令和７年度　第１回ニセコ町観光審議会　議事録

１　日　　時

令和７年（2025 年）９月 26 日（金）　15:30～17:15

２　場　　所

ニセコ町役場 ３階　町民ホール

３　出 席 者

委　　員　　下田委員、伊藤委員、菊井委員、高久委員、桑添委員、石黒委員、若杉委員、玉尾委員、高井委員　（９名）

ニ セ コ 町　　片山町長、山本副町長
（事務局）　　商工観光課　馬渕課長、米田係長、勝木主事

４　内　　容

(1)開会

開会にあたり、町長より委嘱状の交付を行った。

(2)町長あいさつ

第１回ニセコ町観光審議会にご出席賜り本当に感謝申し上げる。10月８日をもって、４期16年の町長職を務めさせていただいた。本当に皆さんにお世話になったことへ心から厚く感謝を申し上げたい。私たち、農業と観光の町で、かつて40年前は本当にニセコが全く知られておらず、大阪駅のアンケート調査では、聞いたことない観光地ベスト100のいつもベスト５にニセコというカタカナの地名が入っているいう状況であったが、そういう面では、スキーをやる方を中心として名前が少しずつ浸透しつつあるというのは、大変ありがたいことだというふうに思う。当時の私たちは、このニセコの観光を何とかしたいと思ったとき、一番頭にあったのが実は九州の湯布院である。湯布院との職員交換も行い、何とか湯布院のようなまちづくりがニセコできないかということで、当時は景観・環境を大事にしようということで行ってきた。特に、環境基本計画を作ったときは、バブルがはじけて、ペンション経営の皆さんもお子さんがまだ小さいときで、実は本当に大変な経済状況の中であったが、そのバブリーな開発はやめようと、ニセコはやはり市場の草刈場にはするべきではない、このニセコの価値はやはり景観と環境にある。その時に、実は環境税というものを入った方から取って、ニセコの環境を守るために使うべきではないかということも、当時はペンションの人とかいろんな方から発言があった。そんな中で、大変な中でもこうして今、景観と環境を大事にしつつ、今のまちづくりができており、おかげさまで、こういったことの積み重ねが国連世界観光機関、ＵＮＷＴＯのベストツーリズムビレッジにも選ばれ、それから、グリーンディスティネーションズという、ＳＤＧｓを最も進めてる国連と関係のある機関からシルバーアワードというものに認定をされ。日本では２例目ということだが、この国連やＧＳＴＣをやることによって、いま国連の観光の特配っていうとニセコの映像や情報がどんどん流れている。それから、ＧＳＴＣも世界中にそう

いったＳＤＧｓを推進している持続型観光地ということで、ニセコの情報が流れている。そういう面では、パブリシティとよく言うが、ニセコ町はもともと観光宣伝に本当にお金を使わずに過去ずっとやってきた。そういう面では、パブリシティも相当最大化をして、活用されているのではないかというふうに思う。今回、ＧＳＴＣのまた見直しの時期で、ゴールドになるかどうかわからないが、そこで私たちが気付かされたのは、例えば、そのＧＳＴＣの中で外来種の撤去をやっているかなど、少しハードルが高いが、私たちがその80点でシルバーになったときに2点足りなかった理由が、道の駅の、目の不自由な人やご高齢の皆さんが利用する点字ブロックが、１ｍほど除雪の影響で削られており、それで福祉面のレベルが低いという評価をされたということで、今の世界の中でニセコがどの立ち位置なのかということを検証する意味で、非常に重要なものであったというふうに思っており、今年まではきっちりやっていこうということで現在動いているところである。このようなことをしながら、できるだけ将来に持続する観光地ということで現在動いているため、この観光審議会の中でも忌憚ないご意見を賜りたい。特に宿泊税、現在１億5000万円ぐらいだと思いますが、今年は夏期間も入るため、２億を超えるぐらいになりそうだが、それらを使っていま、よくオーバーツーリズムの問題って何かっていうと結局、観光客の皆さんが来られても、住民の皆さんに何のメリットがあるのと、こんだけになってて私たち苦しいだけじゃない、みたいなこともあるのではないかと思うので、その宿泊税自体を観光地としての質を高める。それから観光客の滞在時の「よかったね」という気持ちを高めていく。それと同時に、住民の皆さんが、観光客がたくさん来ることによって、私たちの生活レベルも上がってるよねという実感を得ていただく。そういったことが、持続する観光地の大きな要素かと思うので、こういった宿泊税の使途についても積極的に、これまでの前例にこだわらず、いろんなイベントに使うなど、そこは幅広いご議論をいただければありがたいなというふうに思う。今日こうしてお集まりいただきましたこと、また、委嘱に際してご協力いただきましたことを心から厚く感謝を申し上げ、開会にあたっての挨拶とさせていただきたい。

(3) **議題１**

「観光振興ビジョンの中間フォローアップについて（資料１）」について、事務局より説明を行った。

〈米田係長〉

資料１の観光ビジョンの中間フォローアップについて、観光振興ビジョンは2022年度に作成したもので、委員の皆さんのほとんどの方には、作成当初からご審議をいただいているものになるため、詳細な説明は割愛できればと思うが、冒頭の町長挨拶でもあった通り、将来像として、観光客だけではなく、町民からも信頼される持続可能な国際リゾートを目指していくという大きな将来像のもと、目指すべき地域の姿というところで３つ掲げているところ。１つ目が、成熟した通年型の国際リゾート。これは、夏冬の繁閑差が大きいという地域課題も踏まえて設定をしているものになる。２つ目が、高品質・高付加価値の国際リゾートというところで、観光客の方に安全でストレスを感じずに楽しんでいただける、ニセコの豊かな環境・景観を楽しんでいただけるような地域づくりをしていくために掲げているところ。３つ目は、町民が誇れる国際リゾートということで、町民が観光の恩恵をしっかりと実感でき、観光客の方にも地域を理解と行動をしていただくということ

