

令和7年度 第3回ニセコ町観光審議会 議事録

1 日 時

令和8年（2026年）2月12日（木） 14:00～16:00

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、桑添委員、石黒委員、玉尾委員、
高井委員（7名）

ニセコ町 田中町長、山本副町長
（事務局） 商工観光課 馬淵課長、市原参事、米田係長、久保主事、勝木主事

オブザーバー 株式会社ニセコリゾート観光協会 中野事務局長

4 内 容

(1) 田中町長挨拶

前回の開催は私の就任直後ということもあり、特に宿泊税の使途ならびに定額から定率への移行方針についてご議論いただいた。ご承知の通り、昨年12月の定例議会において様々なご意見があったが、ニセコ町は定率を見据えて検討を進めていくことについて、議会からも承認をいただいたところである。

本日の観光審議会は、後ほど事務局から説明がある通り、ニセコ町観光振興ビジョンの中間点検が議題の中心である。また、冒頭に申し上げた宿泊税の活用事業について、現状の案を改めて報告させていただきたく、議事に追加している。

ニセコの観光について、昨年末は雪がなかなか降らず非常に心配な部分もあったが、ニセコ町独自の統計によると、1月単独で見れば過去2番目に多い降雪量であり、ほぼ毎朝パウダーが降る恵まれた環境であった。観光事業者の方々もお忙しいことと思うが、引き続き宿泊税や観光振興ビジョンを含め、持続可能な観光、ニセコ町らしい観光について、委員の皆様から忌憚のない意見をいただき、ニセコの観光をより良くすべく前に進めていければと思う。

(2) 議題

「観光振興ビジョンの中間点検について（資料1）、観光振興ビジョン中間点検公表イメージ（資料2）、令和8年度ニセコ町宿泊税活用事業案（資料3）」について事務局より説明を行った。

〈米田係長〉

まず1点目の指標の見直しについて、これまでの審議会でもいただいたご意見を踏まえ、事務局としての案を提示する。

指標1「観光消費額」については、2022年度に目標を達成したが、これはコロナ禍のリベンジ消費の影響があると考えられる。内訳を見ると、日帰り宿泊の目標がある中で、宿泊部分が伸びていない現状があるため、目標値は変更しない方向で考えている。

指標2「延べ宿泊者数」については、観光消費額ともリンクするが、グリーンシーズンははじめとした宿泊を促していくため、実宿泊者数と延べ宿泊者数をそれぞれ伸ばす目標を変えずに維持したい。冬場の占有率が高い現状（ピーク率）について、23年度・24年度はほぼ半分程度を占めているため、アウトプットにおいてはピークの平準化、ピーク率の低下を目

指す記載ができると考えている。

指標3「観光客満足度」は、アンケートで「大変満足」と答えた方の割合を表している。2022年度に30%という目標を達成しているため、目標を40%に上方修正するとともに、名称を変更できればと考えている。一案として「観光客大変満足度」などがあるが、名称についてご意見をいただきたい。なお、不満足のを割合を下げることも重要とのご意見もあったが、不満足のを割合自体が低いため、指標としては「大変満足」の割合が適切と考えている。

指標4「リピーター率」については、リピーター率を下げる（新規を増やす）ことは成熟した観光地域づくりにおいては難しい面がある。当初の意図は「新たにきていただく数を増やすことが大事」という点にあったため、数値目標は変えずに名称を「新規来訪率（仮）」とし、見せ方を変える形を提案したい。

指標5「宿泊者1人1泊当たりのCO2排出量」については、環境に関する取り組みの総数も記載すべきとの意見もあったが、宿泊関係の指標としてそのまま残し、目標未達成のため変更しないこととする。

指標6「観光で生活が豊かになると思う町民の割合」についても、目標未達成のため変更は考えていない。ただし、どうすれば生活が豊かになるかを示すため、観光産業が町内事業所や雇用に占める割合、人口千人当たりの飲食店数、商工会員数などを提示し、他地域と比較して多いことを見せることで、生活の豊かさを実感できるような見せ方を検討している。

2点目の中間点検のアウトプットについては、資料2の通り、観光振興ビジョン概要版のような、そこまで分量の多くない形をイメージしている。中間点検の位置付け、宿泊税導入による施策実施状況、KPIの進捗状況、宿泊税を活用した中長期的な事業（地域内交通、観光施設、ごみ問題等）を記載する形でアウトプットしたい。

