場	2 ヲ所（ニセコ東山ゴルフ場、ニセコゴルフコース）
	パークゴルフ場	4 ヲ所（運動公園、ニセコアンヌプリ森林公園、ニセコパークゴルフ場、ニセコビレッジ）
	陸上競技場	面積 8,997 m ² 。日本陸連 4 種公認 1 周 300m の 8 コース
	総合体育館	面積 2,556 m ² 。アリーナ、格技室、研修室、トレーニング室、放送室、更衣室（シャワー付）
	スキー場	3 ヲ所（ニセコビレッジスキーリゾート、ニセコアンヌプリ国際スキー場、モイワスキーリゾート）
温泉	ニセコ五色温泉郷	泉質：含硫黄－マグネシウム・ナトリウム－硫酸塩・塩化物泉（五色温泉、ニセコ山の家）
	ニセコ東山温泉	泉質：ナトリウム－炭酸水素塩・硫酸塩泉（ヒルトンニセコビレッジ、グリーンリーフホテル）
	ニセコ昆布温泉郷	泉質：ナトリウム－塩化物・炭酸水素塩泉、鉄鉱泉、含硫黄－ナトリウム・カルシウム－塩化物・炭酸水素塩・硫酸塩泉（甘露の森、ニセコグランドホテル、ありしニセコ）
	アンヌプリ温泉郷	泉質：ナトリウム－炭酸水素塩泉・硫酸塩・塩化物泉（いこいの村、ニセコノーザンリゾートアンヌプリ、湯心亭）
	ニセコ駅前温泉	泉質：ナトリウム－塩化物・炭酸水素塩泉（綺羅乃湯）
地場産品	農産物	じゃがいも、米、カボチャ、メロン、アスパラ、トマトなど
	乳製品	チーズ、のむヨーグルト、アイスクリーム、プリンなど
	その他	ビール、日本酒、山菜など
アクティビティ	アウトドア	スキーガイド、ゴルフ、トレッキング、ラフティング、カヌー、スカイスports、乗馬、釣り、収穫体験など （主な事業所）14 ヲ所 ※宿泊事業者を除く
	インドア	食品づくり、ガラス細工、陶芸、各種クラフト （主な事業所）6 ヲ所 ※アウトドア事業者、飲食店、宿泊事業者を除く

分類	一般名称	説明文																														
宿泊施設	大型ホテルや旅館、ペンション、ロッジなど多彩な施設がある																															
	○ニセコ町の宿泊施設数																															
	<table><tr><th>地 区</th><th>軒 数</th><th>収容人数</th></tr><tr><td>昆 布 温 泉</td><td>4</td><td>441</td></tr><tr><td>モ イ ワ</td><td>8</td><td>1,054</td></tr><tr><td>アンヌプリ</td><td>23</td><td>1,006</td></tr><tr><td>東 山</td><td>22</td><td>1,529</td></tr><tr><td>ニセコ五色温泉</td><td>2</td><td>145</td></tr><tr><td>市 街 地</td><td>1</td><td>30</td></tr><tr><td>近 藤</td><td>1</td><td>10</td></tr><tr><td>里見・富川・西富</td><td>4</td><td>42</td></tr><tr><td>総 数</td><td>65</td><td>4,257</td></tr></table>	地 区	軒 数	収容人数	昆 布 温 泉	4	441	モ イ ワ	8	1,054	アンヌプリ	23	1,006	東 山	22	1,529	ニセコ五色温泉	2	145	市 街 地	1	30	近 藤	1	10	里見・富川・西富	4	42	総 数	65	4,257	
	地 区	軒 数	収容人数																													
	昆 布 温 泉	4	441																													
	モ イ ワ	8	1,054																													
	アンヌプリ	23	1,006																													
	東 山	22	1,529																													
	ニセコ五色温泉	2	145																													
	市 街 地	1	30																													
近 藤	1	10																														
里見・富川・西富	4	42																														
総 数	65	4,257																														
出所：「数字でみる NISEKO」（2008 年 3 月版）																																
飲食店	スキー場周辺のほか、市街地などに飲食店が集まっている																															
	○ニセコ町の飲食店数																															
	<table><tr><th>地 区</th><th>軒 数</th></tr><tr><td>市 街 地</td><td>16</td></tr><tr><td>アンヌプリ</td><td>8</td></tr><tr><td>五色・昆布・モイワ</td><td>0</td></tr><tr><td>曾我・東山</td><td>18</td></tr><tr><td>近 藤</td><td>1</td></tr><tr><td>里 見</td><td>2</td></tr><tr><td>富 川</td><td>1</td></tr><tr><td>元 町</td><td>7</td></tr><tr><td>総 数</td><td>53</td></tr></table>	地 区	軒 数	市 街 地	16	アンヌプリ	8	五色・昆布・モイワ	0	曾我・東山	18	近 藤	1	里 見	2	富 川	1	元 町	7	総 数	53											
	地 区	軒 数																														
	市 街 地	16																														
	アンヌプリ	8																														
	五色・昆布・モイワ	0																														
	曾我・東山	18																														
	近 藤	1																														
	里 見	2																														
富 川	1																															
元 町	7																															
総 数	53																															
出所：株式会社ニセコリゾート観光協会 HP																																
ギャラリー	ガラス、メタルクラフト、写真など （主な事業所）7カ所																															
土産店	ガラス工芸、クラフト等など （主な事業所）3カ所																															
直売所	ニセコビュープラザ直売会、ニセコ野菜耕房`S、里見直売所																															
その他施設	綺羅街道	ニセコ町のメインストリートとして、羊蹄山やニセコ山系の大自然と調和したゆとりある市街景観を形成。電柱が地中化された街路は花で飾られ、道行く人の目を楽しませる																														
	道の駅「ニセコビュープラザ」	ニセコ町のランドマークとして、国道5号沿いに整備された施設。地域の観光インフォメーション機能を担うほか、併設された農産物直売所では新鮮な農産品を提供する																														