を目指すべき地域の姿として掲げているところになる。
　２ページ目は、目指すべき地域の課題についてということで、基本戦略を３つ、その中でさらに施策の方向性を３つの合計９つを記載している。一つ一つ説明はしないが、先ほど申し上げた目指すべき地域の姿に沿って施策の方向性を多少細分化しているものになる。今回、2022年度に作成をして、2028年度までが計画の期間ということで、今年度がその中間年に当たる。後程ご説明するが、指標野中ですでに目標を達成しているものもあるため、指標を見直すのかどうか、或いは、先ほどご説明した目指すべき地域の姿や基本戦略のところで、例えば、施策の方向性が９つあるが、ここをもう少しブラッシュアップしたほうが良いと思うところについて中間点検を行い、何回か審議会を開催しながら今年度のうちに改定すべきところは改定できればと考えている。
　資料５ページ目にいき、観光振興ビジョンでは、ＫＰＩ目標値を６つ設定しており、2019年度と2028年度を比較してそれぞれ目標を立てたところ。このうちの指標５については、2022年度に作成した段階では、モニタリング調査を完全にできていなかったため、2023年度の審議会でお諮りしてご承認をいただいたところである。指標ごとにご説明できればと思うが、まず観光消費額について、算出の方法として日帰りと宿泊それぞれで単価いくら使ったかという調査をし、平均単価に日帰りと宿泊それぞれ人数を掛けたものになる。2024年度は433億円と、2023年度あるいは2022年度から減少するという形になった。2022年度は、2028年度の目標530億円をすでに達成したところだが、昨年度の審議会では、2022年度がコロナ明けのリベンジ消費というか、それこそ国がやっていた全国旅行支援があり、より旅行需要を喚起しようという方向性があったので、リベンジ消費の可能性があるのではないかというところで、その経過を見ましょうということになって、今回433億円になったところである。コロナ前の2019年度と比較すると、2024年度の数字自体は上がっているが、2022年度が達成したからといって、この足元の状況を見てみると、減少しているところもあるので、事務局の案としては、ここに関しては目標を変更しないほうがいいのではないかと考えている。
　指標２の延べ宿泊者数のところだが、2024年度の延べ宿泊者数は58.1万人と、これはコロナ前を超える水準で、2023年比と数字を丸めているため同じになっているが101.5％だったので、多少微増している。こちらに関しても、延べ宿泊者数を増加させていくということがその地域の潤いというか、地域経済の裨益という部分からも大きいので、指標として設定をしているところになるが、引き続き伸ばしていくことを2028年度の目標として、変更せずに80万人泊を目指していければと考えている
　指標３の観光客満足度について、この観光客満足度というのが、昨年度の観光審議会でも少しご意見が出たところではあったが、実際に観光客の方にニセコ滞在中の満足度はどうでしたかと聞き、大変満足、満足、やや満足、どちらでもない、やや不満、不満、大変不満と７段階あり、そのうち、この指標として設定したものは大変満足と回答された方の割合を指標として設定している。一方で、観光客の満足度が30％というのは、目標としてどうなのかという話で、実際に観光客満足度とうたってはいるものの値は大変満足の割合ではあるが、この指標３の観光客満足度という文言だけを見てみると、そこの文言とイメージとのギャップが多少あるのではないかということがある。また、大変満足の割合も2024年度には32.2％と、一応目標を達成してることもあって、上方修正できれば良いのではないかと考えている。９ページ目が変更案になるが、アンケート調査７つ回答があったうち、大変満足と満足という回答された方の割合を新しい指標として設定してはどうかと

考えている。一方で、大変満足と答えた方というのは、ニセコ滞在中の食事やアクティビティ、宿泊を含めいろいろな観点で非常に良い印象を持っていただいた方を伸ばしていくというところも大事だと思うので、大変満足の割合も見える化をしてはどうかというところで、満足度として例えば80％を目指すというふうにはするが、内訳として大変満足と答えた方の割合を例えば35％というふうにしてはどうかと考えている。こちらに関しては、一旦イメージとして、大変満足と満足と回答された方の割合を80％にしているが、ここはもう少し上を目指していくべきなど、いろいろなご意見があると思うので、一旦変更案というところでの説明としたい。

続いて10ページ目の指標４のリピーター率ついて、リピーターの方はもちろん大事ではあるが、先ほど申し上げた食や宿泊、アクティビティなど、いろいろなコンテンツの磨き上げ、あるいは掘り起こしを行っていくことで、リピーターの方だけではなく新規顧客の方にも来ていただくことが、ニセコの観光振興にあたっては大事だという考え方のもと設定をしている部分になるので、目標として2028年度にリピーター率を70％に目指していくというふうに設定した。こちらに関しても、割合だけ見ると2022から2024は行ったり来たりしてるが、下がってきている部分ではあるので、目標としては変更しないと考えている。こちらについても、昨年度の観光審議会で、リピーターの方というのはある意味ニセコに愛着を持って何回も足を運んできていただける方になるので、その方をないがしろにとは言わないが、そこがリピーター率を下げることを目標にしているというふうにうたうと、なかなか見え方としてどうなんだということがあったので、そこに関しても、指標を変えるのか、あるいは指標は変えないがそのリピーター率の目標がこういう考え方だという補足をしながら説明していくのかというところに関しても、皆様のご意見を改めて伺えればと考えている。

指標４の、宿泊者1人1泊当たりのＣＯ２排出量に関しては、町内のすべての宿泊施設を網羅できてるわけではないが、町内の大きなホテルなどの使った水の量や電気量、あるいは灯油をどれぐらい使ったかというのは、企画環境課の方で数字の把握をしているので、それを足し上げて、それぞれの宿泊者数で割り戻して算出をしている。どうしてもコロナ禍の2020、2021年度については、宿泊客が大きく減少した一方で、電気代とかはある程度ベースとして使う部分があるので、2020年度、2021年度は若干高くなったところで、2024年度も少し高くなったところであった。こちらについては、例えば電気を使う使わないとかっていうのは、施設改修をするなどのタイミングで、多く使うということあるので、単年度ごとでなかなか一喜一憂するものではないのかもしれないが、いずれにしても、町として2030年度までにＣＯ２排出量を44％減少するという目標を掲げていて、観光分野ではそれこそ率先して、宿泊税を使って事業者さんの再エネの補助をすることもしているが、そうした取り組みをすることで前倒しで44％減少するというような目標を令和５年度に掲げたところなので、こちらについては、引き続きそこを目指していければと考えている。