(3)意見交換

議題について、意見交換を行った。

〈米田係長〉

候補として「観光客大変満足度」と置いているが、「トップボックス率」や「最上位項目率」など、シンプルにした方が分かりやすいかとも考えている。名称として洗練されていない懸念もあるため、参考になる事例があればお知恵をいただきたい。

〈委員〉

「観光客満足度」とし、注釈で「尺度7段階のうちの上位2段階」などと書くのが一般的であり、世界的にも多い。「大変満足度」は日本語の語呂が悪く、「大変」がどこにかかるか不明瞭であり、ニセコ町の洗練されたイメージに合わない。シンプルにするならば「観光客満足度（7段階中上位2段階）」といった書き方が良いと考える。

〈委員〉

観光消費額の内訳（10ページ）について疑問がある。総数として2023年度、2024年度と減っているが、内訳を見ると宿泊客の部分で減少し、さらに単価が減っている。特に2024年度は大きく減少している。

また、2024年度は入込数も減ったが、1人当たりの平均宿泊数（連泊数）が一気に増えたため、延べ宿泊者数は前年と変わらない数字になっている。なぜ宿泊者が減り、一方で平均宿泊数が一気に増えているのに単価がこれほど減っているのか。

〈観光協会〉

倶知安観光協会とも共通する傾向だが、実人数は減ったものの冬の連泊数が増えた。単価の減少については、北海道庁の観光統計によると夏の道内宿泊客数が減ったことが影響している。冬は伸びているため、年間トータルで見るとこのような数字になる。月ごとに見ればより明確になるだろう。

夏の連泊数は変わらず、人数が減り、延べ人数も減る。冬は宿泊客実人数はそれほど伸びないが連泊数が増えた。外国のお客様の連泊が増えた結果、収入的には変わらないという話を宿泊事業者から聞いている。

〈委員〉

顧客満足度（13ページ）について、2024年度は32.2%で、2022年度の40.1%から下がっている。14ページの内訳を見ると、2024年度の夏は32%、冬は43%が満足と回答しているが、データ件数（N値）が夏は549件に対し、冬はわずか7件しかない。圧倒的に夏のデータに引っ張られており、平均32%となっている。

傾向として夏より冬の方が満足度が高いと読み取れるため、夏と冬のデータ件数を同じにするだけでも満足度は高まるのではないか。2022年度の40%という数字も、夏と冬のバランスが取れていた可能性がある。2024年度の32.2%はそのまま受け取ってはいけない数字という印象を持った。

〈観光協会〉

連泊すると1人当たりの単価は上がるはずである。66,000円という数字は冬の連泊の方の割合も含めての平均消費額であれば、上がるのが自然だと思われる。

〈委員〉

ホテルの料金設定として、連泊客を取り込むための「連泊割」がある。特に比羅夫地区のコンドミニウムやラグジュアリー層向けには、冬場は3泊以上や5連泊以上での無料宿泊提供、「ベーシック・ステイ制度」などを奨励しており、結果として1泊当たりの客室単価は下がることになる。

〈委員〉

1人1泊当たりの単価であれば下がるのは理解できるが、資料は「1人当たり」となっている。滞在日数が増えれば、基本的には総額は上がらないとおかしい。トータルでニセコ町内に滞在している1人当たりの単価なので、連泊率が上がってれば本来は上がるはずである。

〈米田係長〉

N値について、2022年度は夏季768人、冬季90人であり、2024年度とは数が異なる。この調査では満足度と消費額を聞いているため、冬のN値が少ないことによって全体的な単価が押し下げられている可能性が考えられる。連泊が増えれば単価は上がるはずだが、N値の偏りが影響していると思われる。

〈委員〉

この数字の取り方って非常に難しいというか、冬場の7人の意見を聞いて、この数値を導き出しているというところ。この部屋にいる人数より少ない人の話から導き出されてるっていうところに、ちょっと難しさを感じる。そしてそもそもこの、数字のとり方だが宿泊、延べ人数だとかは、今現在どの辺の数字からとっているのかなっていうのを教えていただきたい。

〈米田係長〉

宿泊者数は年2回（上半期・下半期）、宿泊施設へ調査票を送り回答いただいている。回収率は100%ではないため、回答があった施設の人数と部屋数から拡大推計を行って数字を出している。