(4) 広域観光資源

ニセコ町を中心とした羊蹄山麓地域やそれを含む後志支庁管内は、多くの優れた観光資源に恵まれています。蝦夷富士と称される羊蹄山やニセコ連峰などの山々、神秘的な美しさを持つ神威岬などは「支笏洞爺国立公園」と「ニセコ積丹小樽海岸国定公園」に指定されるなど、貴重な自然環境が身近にある場所です。また、多様な泉質を誇る温泉はニセコ町、倶知安町、蘭越町に多くが集積しています。さらに、ニセコ近隣にはルスツリゾート（留寿都村）やキロロスノーワールド（赤井川村）といった大型スキー施設があり、国内有数のリゾートエリアを形成しています。この他にも小樽運河のような歴史的建造が立ち並ぶ小樽市や、有島記念館のように地域に由来のある文化施設が各市町村に点在しています。

周辺地域における観光資源の立地状況

■自然資源



■温泉



■レジャー施設



■観光・文化施設



2-3. 立地環境・交通アクセス

(1) ニセコ町へのアクセス

ニセコ町は、道央の西部、後志支庁管内のほぼ中央に位置し、道内最大都市である札幌市からは車で約2時間、道内有数の観光地である小樽市から約1時間半、空の玄関口である新千歳空港から約2時間の距離にあります。

公共交通によるアクセスは、鉄道、バスが主な手段となっています。しかしながら、夏季の便数が少ないことなどが問題となっています。



出所：ニセコ町リゾート観光協会 HP

[交通アクセス]

■自家用車・レンタカー

札幌市	国道 230 (中山峠を經由) → 道道 97 → 道道 66	約 120 分
小樽市	国道 5 (稲穂峠を經由)	約 90 分
千歳市	道道 16 → 国道 276 (美笛峠を經由) → 道道 97 → 道道 66	約 120 分
苫小牧市	国道 276 (美笛峠を經由) → 道道 97 → 道道 66	約 110 分
室蘭市	道 37 → 国道 453 → 道道 2 → 国道 230 → 道道 66	約 100 分



■鉄道

札幌・小樽方面	千歳→札幌→小樽	約 90 分
	小樽→ニセコ 通年 1～2 時間に 1 本程度運行	約 120 分
	【冬季間のみ】特急列車が運行 (札幌⇄ニセコ) ・ 1 日 2 往復。約 120 分	
長万部方面	長万部→ニセコ 通年 1～2 時間に 1 本程度運行	約 90 分