最後の指標６について、観光で生活が豊かになると思う町民の方の割合というところで、こちらについては毎年調査ができているものではないが、2019年度に実施した調査の後に、2023年度に実施して割合が向上したところである。こちらについても、2024年、2025年度と調査していないが、2026年度にまた調査をできればと考えている、いずれにしても、その当時掲げた目標は引き続き変更せずに進めていければと考えている。

次からが、観光に関する施策の展開状況というところで、冒頭ご説明差し上げた基本戦略３つあるうちの施策の方向性が９つあるというところで、それぞれ昨年度と今年度に実

施した取り組みをやっているものになる。例えば、１－１で言うと、季節変動の平準化と雇用の安定のために夏冬の繁閑差をなくしていくというところで、先ほど観光協会の中野さんからもご説明があったが、夏に向けた各種取り組みをやっていたり、あるいは雇用の部分で言うと、今年度は組合で人を雇用して、その組合員となる事業者さんに、例えば、夏は農業をやって冬は宿泊業をやるような、国の特定地域づくり事業協同組合という制度を企画環境課とも連携をしながら立ち上げたり、あとは潜在的労働力の掘り起こしで、スキマバイトサービスのタイミーとの連携協定を継続したり、あとは町内の事業者さん同士の連携を要件とした補助制度を令和５年度に制定しているが、こちらについても今年度はアンヌプリエリアの事業者さん発信で夏の周遊に繋がる取り組みをしたいというようなお話をいただき、そこを町としても応援していく取り組みをしている。

続いて基本戦略２のところで、重複する部分はあるが、例えば、２－１の観光客への特別な観光体験の提供でいうと、夏の誘客に向けた取り組みをしている。２－２の観光客町民の地域資源への理解促進というところでは、例えば、町内の事業者さんが取り組まれている町民向け割引の情報など特定の情報を町として発信をしている。また、先ほど冒頭の町長挨拶でもあったグリーンディスティネーションズや、ＵＮツーリズムのベストツーリズムビレッジの周知ＰＲをしている。あとは、受け入れ環境の整備というところで、宿泊税も活用しながら、冬のタクシー対策や周遊バスの運行、アンヌプリ・モイワ間の除雪を実施するなど取り組みをしてきたところである。

16ページ目については、町民生活の質を高めるというところで、繰り返しにはなるが、割引情報をしっかり発信するほか、観光協会さんの方で地域の子供向けの体験機会の提供をするというところで、例えば、星空ツアーを実施するにあたって町民招待を実施したり、昨年度はその地域のホテル見学を親子を招待して実施するといった取り組みを進めてきた。

国際認証のところに関しては、ニセコ町の状況を１枚で整理しているが、グリーンディスティネーションとＵＮツーリズムを大きく分けると２点あり、グリーンディスティネーションのトップ100ストーリーズは、例えば、ニセコルールの取り組みや、今年度に関しては９月末に結果が出る予定だが、ニセコ高校が旅行商品を作るといったいろいろな取り組みをやっているというところを、町としてやっている良い取り組みとしして提出しており、こちらについても今のところ表彰を受ける予定となっている。一方で、アワードに関しては、2023年度にシルバーワードを受賞したという話が冒頭で町長からあったが、今年の11月に２回目の審査を予定しているところで、今その審査内容を、それこそ外来種の話があったが、そちらについても今、関係各課とも話をしながら準備を進めている。

最後に、今後の審議会スケジュールについて、先ほど他の委員の方からもご指摘があったが、今回は中間フォローアップを実施していくために現状の説明とし、特にその指標の部分に関してご意見を伺えればと思っている。以前、新就任となる委員のお二人にご説明をさせていただいたときに、項目として、例えば、９つの施策の方向性があるというのはわかるが、それが役場主体でやっているものなのか、あるいは観光協会が主体でやっているものなのかがわかりづらいというようなご意見もいただいたので、そこに関して、例えば、見せ方を少し工夫していくなどを今後検討していければと思っている。

審議会のスケジュールについては、11月は毎年実施するとしているが、宿泊税の使途を始めとして令和８年度の予算をどうしていくかというところで、これに関しては、９月から10月にかけてオンラインでご意見を伺う機会を現在設けているところである。あとは、

実際にリアルで意見交換会を行うため、まだ日程は決まってないが、この11月の予算編成より前のタイミングで、実際に事業者さんや町民の方からご意見を伺いながら、我々として趣旨等を決めていければと思っているので、それについてもご審議をいただければと考えている。

この観光振興ビジョンの中間フォローアップに関しては、今回ご意見をいただきながら、あくまでイメージにはなるが、１月、２月、３月でそれぞれ審議をいただきながら、場合によっては直接集まるのではなく書面や、審議会という形式ではないが意見交換をさせていただくなど、いろいろなやり方があると思っているが、そういった形で今年度の中間フォローアップを実施して、今年度末に修正したものを作れたらと思っている。この１月というところで、この効果の見える化素案と書いてあるが、これに若干リンクしてくる部分が資料２であり、このままご説明をさせていただければと思う。

グリーンディスティネーションや、ＵＮツーリズムの認証を受けてるというところで、それが何なのかわかりづらく、何となく認証を受けてそれが世界で評価されているのはよくわかるが、それが具体的に何なのかがわからないという話は、いろいろなところでいただいているため、そもそもその持続可能な観光に取り組む意義というところで、ここにいくつか説明が書いているが、もともと観光分野の話でいうと、観光客と宿泊事業者さんや飲食店さんも含めた観光事業者さんだけの話であったものが、その受け入れる側の地域社会もしっかり利害関係者というか、登場人物として考えていくべきだというがざっくり言うと持続可能な観光の考え方であり、観光のポジティブな部分、例えば、飲食店の数が増えたり、雇用が充実するというポジティブな影響を最大化して、ネガティブな影響、例えば、オーバーツーリズムの発生などをなるべく最小限にするために管理しつつ、それをしっかり把握していく。それが定量的に見えるものもあれば、定量的には見えないかもしれないがどういう影響が出ているかをしっかり把握していくために持続可能な観光に取り組む必要があるということであり、その中で、それがある意味グローバルトレンドの部分があるので、それが国際基準というところでＧＳＴＣというものがある。ＧＳＴＣというのは、このグローバルサスティナブルツーリズム協議会という国際的機関が持続可能なサステナブルな観光にあたっての基準を設けており、その審査を受けてシルバーやゴールド、ブロンズやプラチナという審査をしてもらうものになる。