会社の方針として、ニセコ町だけでなく、国などにも提出していない事業者もいるが、それ以外については基本的には、ご協力をいただいている。

〈馬淵課長〉

個別の数字は公表できないが、宿泊税導入により、今後は正確な延べ宿泊者数が出てくる。ただし、日本人・外国人の内訳などのデータはないため、従来通り回答からの推計で振り分ける作業になる。

〈委員〉

宿泊税が始まったのが2023年の11月から、ここから数字の取り方が変わってくるかなと思う。これからは、宿泊税のカウントから正確な延べ宿泊者数が分かるということである。

こうしたところから例えば北海道新聞が1月にも報道していたが、倶知安町とニセコ町を対比して、報道されたりする。今回こうした数字の出し方やビジョンのKPIの項目等についても、参考までに倶知安の事例があればいいのではないか。

〈市原参事〉

延べ宿泊者数はそれぞれ施設様に聞いている。満足度の話は、ニセコ観光圏でやってる事業で、通年ではなく夏季と冬季に実施しており、7.8.9月と11.12.1月の数字を集めて満足度を出している。宿泊単価も、そこで聞いた人に、旅行でいくら使いましたかといった形で聞かせていただいている。

ここ2年ばかり回収数のN値が500台という一方で、2024年度の冬のN値が7という点は大きな課題だと思っていたため、今年から少し手法を変えてポストカードを使って、それぞれ主要施設の皆様に配って、そこで宿泊していただいた方に、2次元バーコードで登録をいただくという手法をとった。

現在最終集計中だが、最終的なN値として700前後程度を見込んでいる。

また、海外の方もちゃんと取りたいという観点から、英語版の調査様式もつくり、調査を実施している。また、去年までは人が集まるところに行き、聞き取り調査をしていたので、2024年度と2025年度でいうと中身が変わってくる可能性は大きいと思っている。

〈委員〉

基本的にはまだ完全にオンラインなどで、合理的にできてないというのが今の日本の現状であり、私が今道内で関わっているところも、大体四半期に500で通年2,000ぐらいを取っているが、留学生とかを派遣しながらお金をかけて対面でやらないとなかなか正確に出てこない。そのため、おそらくあと5年ぐらいすると紙でやって入力してとかよりは合理的になると思うが、今そういう意味では自治体さんとして、負担がかかってしまう過渡期かなという気がする。その上でやはり、正確な数字が必要なのであれば、宿泊税などをしっかり充当して正確な数字をとるのも1つだと思う。

調査された方を批判する意図は全くないが、なかなかN7でKPIにしていくというのは少し勇気の要る判断かなと思うので、その辺は資料の出し方含めて、検討してもいいかもしれないと思う。

〈観光協会〉

満足度とか消費額はアンケートでしか把握できないが、ニセコ町あるいはニセコエリア内での宿泊費や交通費等を回答するようなアンケートであり、回答負荷が高いため回収率は下がってしまう。それを補うために対面で丁寧に説明するというやり方が一番望ましいけれども、お金と時間がかかる。今主流になりつつあるのは、ポストカードとか、ポスターにQRコードを張ってとか、そういうやり方で、コストを抑えつつ、幅広くいろんな方にとっていただくというのがある。

回答率や正確性を高めるために、景品を用意するなど工夫をしているところだが、ニセコ町は観光圏エリアでまとめて実施しており合理的である。アンケートのとり方は日進月歩なので、他の地域なり、国際的な事例とかも含めて進化していけばいいかなというふうに思っ

ている。

海外のホテルではフロントの負担が大きいので一般的ではないが、チェックインのときにアンケートを渡してもらうなどしている。それは観光局とかDMOの権限が強力なところの取組で、みんなで正確な数字をしっかりと取って、マーケティングに生かしていこうという考えだと聞いている。

〈委員〉

資料に示された数字の関係性、特に観光消費額目標530億円と宿泊者数目標80万人の整合性について確認したい。

現状の58万人から80万人へと宿泊者数を大幅に伸ばす計画であり、内訳を見ると宿泊入込数40万人に対し延べ80万人、つまり1人当たり2泊する計算になっているようだ。しかし、宿泊客数が約25%も増加する目標であるにもかかわらず、消費額目標がそれに比例して伸びていない点に疑問を感じる。

この数値は何を優先して導き出されたのか。消費額目標530億円ありきで逆算して割り当てたのか、あるいは物価上昇や客層の変化（日本人客増による単価減など）といった消費動向を反映した結果、1人当たりの消費額が下がるという具体的な理由があるのか。