■バス

小樽・札幌方面	札幌→小樽→ニセコ 通年 1 日 8 往復	約 170 分
札幌方面	【冬季間のみ】札幌→定山渓→留寿都 →倶知安→ニセコ 1 時間に数本	約 240 分
千歳方面	千歳⇄ニセコ 7・8 月のみ 1 日 2 往復 冬季 1 時間に数本 (各社で運行)	約 200 分



出所：ニセコ町、中央バス、道南バス HP

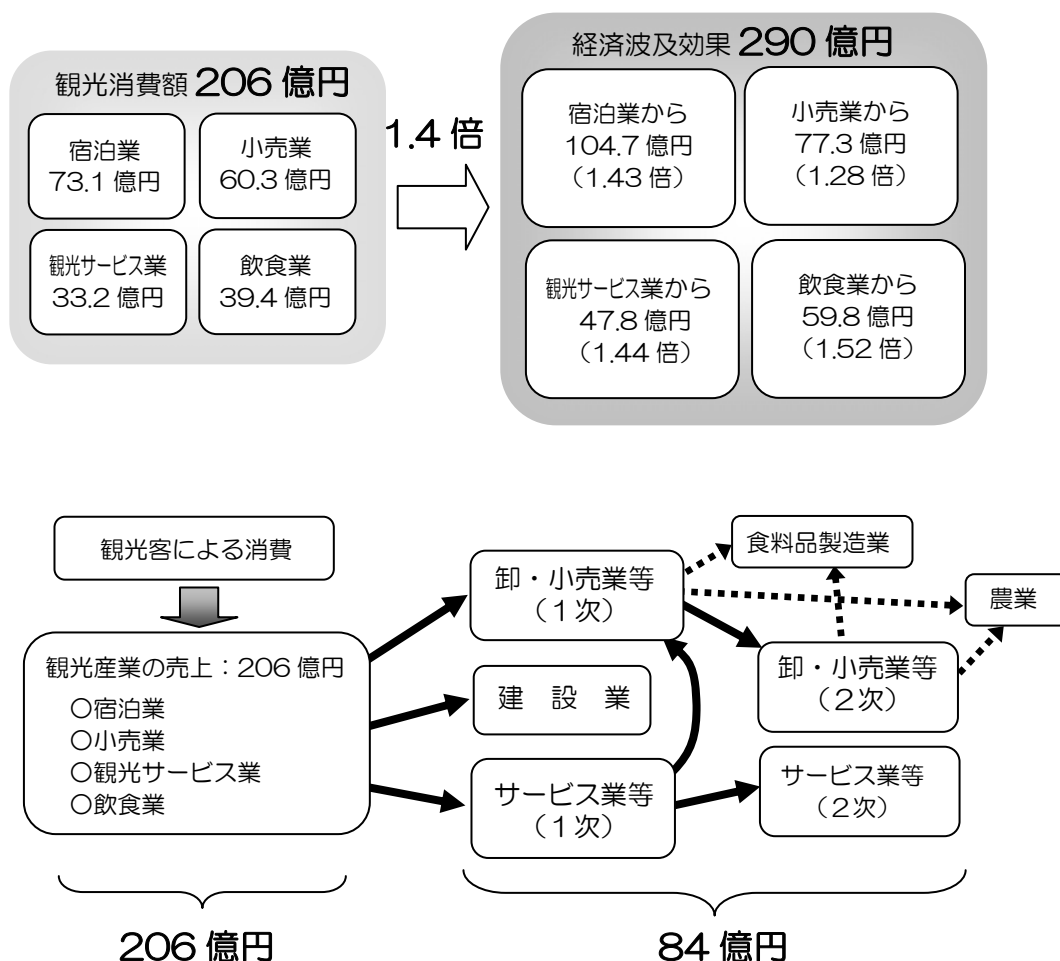
2-4. 観光産業が及ぼす経済波及効果

(1) ニセコ・羊蹄地域における観光産業の経済効果

平成18年「観光産業の経済効果に関する調査報告書」(北海道経済産業局)では、ニセコ・羊蹄地域(倶知安町、ニセコ町、蘭越町、京極町、喜茂別町、真狩村。以下、「域内」という)をモデル地域として観光産業の経済効果を試算し、以下のような結果を示しています。