認証には基準があり、どれぐらい達成できているかというところで、ゴールドやプラチナというところで、2023年度にニセコ町が審査を受けたときには、ゴールドにわりと近めのシルバーだったという結果であった。具体的にどういう審査をしているのかというと、６つの項目があり、それこそ観光地管理で言えば、例えば、統計をしっかり把握しているかなどといった部分や、自然と景観で言えば、その自然を守るための取り組み、それこそ町長から最初に話のあった外来種を防ぐための取り組みをやっているか、環境と気候では再エネといった話で、社会福祉では、ある意味日本というか国として当たり前の部分、例えば、幼児に労働をさせていないかなども審査の項目になっており、そういうのも踏まえて持続可能な観光地域づくりができているかどうかというものになる。これについても、アワードを受賞したことで何かが劇的に変わっているかというとそうではなく、あくまでニセコ町がやっている取り組みが国際的な基準と照らし合わせて間違った方向にいっていないというのを審査するためのものである。一方で、例えば、国連の世界観光機関がＵＮツーリズムなので、そういうところで認定を受けているとプロモーションに繋がっていくというのが１個ある。１ページ目に戻るが、観光による影響が何があるのかというところ

をしっかりと見える化していくという部分がすごく大事だというところは、昨年度の観光審議会でもお話をさせていただいたところであり、繰り返しなるが、例えば、飲食店の数が増えたり、交通の便が充実しているなど。悪い部分でいうと、例えば、オーバーツーリズムが発生しているなど、そういうものに関しても、振興ビジョンのその付則という形になるのか、別になるのかはまだわからないが、そういう見える化の資料を何か作れたらと考えているため、それについて、先ほどの資料１のスケジュールでお示ししたタイミングで皆様にまたご議論をいただければと思っている。話が長くなったが、議題の１つ目に関して私からのご説明は以上である。

⑷**意見交換（議題１）**

議題１について、意見交換を行った。

〈委員〉

このフォローアップの数値ＫＰＩについて、それは状況も変わってるというところと、本当に正確に細かく掘り下げてやるのかという突っ込みどころは確かにある。ぼんやりで良いのではという流れでやってるところも実際あったとは思うが、例えば、宿泊延べ宿泊者数などはこの10年間で当然ベッド数も変わってくるというところで、もう夏も大変だと、夏は減って、冬どんどん伸びてるなどいろいろなことがある中で80万人泊を目指すというところが、今は数を目指すだけのものじゃないということもあるかと思う。

観光においては、消費額や支出であったり、それに伴って結局、宿泊者がどこで飲食をし、そこへ行くまでの二次交通なども含めての満足度であったりすると思うので、ざっくりで良いならざっくりで、きっちりやるならどこまでの制度にするのかという根本的な突っ込みどころはあるにしても、そもそもどういう町にしていきたいかの中のこの観光審議会だと思うので、そこの位置付けをどうするか。今この上位概念は第６次総合計画の中の観光の分野についての現在地だと思うので、そのときにおいて、この数値の持っていき方をどうしていくかというのは、その方向性と大きく関係してくるのではないかと思っている。

それと、宿泊者、観光客が160万人ぐらい来てるという中で、延べ宿泊者数は80万人を目指すというところにおいて、やはりコロナもあって、夏の観光が今非常に苦戦してるというのは、ＧｏＴｏキャンペーンなどで旅行に行ってください、お金あげますから、安いから来てくださいというものがなくなって、非常に苦戦してるところもあるので、高くなったから来ないというような方も肌感覚として結構いらっしゃる。その辺をこの目標にどう定めていくのか、どう関係してくるのかというふうに思っている。

基本的には、こういうタイミングでこういう会議体で話し合うと、やはりそうだよねとなってしまうが、普段からあまり意識してない。この観光審議会で定めたビジョンについて、アクションプランも、誰がいつ何をどこまでやるかというところも曖昧なのでこういう雰囲気になっているのではないかと思う。

〈委員〉

今回、この会議に参加するに当たり、改めて観光振興ビジョンに目を通してきたが、その際に感じたのは、やはりニセコ町の観光もコロナ禍を経て、もう新たなステージに入ったのではないかということ。数字の関係も、2020年度までの数値となっているので、今回

はその目標値に関する数字については、直近の数字もお示しいただいたが、まずは観光振興ビジョンにある様々な指標、こういったものについて、2020年以降どのような変化になってるのかまず把握したい。

それから、指標の関係について、具体的に今何％が良いということは言えないが、数字的には正直違和感はない数字かというふうに感じる一方で、どういう聞き方をしたものに対してこういう数字になってるのか知りたい。アンケートの取り方によって、数字というのはいろいろ変わってくる部分もあると思うので、それを知りたいということと、こういった数字だけの結果を求めるだけではなく、いわゆる定量的な評価と定性的な評価があると思うので、数字の目標を定めるとともに、例えば、満足度の数字で言うと、80％の満足度を目指すとしても、逆に言うと20％は満足してないということになるので、その20％がなぜ満足できなかったのかというような部分についても、焦点を開けていく必要あると感じる。

それから、観光振興ビジョンの中では、季節偏重、夏と冬の偏りの問題が取り上げられてるが、こういった目標数値についても、可能であればある程度夏と冬を分けることはできないのかと感じる。夏を盛り上げていき、夏の平準化とすることは重要なテーマだと思うし、一方で、もしかするとどこかで冬については抑制しなければいけない。そういう状況も来るのかもしれないので、そういう考え方も必要なのではないかと感じた。

〈委員〉

前にもお話したと思うが、ＫＰＩを設定してそれを実際にどうやっていくのかと、何をしてどうしていくのかというところで、基本的な戦略とか施策の方向性を出されてると思うが、この効果検証を、これをやったことによって実際そのＫＰＩにどう反映してるのかというものがないと、この達成のために合ったアプローチが正しいのか正しくないのか、どれが足りてどれが足りてないのかというところが、しっかり分析した上で次にどうしていこうが、この目標を達成していこうかというところに行くと思うので、それと私もこの観光ビジョンの作成のときから携わってたので、やはりここ10年間の中で当然状況も変わってるだろうと。