通常であれば、宿泊客数が増えれば消費額も増加するはずだ。現状の単価維持や今後の物価上昇を考慮すれば、単価設定を見直し、目標額をより高く設定する考え方もあるのではないか。80万人という高い宿泊者目標と、伸び悩んでいるように見える消費額目標との関係性について、具体的な算出根拠や説明を求めたい。

〈米田係長〉

2028年度の目標自体はビジョン設定時のままであり、今回は変更していない。80万人を目指す点については、2024年度の1人当たり1.77泊をもう少し伸ばせると考えている。日帰り単価はすでに目標の1万5000円を超えているため、そこを上乗せして目標額（530億円）を550億円や600億円に上方修正する検討はあり得る。

〈委員〉

物価や宿泊代金の上昇が想定以上にあるならば、現状を踏まえて目標設定を見直すべきではないかという疑問がある。

リピーター率の考え方について、新規顧客を増やすんだっていう考え方で新規来訪率30%という数字を出しているが、実はこれ計算すると80万人の目標に達成するためには、今45万人いるリピーターを56万人にするっていう数字になる。80万人の3割だから24万人が新規だとすると、残りの数字がリピーターということになる。リピーターの数はずえている一方で、リピーター率が下がっているというのは、見え方として、誤解を与えてしまう可能性があるため、新規顧客を取りに行くだけというよりは、ここの数字自体がもうすでにリピーターも増えるのが前提になっているので、表現の仕方とかを工夫された方が逆にいいのかなと。

〈観光協会〉

観光振興ビジョン本編に算出根拠を記載しており、延べ宿泊者数は当時の1人当たり平均泊数1.42泊を2泊に伸ばす想定で算出している。観光消費額は、消費単価×日帰り客数と宿泊単価×宿泊客数の想定値を足し合わせたもので、単価は当時のまま維持する想定であり、物価上昇分は加味されていない。

物価上昇分を加味するかは難しい問題だ。中間評価で消費単価が上がっているとしても、それがニセコ町での消費増（高付加価値化や酒類消費増など）による成果なのか、単に原材料費高騰などの社会的要因によるものなのか、議論が必要だ。現状を評価した上で、次期目標としてふさわしい数字を検討するのが良いだろう。

〈委員〉

本来は物価上昇率を加味すべきだが、単独自治体での設定例は少なくやむを得ない。ただ、旅行者の支出構成が見えないため、宿泊客が減っても物販が伸びれば目標達成できてしまう懸念がある。統計制度の話に戻るが、宿泊、物販、飲食など項目ごとの議論ができると良い。

また、新規顧客獲得にどこまでこだわるべきか疑問だ。夏の集客が課題でリピーターだけではカバーできないという文脈なら理解できるが、ニセコのポジショニングや成熟度を考えると、総量を増やし続けること、特に新規客を原動力とすることに違和感がある。

〈委員〉

2020年等の高いリピーター率はコロナ禍の移動制限によるものだろう。リピーター率を下げる（新陳代謝を図る）という考え方は、コロナ禍特有の議論だったのか確認したい。リピーター率はサービスへの評価・満足度の表れであり、高いほど良いと考える。

リピーター率が高いということは、その地域のサービス等に対する評価、満足度が高い、そういったことの表れだと思うので、リピート率が高ければ高いほどいいのかなと思っています。もし以前にそういう考え方があったのであれば、その理由を参考までにお聞きしたいなと思う。

〈馬淵課長〉

当時の議論では、リピーターを大切にしつつも、既存客ばかりでは伸びしろがないため、持続可能性の観点から新規顧客を獲得し新たなリピーターへ繋げるべきという意図で、リピーター率を下げる（新規比率を上げる）目標になったと聞いている。

〈委員〉

例えばインバウンド等の新しいマーケット、例えば既存のオーストラリアの冬だけでいいのかとか、アメリカが増えてきたけど、東南アジアはどうするんだといった議論の中で新しいマーケットっていうようなことが出てきたかもしれない。しかし観光地としての基本的な理想は何にもやらなくても毎年決まったお客さんが来てくれる。あるいは冬は混んでるから夏に来たら、夏は意外にいい、では私たちは夏に行きましようという状態が理想かなと思うので、そういう意味でも、もしコロナ禍での議論なのであれば、コロナが終わり現在は状況が定着しており、リピーター重視へ切り替えても良いのではないかな。