- 域内の**観光消費額は206億円**と推計
- 観光消費が地域にもたらす**経済波及効果 観光消費額の1.4倍(+84億円)。**
- 域内の卸・小売業、製造業、サービス業の7割、建設業の5割が観光産業と取引をしており、**観光産業は地域にとって大きな経済的役割と広がりをもっている。**
- 観光による経済効果、雇用創出効果等は**周辺地域で大きく波及する。**

観光経済波及効果



出所：平成18年「観光産業の経済効果に関する調査報告書」(北海道経済産業局)

(2) ニセコ町における観光産業

平成18年「観光産業の経済効果に関する調査報告書」(北海道経済産業局)に基づき、ニセコ町の観光消費額を試算すると93億4,000万円になります。この額はもう一つの主要産業である農業生産額を大きく上回っており、観光産業は地域経済を支える重要な役割を担っています。地域を持続させるためには、それを支える経済活動が必要であり、産業の裾野が広い観光産業を発展させることがニセコ町にとっては重要なことです。また、同時に地域内で発生した観光消費を地域内で循環させることで、さらなる効果が期待されます。

ニセコ町の経済指標 (参考)

指 標	規 模	出 所
農業生産額	23 億 5,000 万円	北海道農林水産統計年報 (H17)
商品販売額	40 億 4,000 万円	商業統計調査 (H16)
観光消費額	93 億 4,000 万円	観光産業の経済効果に関する調査 (H18) より試算

【観光消費額の算出】

- ・観光消費額は、「観光入り込み数」に「1人あたり観光消費額」を乗じて算出
- ・「観光入り込み数」は、「日帰り客数」と「宿泊客延数」を用いる

図表① 観光客入り込み数 (平成16年度)

(単位:千人)

夏季(5月～10月)		冬季(11月～4月)	
日帰客	宿泊客	日帰客	宿泊客
597.3	245.2	500.3	248.8

図表② 1人あたり観光消費額の設定

(単位:円)

	夏季(5月～10月)		冬季(11月～4月)	
	日帰客	宿泊客	日帰客	宿泊客
宿泊	—	6,500	—	6,500
小売	2,000	3,500	2,000	3,500
観光サービス	200	1,200	1,200	3,200
飲食	1,400	2,200	1,400	2,200

資料:「第4回北海道観光産業経済効果調査」(北海道)
「ニセコ・羊蹄地域振興計画策定調査」(はまなす財団)
を参考に設定

図表③ 観光客消費額の算出結果

(単位:百万円)

	夏季(5月～10月)		冬季(11月～4月)		年間合計
	日帰客	宿泊客	日帰客	宿泊客	
宿泊	—	1,594	—	1,617	3,211
小売	597	858	500	871	2,826
観光サービス	60	294	300	796	1,450
飲食	418	539	350	547	1,854
合計	1,075	3,285	1,150	3,831	9,341