例えば、観光消費額にしても、今のその物価水準自体がこの時期と比べて、単純に比較しただけでも10数パーセント以上上がっている。そうなると、経済消費額はただ単に物価が上昇したことによって達成されてるのであればあまり意味がないことであるので、やはり求めていくべきところというのは、延べ宿泊者数であったり顧客満足度の向上といったところをどう取り組んでいくのか、あとはやはり通常商売をやってるところのリピーター率が非常に重要なところで、リピーター率が100％になると本当に中小の旅館などは、リピーターさんだけでこの地域が回るというようなところまで本当に持っていければ一番いいのかなというところである。

あとは、顧客満足度を高めるというところで、これも結構難しいことがあって、例えば、我々もホテルやってるのでじゃらんや楽天の口コミ評価で80％の満足度だと4.0の世界になる。そうすると、どちらかというと4.0だとホテルとしてはどうなのかというところでいくと、もう少しやはり高い目標というか、一般的には4.1、ホテルでいくと4.2や4.3とかが最低限行っていないと良いホテルではないのではないかという見られ方がある。それと、顧客満足度もやはり国によって結構難しいところがあり、おそらく今の日本人離れしてるのは顧客満足度が低いのだと思う。それは、やはり価格の問題が１つあるの

で、この価格でこのサービスなら他の地域に行けばもっと満足できるというのはあるので、この顧客満足度を高めるのはフィーリングだけではなかなか難しいところなので、やはり地域として不足してるものは何なのか、インフラがどうだとかもう少し大きな世界で括っていかないとなかなか難しいので、一人一人が頑張ってもなかなか顧客満足度は上がらないので、そうするとやはり行政としてのある程度のハンドリングであったり、調整であったりが重要になってくるのがこの顧客満足度かなというところがあるので、こういう議論の場でしっかりと議論をして、良い方向に持っていければと思う。数値は見直すべきものと見直さないものとあると思うので、議論の中で進めていただければと思う。

〈委員〉

直近で自分が思うのは、冬も含めて周りの事業者も含めて少し落ちてるなという感じがあり、でもその落ちてる原因がわからない。例えば、日本人なら物価高など理由はいくつか複合的にあるが、何かピークアウトしているような気もするが、その理由がわからず対策もできないので今後どうしたらいいかも不透明な部分がある。

例えば、宿泊者数で観光客の足の流れがこう変わっているとか、ニセコエリアに留まらず、札幌エリアに泊まって車でレンタカーで来て帰るからランチは混むけど夜は食べないとか、前とは違う流れがあるが、それをどう見るかというのが私はわからないというのは肌感覚である。

〈委員〉

私はどこを見たかというと、将来目指す観光を通じてのニセコ町のあり方をどう表したかというと、１つは成熟と言っていること。成熟した観光を提供するということ。つまり、お客さんも成熟しているし、滞在時間なども含めて我々もそこで落ち着いた観光をやってもらうと。

それから、もう1つは高付加価値や高品質と言っていること。あと町民が誇れるということも将来像とかに入っていると。これを反映したＫＰＩになってるかどうか気になっている。このＫＰＩは重要なんだろうと思うが、やはり見える化ということから言うと見えないところがある。何か説明を聞かないとわからないというのは、見えてないということではないか。

例えば、いろんな議論を策定する頃からもあったが、単価が上がっているか上がっていないか、つまりは実質収入が上がっているか上がっていないか。実は、宿泊数と消費額が同じように伸びてるか、あるいは消費額が伸びてるか、割合としてはつまり消費額が伸びている必要がある。高付加価値とか、あるいはその収入が町に還元されていると豊かさを実感できるだろうから、実際その経済効果が町に還流しているかどうかというようなことが、私は豊かさに繋がるのではないかと思っているので、例えば、リピート率は目標にすべきことかどうかもわからないが、満足度の21％とか30％は前も他の委員がおっしゃったが、ほとんどの満足度ランキングは3.5とか4.5とか、そういう評価である。

例えば、我々も買い物をするときに、Ａｍａｚｏｎで見るときにこの商品は買った人が何人いて、その人が4.2を指してるとか4.0を指してるとかを見ると思う。やはりそれが見える化というやつであり、物差しが独自の物差しで見えない。ということは、他の人も使ってるものをぜひ参考にして反映させるべきものではないかというふうに思う。4点を取れば最高だと私は思うが、まず、まあまあよかった、とてもよかったというのを合わせ

て、例えば、4点台を作るとすると、やはり何％というのは、これは説明を聞いてもわからない、説明しないとわからないというのは、やはり変えるべきではないかと思った。
　それから、質を上げるということの指標というのは、やはりもっと必要だと思う。質を上げる、つまり成熟というのは、私は質だと思うので、こういったことをお考えいただきたい。

〈委員〉
　先ほど、他の委員もおっしゃった実態があまりにも変わってしまっており、観光消費額をドル円で見たとき、もしかして上がってないのではないか。それも含めて、何をもって比べるかよりも何をしたから上がったかなどを議論しないと、いつまでもこの目の前の世界情勢に振り回されるのではないかというのがまず思ったところ。
　それと、このＣＯ２排出量について、何となく何かしたら良くなるかなと想像がつくものもあるが、このＣＯ２排出量が年度によってすごくぶれている。以前もそういう質問があったようで、宿泊者数が少ないときには相対的に増える傾向にある。2020年、2021年はそれで増えてるのはわかるが、なんで2023年と2024年がこんなに数字が変わったのかいまいちわからない。何かその基本の数字となるものが変わったのかどうかというところと、実際に何ができるのかということを具体的にしないといけないと思う。同時に、宿泊者数が増えてしまえば、パーセントが増えてしまえば、パーセントのＣＯ２排出量を減らしたところでイコールなので、逆に総数も見ないといけないと思う。ごみ処理計画を見ると、令和15年くらいが2018年から比べてごみの量が倍ぐらいに変わっている。倍に増えているのに44％削減したところで変わってないということではないか。これでグリーンディスティネーションを伝えるのかと思ってしまうので、もう少し具体的にしないと何をするべきかわからない。具体的なところで言うと、やはり一部のごみの回収について、昔ながらのルールでごみの分別をしない大きな事業所があるということなので、そういったところもしっかり対策できないか。それがどの事業者も大変なので、冬のピーク時は、そういった事業ごみみたいな扱いをやるのであれば、お金で解決させるのか、もしくは、しっかり分別をさせてＣＯ２排出量を減らさせるのかということを、指標よりもその方法論を議論したい。