〈観光協会〉

リピーターだとそれ以上もう増えないので夏は新規顧客をどんどん増やさないといけない。新規顧客を開拓して夏の日帰り客あるいは宿泊客を増やしていくことが必要だろうといった議論をしている。

例えば一番メインの顧客層である札幌圏の方々からも、やっぱり高いという報道とか冬のイメージに引っ張られてしまうとか。最近少し増えている道外の方に対しても、同じことをいわれてしまうので、夏のニセコ町の魅力をどう発信していくかとかを考えていきたい。一番開拓したいのは、インバウンドである。ニセコ町のコンテンツは、台湾とかアジアの方にもすごく評価が高いものが得られるであろうと思っており、そこにどんどんプロモーションしていきたいという議論をしている。夏の新規顧客とかインバウンド、道外の方を増やしたいというメッセージを入れると、結構しっくりくるなと思う。

〈委員〉

リピーター率で見ると、実数は増えているのに率が下がって見え、悪い印象を与えかねない。リピーター数や増加率、新規顧客獲得率などで表現し、どちらも伸ばしていることをアピールすべきだ。

〈委員〉

見え方の改善として良い提案だ。業種や地域によってリピーターと新規のバランスの考え方は異なるが、リピーター数が増えているなら、それが伝わる書き方を検討してほしい。

〈市原参事〉

補足として、本調査はニセコ観光圏として全国同一の様式を用いており、10年以上継続して実施しているものである。しかし、先週「来訪者満足度調査検討委員会」が立ち上がり、私も委員を務めているが、調査内容の見直しが必要であるという議論が始まっている。そのため、来年か再来年には調査の捉え方や手法自体が変わっていく見込みである。

リピーター率に関しては、実は「2回目」から「10回目以上」まで回数別にデータを取得している。例えば2022年のデータでは、2回目が9.8%、10回以上が32.2%といった回数別のデータを把握できている。現状はこれらをまとめて「リピーター率」として公表しているため、詳細な実態が見えにくくなっている側面がある。ご指摘の通り、データの見せ方を工夫する必要があると感じており、ベースとなるアンケート項目自体も今後変更される可能性がある。

また、消費単価・宿泊単価については、冬はピーク期であり高単価だが、夏は閑散期で安価になる傾向がある。夏客を増やそうとすれば、全体の平均単価は下がる方向へ動くという構造的な要因も考慮しなければならない。

物価上昇率については、目標設定時には考慮されていない要素である。今後、実態との乖離が大きくなれば変更を検討する必要はあるが、基準を変えらるとなると、前述した「夏客増加＝単価減少」という動きとの整合性も含めて考える必要がある。

〈委員〉

新しい指標の「豊かになると思う町民の割合」について、主観的な「思う/思わない」だけでなく、客観的な数値で示せると実感につながるのではないか。例えば、宿泊税や観光税収による町の収入増、各事業所の売上、個人の所得などだ。

また、DMOの更新要件にある「観光事業者の給与所得向上」なども参考になる。求人情報等からデータを収集し、「豊かになっている実感」がなくても、実際に数値として上がっていることを示すことが重要だと考える。

〈委員〉

「生活が豊かになる」という指標は主観的で曖昧だ。「豊か」の定義も不明確で、「なる」という表現も将来予測のようで分かりにくいと感じている。観光による経済波及効果の「見える化」として、2点提案したい。

1点目は、過去のレポートにある「町内調達率の低さ」に着目することである。観光で稼げていない要因として挙げられていた数字を検証・提示してはどうか。

2点目は、隣接する観光協会が取り組んでいる「産業連関の数値化」を参考にすることである。観光業と農業など他産業との繋がりを可視化し、観光が住民にもたらす幅広い恩恵を示す取り組みだ。具体的にどのような可視化を想定しているのか検討してほしい。

〈委員〉

ニセコ町を住みづらいつと感じる人は転出しており、残った人の意見だけで「豊かさ」を測るのは危険だ。観光投資による地価高騰などで住民生活が圧迫されている側面もあり、バランスを取る線引きが課題ではないか。

また、人件費高騰で介護施設などに人が集まらない問題や、家売って札幌へ移住する人が増えている現状もあり、誰が町に残るのか懸念している。観光中心の豊かさを追求すると、住みづらさを感じる人はさらに流出してしまうのではないか。

〈米田係長〉

新規来訪率については、リピーター増よりも新規増の割合が高ければ率は下がるため、当時の意図としては新規獲得を重視した指標だったと推察する。しかし、委員の指摘通り実数が増えているなら、率ではなく「新規来訪者数」や「リピーター数」の実数を指標や参考データとして併記し、両方を増やしていく姿勢を示したい。