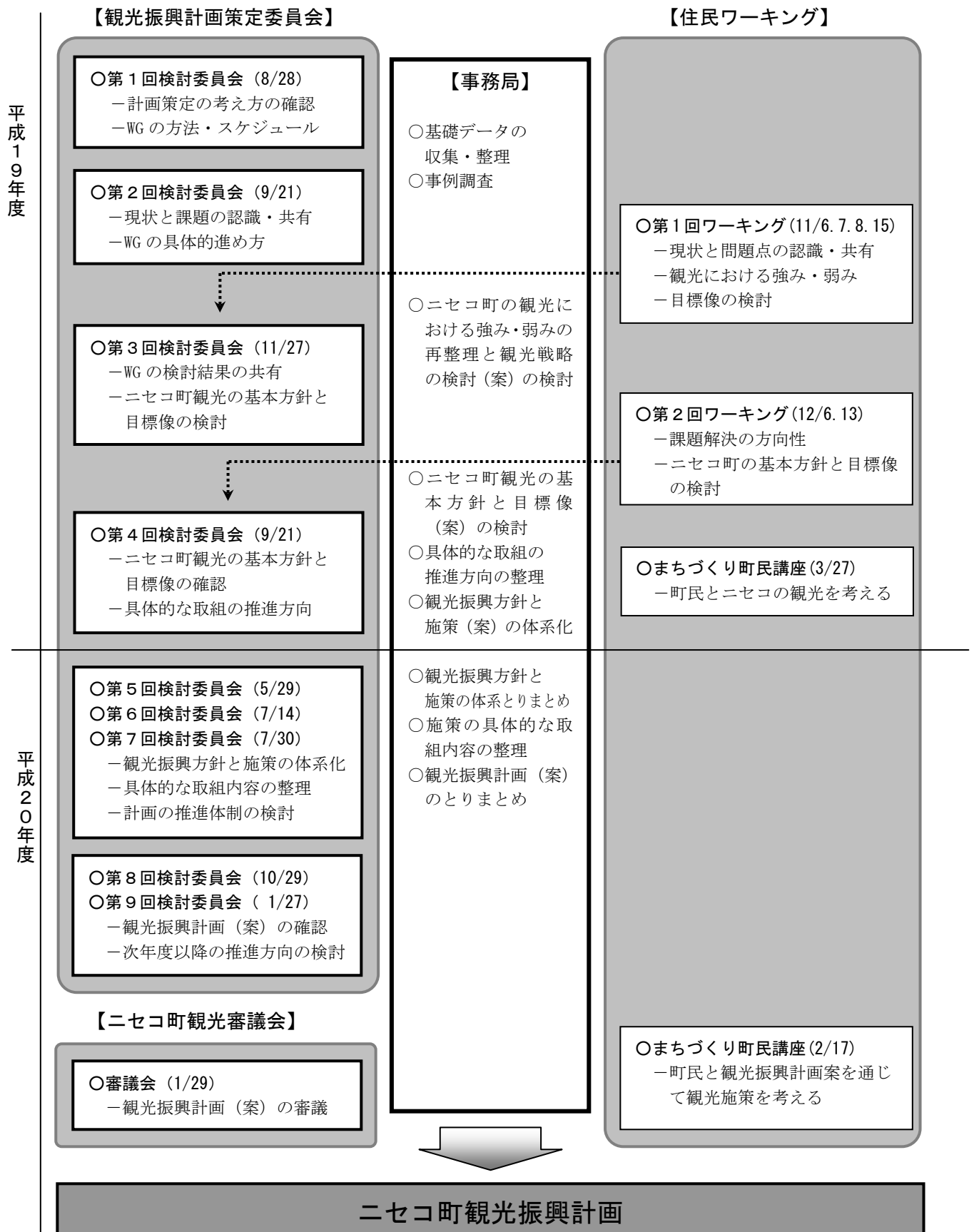
注) 日帰客は、日帰客数×0.5×1人当りの観光消費額
宿泊客は、宿泊客数(延数)×1人当りの観光消費額

その他資料編

参考資料 1 ニセコ町観光振興計画策定委員会 名簿

氏 名	所 属 等
渡 部 誠 二	田舎宿 キートス (委員長)
新 郷 慶 太	ホテル甘露の森 (副委員長)
加 藤 淳	(株)ニセコリゾート観光協会
片 岡 直 人	ニセコ町商工会 青年部長
汾陽 光次郎	(有)グリーンプランニング
小 泉 真 利	農業
近 藤 孝 志	ニセコチーズ工房 (有)
中島 日出男	ホテルリゾートインニセコ
永 野 元 紀	公募委員
南 重 光	ニセコアウトドアセンター
渡 辺 浩 樹	ニセコノーザンリゾートアンヌプリ