〈委員〉
　確かにＫＰＩを設定してあるのはすごく良いことだと思う。ただ、このＫＰＩを達成するために、私たちがどういったお客様、どういった方たちにニセコに来ていただいて、どういった観光をしていただいて、何を食べていただいて、何をしていただきたいのか。そういったことをやっていただける人たちとは誰なのか。私たちが目指しているお客様像というのをまず作り上げて、その方たちがもし来ていただいたことによってあれもこれも達成できたという、逆の見方もできないのかなと感じた。もちろん、このＫＰＩの中で、こういうふうにしたら簡単にできるのではないかということもあるが、逆算として、物の見方としてどういったお客様が来て、ごみを出さないお客様は誰なのか、簡単に言うと分別ごみをわかっている方は誰なのか、ニセコ町でしっかりご飯を食べてくださるお客さんは誰なのか、そういった顧客が国でなくてもいいですし、年齢でなくてもいいですし、家族でなくてもいいですし。ただ、私たちがこういったお客様に、ぜひニセコ町に来て欲しいという方たちの目標を捉えて、その人たちにメッセージを発信する。その方達が実際に来

て、私達と正しくコミュニケーションしたことによってこういった数値が出てきた、という考え方に何とかこれから考え方を持っていけたらという感じがした。
　後半として、この指標値について、いろいろご意見があったところだが、わかりやすくしたいというのはある。指標値１の消費額でいうと、これも合算ではなくて、例えば、宿泊に関する金額がいくらで、それに対して付随する交通や観光、飲食の消費額がいくらだであったかということの比率がわかると、宿泊がこれから増えたことによって、それ以外の町としての収入も増えたということでは、地元の事業者の方たちもわかりやすい形になると思った。
　指標２の延べ宿泊人数というのは、これ少し疑問で、増えれば良いというものでもないと思うし、簡単に増やそうと思うと、バスツアーや学生団体などのボリュームゾーンというのは確かにまだまだあると思うが、それでボリュームゾーンを連れてきて、この町が対応できるのか、さばき切れるのかというところからすると、ここを頑張ってあげる必要は今ないのかなと感じる。
　指標３の観光満足度ついて、ホテル業界の方たちは毎日よく見てる数字だが、確かに上だけを拾わないで、悪い評価も受け止める必要がある。実際に、じゃらんさんやブッキングドットコムさんなど、私たちのホテルの評価がつけられているので、良い評価の10がいくら続いても、ある日突然に２がついたら、もうそれだけで過去365日の皆さんの成果がどんと下がる。なので、この指標の出し方としても、良いものはプラスで、悪い評価がついたときには素直にマイナスに計算する方式にしたらもう少し正確な数値が実感できると思った。
　あとは、リピーターさん、ＣＯ2の問題、確かにこれは難しい計算式ですし、事業者が何をできるかというと大変だが、逆に言うと、この前まで札幌で２年間ホテルにいたのだが、200室あるホテルのごみ倉庫が１週間でごみの山になる。そのごみが何かというと、観光客が捨てていくスーツケースがほとんど。そのスーツケースは、狸小路に１個1000円で売っているもので、お客様たちが買い物をするために買うが、最終的にスーツケースを国に持って帰れないため、荷物を段ボールに詰めてスーツケースをホテルに捨てていく。そういったごみをニセコ町はこれからどう対応できのか、事業者がスーツケースを月に200個、300個集めてどこに廃棄するのか、誰が負担するのかというところを考えると、このＣＯ２というよりは、もう少し具体的なごみの処理方法であったり、ごみがどれくらい出ていて町としてどういった取り組みができるのかを見える化していただいた方が、皆さんもどこに力を入れたら良いのかはっきりしてくると感じた。

〈委員〉
　観光に対して、こんなに議論があることが素晴らしいと思う。昔は、ニセコ町自体は僕らのことを山の方と呼び、観光とニセコの中心がかなり乖離していたことがあった。それを含めていま問題点があると思うが、町民と一つになってきて、認知されていることがまず嬉しいと思う。
　冬の数値について、かなり冬が底上げというか、引っ張っているのと思うが、夏の事業を15年くらいやっていて、周りに聞くと少ないのではないかと思う。割合としては、日本人がかなり多く、道内客がうちでいえば全体の９割、良い意味で冬と夏が大きく逆転して、日本人そして道内の方たちがニセコに訪れてくれる。これはポジティブではなくネガティブをあぶりだしていくようなことでは、ニセコがサービスがどんどん良くなって、外

国人の方に多く来てもらって、値段や高サービスができることによって、逆に今までニセコを身近に感じていた道内の方たちがニセコ離れというか、負の連鎖が起こっていると感じている。これは、コロナも明けて楽しみが増えるので、できなかったことをほかでやっているということもあるが、やはりニセコは冬も含めて来てくれる魅力というのは、圧倒的にこのパウダーだと思う。山は大きくないが、急でもなく、でも圧倒的なパウダーがあることも含めて、蘭越町になるが海を含めた自然公園法、ニセコ国定公園に指定されている。これもまた、外国人やこれから来てくださる方もなぜニセコに行くのかという、一つのポイントだと思う。そこに対して、いまニセコルールを策定されてかなり時間が経ち、リフトを使った上で管理区域外、いわゆる道有林や国定公園の中を滑るということは素晴らしいことだと思う。

この外国人の割合を、できれば国別でぜひ示していただきたい。これは、別に排他したり区別するわけではなく、外国人のどこの国かによってスキー・スノーボードのレベルがかなり異なる。30年前は、まだパウダーを滑る技術や道具、文化が少なく、ロープで囲われていたとはいえ、山頂のほうはほとんどトラックが入っていなかった。それから、文化や道具が進歩していく中で、いまそこを目指して来る外国人の方たちがいる。例えば、よくいま山麓のほうで見られる中国系の方々でいうと、割とスノーボード・スキーのレベルがまだ低く経験が少ない。まだパウダーを滑れない方が非常に多い。しかし、これがあと３年、５年してくると、オーストラリアでも日本人でもあったように、圧倒的な数が山頂管理区域外に行くということが、ある意味では魅力の一端だが、必ず起こってくると思う。そういうようなことを予測して、多く来てくれることは嬉しいことだが、その国の差はもちろんあると思うし、そこを捉えることによって、サービスや安全も高まるのではないかと思っている。