「豊かになると思う町民の割合」の指標について、委員指摘の「町内調達率」はRESASの地域経済循環分析（2022年）で見ると、倶知安町110%に対しニセコ町は70%となっている。これを即座にKPI化するのは難しいが、向上を目指す記述は可能だ。

委員指摘の「所得」については、市町村別所得比較（課税対象所得÷納税義務者数）の資料を作成した。近隣町村や「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」選定地域（白馬村等）と比較すると、ニセコ町は上位に位置している。産業別データが出せないため指標化は難しいが、DMOの観点ともリンクするため、アウトプット資料に補足情報として記載することを検討したい。

〈観光協会〉

ニセコ町の域内調達率が低いのは、経済圏の構造的な問題もある。飲食店やホテルは地元食材の調達に尽力しているが、クリーニング等の大規模サービスは倶知安や小樽などの拠点都市に依存せざるを得ない。人口5000人規模の町ですべてを完結させるのは限界があり、単純に倶知安と比較して本社誘致を目指すような方向性は違うのではないか。規模感や役割分担を踏まえた指標の検討が必要だ。

〈米田係長〉

中間点検のアウトプットについては、2023年度から2025年度にかけての施策実施状況とKPIの進捗をグラフ等を交えて示す予定である。宿泊税の充当に関しては、観光振興ビジョンの施策とリンクさせ、地域交通や観光施設、ごみ対策といった中長期的な活用事業も含めて、ページ数を抑えつつ提示したいと考えている。

次に令和8年度の宿泊税活用事業案について説明する。本案は町として議会に提出する予算案であり、現時点では未承認のものである。

資料1 ページ目の大きな柱部分に変更はないが、2 ページ目の「地域内交通の充実」に関しては、見積もりの精査や全体バランスの調整を行い、宿泊税充当額の合計を8,111万円としている。資料上の記載について、太字が宿泊税の充当額、括弧内が事業費総額を示している。例えばカーシェア事業の場合、総事業費449万円に対し、他財源も活用するため宿泊税充当額は112万円となる。

3 ページ以降が前回の審議会から変更された点である。まず「観光地の魅力向上」について、財政調整や町長・副町長との協議の結果、従来は一般財源で実施していたハロウィンイベントや町内の飾り付け等についても、受入環境整備や観光地の魅力維持・向上に資する部分として、宿泊税を一部充当する方針とした。

4 ページ目の「観光協会等のさらなる強化」における人材確保等については、宿泊税だけでなく他財源も活用することで、前回提示した宿泊税充当額より減額しているが、総事業費自体に変更はない。

5・6 ページ目の「持続可能な観光地域づくり」については、冬季のスキー・スノーボード客による怪我など、観光客由来の救急活動が増加している現状がある。消防に確認したところ、観光由来の経費が全体の約2割を占めるとのことであったため、この部分に宿泊税を充当する予算を計上している。

最終的な予算規模として、各事業の合計は2.1億円となる。財源は、宿泊税収見込みの1億7650万円に加え、積み立てている基金を一部活用する計画である。なお、税収が上振れした場合には、将来的な中長期活用事業の実施を見据え、基金への積立等も検討していく。

〈委員〉

交通事業者としての取り組みを、「安全で快適な受入環境整備」の実績として加えていただきたい。

具体的には、ニセコ観光圏の支援により導入したバスロケーションシステムがあり、昨年からはGoogleマップ等でバスの位置情報が確認可能となっている。

また、ニセコ町・倶知安町の支援により、地域の観光型バス路線のほぼ全てでクレジットカードのタッチ決済を導入済みである。

さらに、スキー場の支援で整備した車内Wi-Fiに加え、今年の周遊バスに関しては宿泊税を活用して実施している。これらは重要な受入環境整備の実績であるため、記載を検討いただきたい。

〈委員〉

今回のアウトプットは、町民へ広く周知する予定か。

〈米田係長〉

観光効果の「見える化」を含め、町ホームページやLINEでの周知は考えているが、現時点で全戸配布までは想定していない。

〈委員〉

資料2を一見した町民の率直な感想として、宿泊税やKPIの進捗について理解しにくいのではないかと懸念する。観光振興ビジョン本編には詳細があるのだろうが、概要版だけでは伝わりにくい。