参考資料2 計画策定の進め方



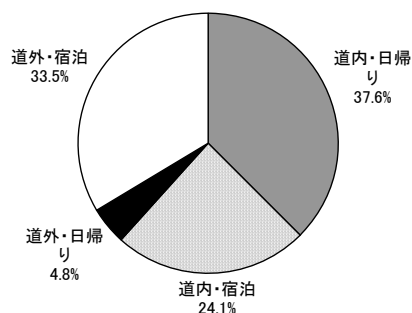
参考資料 3

ニセコ・羊蹄観光マーケティング調査の概要

調査方法	あらかじめ設定した調査地点において、調査員（または宿泊施設従業者）によるアンケート票の配布を行い、調査票を郵送回収。
調査地点	●施設：ふきだし公園（京極町）、コンビニエンスストア（倶知安町）、ニセコビュープラザ（ニセコ町）、サンスポーツランド（倶知安町・夏季のみ） ●駅：ニセコ駅、倶知安駅 ●スキー場等：〔夏季〕ホテル、ペンション等の宿泊施設 〔冬季〕スキー場（ひらふ、東山、アンヌプリ）、宿泊施設
調査日／回収数	〔夏季〕平成16年7月30日（金）～8月8日（日） ・回収数：1,789票／回収率：30.2% 〔冬季〕平成17年1月7日（金）～1月27日（日） ・回収数：（立ち寄り施設）1,105票／回収率：40.2% （宿泊施設）：311票／回収率：10.3%

①顧客の傾向

観光客（夏季：7/30～8/8）の内訳（N=1,789）



道内客 居住地市町村トップ5

1位	札幌市	46.4%
2位	小樽市	5.3%
3位	江別市	4.8%
4位	函館市	4.7%
5位	苫小牧市	4.4%

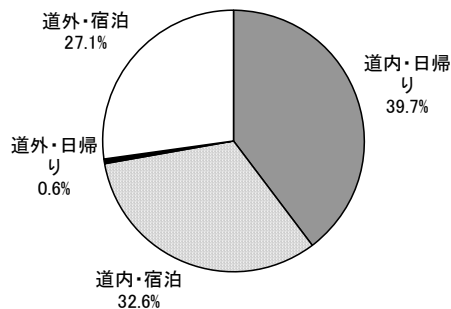
道外客 居住地都道府県トップ5

1位	東京都	18.1%
2位	神奈川県	16.9%
3位	大阪府	9.3%
4位	埼玉県	8.6%
5位	千葉県	7.0%

■夏季の顧客層

	道内日帰り客	道内宿泊客	道外客（日帰り・宿泊）
年齢構成	1位：50代（31.6%） 2位：60代（27.0%） 3位：30代（14.1%）	1位：40代（27.2%） 2位：50代（22.1%） 3位：60代（17.6%）	1位：40代（31.6%） 2位：30代（25.4%） 3位：50代（18.5%）
同行者	1位：夫婦（39.1%） 2位：家族旅行※（15.2%） 3位：友人や知人（14.1%） （※夫婦、子ども連れ、親、親子孫の3世代のいずれにもあてはまらない家族旅行）	1位：夫婦（27.6%） 2位：家族旅行※（18.9%） 3位：小さな子ども連れ（14.9%）	1位：小さな子ども連れ（25.2%） 2位：夫婦（20.4%） 3位：家族旅行※（18.8%）
来訪頻度	8割以上が「5回以上」訪れており、約6割が「10回以上」訪れている。 ほとんど全員がリピーター	6割以上が「5回以上」訪れており、約3割が「10回以上」訪れている。	約5割が「初めて」訪れている。

観光客（冬季：1/7～1/27）の内訳（N=1,103）



道内客 居住地市町村トップ5

1位	札幌市	42.0%
2位	小樽市	6.4%
3位	倶知安町	6.1%
4位	室蘭市	4.6%
5位	苫小牧市	4.0%

道外客 居住地都道府県トップ5

1位	東京都	20.4%
2位	神奈川県	17.3%
3位	大阪府	12.2%
4位	兵庫県	8.2%
5位	千葉県	6.5%

■冬季の顧客層

	道内日帰り客	道内宿泊客	道外客（日帰り・宿泊）
年齢構成	1位：50代（21.9%） 2位：60代（18.6%） 3位：30代（16.4%）	1位：20代（22.7%） 2位：30代（19.5%） 3位：40代（16.8%）	1位：20代（36.1%） 2位：30代（26.9%） 3位：60代（10.0%）
同行者	1位：夫婦（33.3%） 2位：ひとり（16.0%） 3位：友人や知人（12.4%）	1位：夫婦（22.5%） 2位：小さな子ども連れ（15.4%） 3位：友人や知人（14.0%）	1位：友人や知人（29.5%） 2位：夫婦（22.9%） 3位：職場関係者（11.3%）
来訪頻度	8割以上が「5回以上」訪れており、約7割が「10回以上」訪れている。 ほとんど全員がリピーター。	7割以上が「5回以上」訪れており、約5割が「10回以上」訪れている。	約4割が「初めて」訪れている。