町民が誇りを持てるという観光ビジョンもあったかと思うので、そういう意味では、ニセコ観光圏として、いまはニセコ町のお話だが、やはり倶知安町に泊まられている多くの方もいて、全山を含むリフト券がある。しかし、海を含む蘭越町やニセコ連邦がある。この全体を通じて、ニセコの自然は世界に誇れる魅力だと思うので、ぜひこういった話を含めて、倶知安町と蘭越町とのニセコ観光圏というのを一歩、ここで渦を巻くような形でなんとか行政区を飛び越してやれないか。そうするともっと太い三本の矢になっていくのではないかと思う。

〈委員〉

大きな点として、やはり２つあると思う。１つは、これはニセコ町に限ったことではなく、国そのものもある種のガイドラインがあると思うが、いわゆるゴールとなるような、ＫＧＩと言われるようなものがパフォーマンスに直接関わってくるようなＫＰＩになっているので、結局、何をやったらこのＫＰＩが良くなるのかが見えづらいという様々な委員の皆さまのご指摘は、おそらくパフォーマンスの結果というよりは、なんとなくいろいろなことが起こった結果そうなるかも、というゴールのＫＧＩみたいなものがＫＰＩに多く入っているのでそういう議論が出てくると思った。例えば、旅行者数にしても、ご指摘の合った通りニセコ町がいくら５倍頑張っても、隣の自治体が10倍頑張れば減っちゃう。シェアの問題も含めて考えると、その辺の整理というのがこのタイミングでもう少しあっても良いかもしれない。

もう１つは、この指標をどなたが見るのかというところで、満足度についても星が４つ

とか、Googleやじゃらんさんみたいな星が何点あるなどのほうが消費者向けには分かりやすいと思うが、一方で、事務局がおっしゃったように、自治体や観光審議会としては、政策を決めるときにほかの自治体や世界がどうなっているかということを考えた場合、私は満足度というままでも良いという気もしている。したがって、その辺は誰向けの指標にするかという議論をもう一度詰めるというのはあっても良いかなと思う。そのうえで、やはりこれは旅行者に向けて分かりやすいほうが良い、あるいは町内の事業者さんにとって分かりやすいものであるべきだという意見があるのであれば、満足度というものは内々の指標にして、外向きには別の指標の出し方をするということがあっても良いのではないかという気がする。

細かなところでいうと、満足度は確かにポジティブバイアスと言いますが、やはり旅行者にニセコはどうでしたかと聞けば、みなさんは楽しかったと言って上振れしてくるので、満足度にしてしまうと本質的なところが見えづらいということがあるので、私は７つの尺度の最上位ということで良いかなと思っている。ただ、それだとなんとなく、ほかの町と比べたときに、他が８割なのに対してニセコが３割で見栄えが悪いということであれば、最上位満足度や満足度（最上位）という表記の仕方をしてあげれば、この分野にいる人はある程度理解できるかなと思う。ニセコは目標を高く掲げていると、７分の上位２・３個ではなく、最上位だけでやっているんだということが分かる思います。

それから、私も前回、前々回の委員でもあるのであまり無責任に言いづらいが、やはりリピーター率を下げるというのは、観光政策の分野だと、いまの潮流からして違和感がある思う。特に、観光の目標としては、成熟化というところを掲げていて、基本的にはやはりお客さんがリピートしてくださったほうが成熟するということであれば、リピート率はむしろ上げ、その代わり、例えば、町内で過ごしていただくアクティビティの種類やお金の費目がどうやって増えていくかというところを別の指標にしてあげれば、リピーター率は上がったがその分お金の使いどころが増えた、リピーター率が上がって毎回同じお客さんだが過ごし方は変わっているなど、そうするとすそ野が広がるというところにも少し繋がってくるので、その辺は少し工夫の余地があると思った。

〈観光協会〉

観光協会は、現場の業務が主で、必ずしもＫＰＩだけを意識しているわけではない。宿泊施設以外にも、飲食店や物販店の方など、普段連携している方々を考えると、日帰り観光客も入ったほうが良いと思っている。夏の観光客数が落ちているという声は、そういった方々からもいただいている。規模の小さいペンションなどの小規模宿泊施設はより影響が早く出ている。そうした足元のところもわかるような指標もＫＰＩとしてあればと思う。

消費額の部分に関して、滞在時間を延ばすことに取り組んでいる。様々なコンテンツを生み出していこうと考えているが、そうした取り組みが観光消費額につながる部分が見えてくると良い。

最後に、情報発信に力を入れている。今年、文字モニュメントや電動トゥクトゥクなど、ニセコ町らしさを考えた新しいコンテンツを生み出してきた。これは滞在時間を延ばしたり、消費を伸ばすという意味もあるが、メディアに取り上げていただいて、発信していくというところにもつながっている。ＫＰＩではなくて良いが、認知度やメディア露出回数などで示せると良い。今年はニセコ町が、「外国人が選ぶ温泉ランキング」に選ばれ

たり、「外国人が好きな駅の中にニセコ駅が入った」など、メディアの問い合わせ、素材提供の依頼をいただいている。これは、「ニセコ」というネームバリューのおかげだと思っているが、そういうところもイメージ戦略という部分で注力していきたい。

〇山本副町長
単純に１つ思ったこととして、満足度とよく言うが、皆さんのお話を聞いてると逆に不満足度を調べたほうが早いのではないかと感じる。不満足度で、例えば、どうしても交通が不便であったという方がいた場合、これを何とかしないといけないと、わかりやすくやるべきことが出てくるのではないかと思う。これが正しいかどうかわからないが、満足度を調べるよりは、きちっと痛いところが見えてきて良いかなという気がした。