宿泊税活用事業については、住民の豊かさや暮らしやすさ、特に住宅問題への言及があると嬉しい。観光従事者や事業者に目が向きがちだが、住民の住宅確保は切実な課題だ。クールシュベルやウィスラーのように、住民専用の土地や住宅施策に宿泊税を充てる事例もあるため、そうした視点が少しでも盛り込まれることを期待する。

〈委員〉

アウトプット資料の構成（1、2、3）のリンクが分かりにくい。基本戦略、施策、KPI、宿泊税活用事業の5つの柱がどう繋がっているのかが見えにくい。

例えば「地域内交通の充実」という施策は、どのKPI（観光消費額、宿泊者数、満足度など）を改善するために行うのか。SDGsのバッジのように、基本戦略と施策、改善を目指すKPIの紐付けを明確にすべきだ。

〈観光協会〉

観光協会では、基本戦略の前提となる「ビジョン」について頻繁に議論している。「観光客にも住民にも信頼される国際リゾート」というビジョンは抽象的であるため、これをどう解釈し、具体的な政策に落とし込むかが課題となる。その過程で、必ずしも数字で表せない成果もあると考えている。例えば、今年設置した文字モニュメントなどは、設置場所でのカウント等で数値化することは可能かもしれないが、それよりも現場での「手応え感」といった定性的な評価の方が実態に近い場合もあるのではないか。

今回の中間点検においても、まず冒頭でビジョンを提示すべきだと考える。ニセコ町の観光が何を狙っているのか、ビジョンの下にある3つの将来像がどのように基本戦略に紐付いているのかを示した上で、ビジョンの達成度を評価する必要がある。達成度は数字だけで測れるものではないため、我々の議論や現状分析を踏まえ、「理想にどれくらい近づいたのか」といった定性的な評価や「コロナ禍の影響について」といったプロセスも含めて記載することで、次のステップに繋がるアウトプットになるのではないか。

〈委員〉

観光に関わっていない町民にどう実感してもらうかが重要だ。KPIの進捗（数字の増減）だけでなく、その数字を達成するために具体的にどのような施策（例：ドギーバッグ導入等）が行われ、それが環境負荷軽減などの形で生活にどう影響しているのか、という逆の視点からの「砕いた説明」が必要だ。細かな施策がどの基本戦略やKPIにつながっているのかを示すことでつながりをイメージしやすく、数字の根拠や施策への理解、協力が得やすくなるのではないかな。

〈委員〉

施策とKPIのリンクが見えにくいという点に同意する。予算額にも限りがあるのでKPI達成状況に応じて、施策の継続・廃止や予算配分の判断基準が明確になるような構成にすべきだ。現状では「何のための宿泊税か」「何のための施策か」が見えにくい。

〈委員〉

行政文書としては網羅的で問題ないが、町民向けにするのであればリンクを明確にし、観光の貢献度を強調して伝える工夫が必要だ。また、宿泊税の経済効果や住民税換算でのメリットをビジュアル化して示すなど、分かりやすさを意識すべきだ。さらに、審議会で議論していること自体ももっと周知して良い。

〈委員〉

「ニセコ価格」報道への対策としてオウンドメディアでの情報発信を行うとのことだが、ターゲットとゴールを明確にすべきだ。「ニセコは普通」と発信して客足が戻るのか、発信後の反応や結果まで検証する必要がある。炎上や刺激的な報道の方が拡散されやすいため、単なる情報発信だけでは「焼け石に水」になりかねない。YouTuber等の発信とのギャップに悩む住民もいるため、実施するなら効果検証を徹底してほしい。

〈馬淵課長〉

委員がおっしゃった通り、中には効果がなかなかすぐ数字に表れなかったり、検証が難しかったりするものもある。ただこのオウンドメディアの情報発信に関してはやはり始めたばかりで、きちんと効果検証してそれを持続するかどうかは、一旦3年を目処にしようという話はしているので、のべつ幕なしに、なんでも実施していくというものではない。

炎上型報道に対抗し、私たちもそこに対抗すべく、当初はYouTuberを招き、「ニセコは高いだけではない、手頃な価格で食事もできる」といったポジティブな情報発信を行った。しかし、そうした発信の効果は一時的であり、どうしても「ニセコ価格＝高額」というセンセーショナルな報道や炎上型の情報の方が人々の印象に強く残ってしまい、現在でもそのイメージが払拭できていないのが実情である。