●道内日帰り客

- ・約5割が札幌から。熟年層、夫婦旅行が多い。
- ・夏季、冬季ともに地元農産物や加工品等の買物や温泉を楽しむ。
- ・自家用車を利用し、ほとんどが旅行会社を利用しない個人やグループ旅行。
- ・ほとんどが何度も訪れているリピーター。

●道内宿泊客

- ・札幌からの宿泊客が多い。夏季は、温泉等を楽しむ夫婦や家族連れ、冬季はスキーを目的に友人や知人と訪れる若者層が多い。
- ・自家用車を利用し、ほとんどが旅行会社を利用しない個人やグループ旅行。
- ・何度か訪れているリピーターが多い。

●道外客

- ・約4割が首都圏から。夏季は小さな子どものいる家族が中心。冬季はスキーを目的に友人や知人と訪れる若者層が多い。
- ・夏季はレンタカーを利用するなどして観光地や名所めぐりに参加。冬季は友人や知人とスキーツアーバスで訪れる若者層が多い。
- ・4～5割が「初めて」訪れる。

観光客の比較

	道内	道外客
日帰り客の滞在時間		
夏季	平均 3.8 時間	平均 4.1 時間
冬季	平均 4.1 時間	—
宿泊数		
夏季	平均 1.3 泊	平均 1.7 泊
冬季	平均 2.6 泊	平均 4.2 泊
利用交通機関		
夏季	自家用車が約 9 割	レンタカー利用が約 6 割
冬季	自家用車が約 9 割	スキーバスが約 6 割
旅行会社利用		
夏季	約 9 割が旅行会社を利用しない個人・グループ旅行	約 6 割が旅行会社を利用しない個人・グループ旅行、4 割が旅行会社の自由行動型パック旅行の利用
冬季		全体の 6 割以上が旅行会社を利用

	道内日帰り客	道内宿泊客	道外客
活動内容			
夏季	1 位：買物 （地元の農産物や加工品） 2 位：食事（昼食） 3 位：温泉（日帰り）	1 位：温泉（宿泊） 2 位：買物 （地元の農産物や加工品） 3 位：食事（昼食）	1 位：観光地や名所めぐり 2 位：買物 （地元の農産物や加工品） 3 位：食事（昼食）
冬季	1 位：温泉（日帰り） 2 位：食事（昼食） 3 位：買物 （地元の農産物や加工品）	1 位：スキー 2 位：食事（昼食） 3 位：温泉（宿泊）	1 位：食事（昼食） 2 位：食事（夕食） 3 位：スキー
ニセコへの期待（※複数回答）			
夏季	1 位：美しい自然景観・ 景色や眺望（76.7%） 2 位：地元農産物の購入 （62.7%） 3 位：温泉（45.8%）	1 位：美しい自然景観・ 景色や眺望（79.5%） 2 位：温泉（71.2%） 3 位：休養やリラックス できる時間（48.8%）	1 位：美しい自然景観・ 景色や眺望（84.5%） 2 位：温泉（50.2%） 3 位：過ごしやすい気候 （44.8%）
冬季	1 位：温泉（55.2%） 2 位：美しい自然景観・ 景色や眺望（55.0%） 3 位：地元農産物の購入 （40.6%）	1 位：温泉（68.1%） 2 位：美しい自然景観・ 景色や眺望（56.0%） 3 位：雪質（46.0%）	1 位：雪質（77.0%） 2 位：雪景色・雪のある 風景（55.6%） 3 位：温泉（53.3%）

ニセコ町観光振興計画

発 行 平成21年3月発行

発行者 ニセコ町

〒048-1595

北海道虻田郡ニセコ町字富士見4-7番地

Tel 0136-44-2121 Fax 0136-44-3500

URL <http://www.town.niseko.hokkaido.jp/>

編 集 ニセコ町商工観光課