〈委員〉
　先ほどの不満足度で言うと、商工会で「ここが変だよニセコの観光」というアンケートを４年くらい前に、コロナ禍の2021年くらいに実施しているので、それは１つの参考資料になるのではないか。
　あと、観光協会について、観光協会がこの観光振興ビジョンの推進役になると書いてあると思うので、そのあたりを商工観光課だけでなく観光協会が何を推進するのかというところと、次ある事象という点では観光協会なのか、そこの事象に持ち込むのは誰なのかという話がどうしてもいつも止まっていると思う。おそらく、商工観光課なり観光審議会で、目標を掲げるための途中の議論や見直しをしないでそのまま毎回終わっているような気がする。そこは誰がするのかとなったときに、おそらくこの場になると思うので、そこの役割分担をしないといけないのではないか。このあと商工観光課でまとめるというお話だが、商工観光課でまとめるのも役割かもしれないが、ある意味ではこの場でまとめるのは大変なことだと思うが、それはやるつもりで皆さん委員になられてると思うので、ぜひ活用していただいて、合意形成は難しいがそれだけ取り組まなければいけないことだと思う。

(5)その他
「北海道税を含めたニセコ町宿泊税の現状共有（資料３）」について、事務局より説明を行った。

〈米田係長〉
　北海道の宿泊税が来年の４月から導入されることに関して、町として課税免除の部分が制度として異なっている部分があるため、北海道が宿泊税を導入するにあたって、申告の方法や納入方法についてどのような方式を希望するかというアンケート調査を町内の宿泊施設さんにお配りし、実施期間が２週間ということもあり回答数は34であったが、回答結果について少しご紹介させていただく。
　北海道が宿泊税を導入するとなったときに、町でその徴収事務を受けるかどうか選択肢があり、そこをどうするかということが論点の１つになっていた。もし受けないという選択をした場合、それぞれの宿泊税を納める場所が変わってくる。ニセコ町の宿泊税はニセコ町に収めていただき、北海道の宿泊税は北海道に納めていただくというところがあったので、そこに関してもご意見を伺ったところでであった。

その点を踏まえ、全部で６項目ある中の回答として一番多かったものは、宿泊事業者さんが宿泊税を納めるにあたっては、ニセコ町に窓口を一本化して欲しいというものであった。つまり、北海道の宿泊税もニセコ町に納め、ニセコ町から北海道に納めてることで窓口が一本化になるというご意見が一番多かった。

あわせて、その制度をどうするかというところで、もともとこれはニセコ町で導入する際の議論の中でもあったが、定率制のほうがいいのかどうかも聞かせていただき、この間の９月９日から９月23日まで実施したアンケートについては、倶知安町と完全に制度を揃えるべきだというご意見が全体の55％と、回答として一番多かった。その具体的な理由が次のページになるが、ニセコ町と倶知安町は外から見ると違いがわからなというのはこれまでの審議会でもいろいろとご意見いただいてきたところではあるが、両町で宿泊施設をやられている事業者さんがいるので、やり方が違うと手間になるという部分が一番理由としては多かった。

あとは、大人や子供で宿泊料金の設定が分かれているかというところで、課税免除の部分について、ニセコ町は修学旅行などが対象だが、北海道は認定子供園という施設などの行事も課税免除にするべきだというところで、事業者さんのほうでは、修学旅行など基本的に旅行代理店からその申請が来るのでそこの確認で済むが、認定子供園などになってくるとより規模が小さくなるため、宿泊事業者さんの確認がなかなか大変になることもあり、そういうところで、例えば、大人と子供で宿泊料金の設定が分かれているかどうかを聞かせていただいたところである。

場合によっては、子供の課税免除をより広げるのかなどのご議論もありそこが２ページ目の左側の大人子供で料金の設定が分かれていますかというところで、料金設定を分けていないという回答が一番多かった。

また、宿泊税がニセコ町と北海道である意味二重にかかるため、どういう負担が増えるかというところで、やはり税額や段階が異なる点で、北海道が３段階に対してニセコ町は５段階と異なるという部分が一番大変だというところ。

あとは、申告などの方法が異なってくると、単純に手間が倍になるので、そういうところもご意見としていただいた。

ほかにも、システム改修の部分で、これは北海道が宿泊税を導入するにあたり、ニセコ町と北海道とで二重になるが、システム改修が要るがどうかというところについては、システムを使っていないという事業者さんが一番多かったが、改修は必要だというのでその改修の所要額がどれぐらいかというところが正直わからないということであった。一応、北海道はその宿泊税を導入するにあたってシステム改修にかかる部分の補助を出しているが、ニセコ町の場合は、その補助金とは別にシステムだけでなく、お客様へのご案内なども含め宿泊施設の方にご負担をおかけするので、交付金という形を取った。

最後に、３ページ目のところで、倶知安町と同じく定率制に切り替えるとしたらどうお考えですかという質問をし、賛成が22で反対が12という結果になった。賛成というのは、ニセコ町と倶知安町の両方で宿泊施設をやっていると税制が異なって手間だという部分になる。一方で、今から定率制に変更するとなると、せっかく慣れてきたところなのにその負担が増えてくるなど、いろいろなご意見があった。ニセコ町と北海道の税がそれぞれあるというところで、その徴収事務の一本化をするかしないかというところは、先日の議会で役場のほうからお諮りし、窓口は一本化する方向で条例を改正した。こちらに関して、ここでご意見を伺うわけではないが、アンケートの実施結果についてご説明させていただ

いた。

(6)片山町長挨拶

北海道の宿泊税については、本当に議論し、いろいろな提案をしたが、私が知る限りでは他の県でこれほど強引にやっているところはない。市町村にも寄り添ってやる、あるいは配分についても検討している県がほとんどであるが、北海道の場合は、本当に全く意見を聞かずに今回進めた。先般、総務部長のところに行き、いろいろお話をさせていただいて、総務部長のほうで相当議論をしていただいたが、どうしても今の状況ではこの通り進めざるを得ないという話があったので、検討していただいたのは今回初めてのことで、町としても事業者に負担をかけられないと、２つ分けるのは本当に大変な作業だと思うので、今回は町がまとめて取って北海道に払う仕組みにするということに決まった。

10月18・19日に全国フットパス協議会という全国の皆さんが集まり、ニセコの自然を楽しむ会がある。また、11月11日には、ベストツーリズムビレッジという、元観光庁長官の本舗さんがこの国連世界観光機関の日本事務所代表であり、その中には、白馬村の村長などの各トップが来る。住民の皆さんが参加する基調講演もあると思うので、ぜひ機会があれば本舗代表も含めて、名刺交換等していただければ大変ありがたい。

４期16年にわたって、ご支援賜りましたことを心から厚く御礼を申し上げる。