ニセコには確かに高価格帯なお店もあるが、一方で手頃な価格のお店も存在するというのが実態だ。しかし、この多様な実態を正確に伝える手段が現状では不足している。そこで、ニセコ町民自身がニセコ町の魅力をプレゼンテーションし、正しい情報を発信していくためのコンテンツ制作に取り組んでいるところである。

今後は、この取り組みの効果や反応をしっかりと検証していく。その結果を踏まえた上で、継続すべきか、あるいは効果が見込めないため中止すべきかという判断を下していきたいと考えている。

〈米田係長〉

オウンドメディア「サイコーニセコ」は開設から約1ヶ月半でアクセス数1,600件、PV数5,000件程度。札幌エリアからのアクセスが最多で、国内向け情報発信として一定の成果が見えるため、そこを実績として示していきたいと思っている。

また、宿泊税の充当実績（周遊バス利用者数、タクシー不足解消率等）も可視化していき

たい。

資料の冒頭に観光振興ビジョンの概要を追加し、観光効果の「見える化」項目（飲食店数等）を別立てにするなど構成を見直す。京都市の事例（宿泊税による経済効果等）も参考に、将来的には効果測定を行いたい。KPIと施策、宿泊税の紐付けを分かりやすくビジュアル化する案があれば、ぜひご教示いただきたい。

〈委員〉

提案として、ニセコ町が目指す観光の姿（観光振興ビジョン）を町民に広く周知する取り組みが必要ではないか。この10年計画のビジョンや、宿泊税の導入目的について、詳しく知らない町民も多いと思われる。

広報誌等で特集を組むなどして、「自分たちの暮らしと観光は無関係ではない」ということを分かりやすく伝えていくべきだ。ビジョン本編には、観光協会だけでなく、町民、事業者、商工会、行政それぞれに役割があることが明記されているが、この点はあまり知られていない。

例えば、子どもが見ても分かるような図解（ポンチ絵）などを用いて、細かい数値目標よりも、「ニセコ町は観光をどう考えているのか」「そのための財源として宿泊税があり、それが皆さんの暮らしにどう役立っているのか」といった全体像や関係性を直感的に伝えることができれば、理解が深まるのではないか。そうした発信が広報等で大きく取り上げられれば、オウンドメディア「サイコーニセコ」への関心も高まり、アクセス数増加にも繋がると期待している。

〈委員〉

今回は3月中の開催を目指しているが、それに先立ち、審議委員の皆様にもご都合をつけていただき、事前勉強会のような場を設けたいと考えており、そこで商工観光課や観光協会、各事業者がそれぞれ取り組むべき事項や役割分担について整理を行いたい。

この事前勉強会を通じて、観光協会や商工会の在り方、宿泊税の点検などについて審議会としての意見を醸成できると考える。外部の知見なども活用しつつ、ニセコ町ならではの豊富なデータを多角的に分析することで、審議会としての知識を深め、より充実した審議ができるよう準備を進めたい。具体的な日程等については、改めて個別にお声掛けさせていただく。

5 閉会挨拶

〈山本副町長〉

本日は深い議論をいただき感謝申し上げます。特に産業連関など、町民が「観光があって良かった」と実感できる指標は非常に重要だと認識している。産業連関については、改めて調査を行うことや、来年度は倶知安町と連携して実施する話もあるため、そうした取り組みを通じて観光効果の「見える化」を進めていきたい。

〈田中町長〉

本日は審議会の進め方を改善したこともあり、2時間があったという間に感じるほど活発な議論をいただいたことに、改めて御礼申し上げます。

ニセコの観光は、指標を見る限り満足度が極端に低いわけではなく、着実に前進していると認識している。しかし一方で、住民が観光の恩恵をどこまで実感できているか、あるいは観光投資による満足度の低下が起きていないかといった課題も見えており、観光地として成熟したフェーズに入っていると感じる。

観光協会の体制強化も含め、今はニセコ観光にとって「第2の飛躍」に向けた重要な分岐点であり、過渡期にあると捉えている。そのため、審議会での議論はもちろん、宿泊税に関する町内認知度の向上など、引き続き重要な取り組みを進めていく必要がある改めて認識できた。

宿泊税は目的税であり、直接的な住民利益への還元が難しい側面もあるが、定率・定額の議論の中で、救急や除雪、処理といった町民生活を守るための財源確保という視点も重要視された。これを踏まえ、従来一般財源で賄っていた事業についても、本来宿泊税を充当すべきものについては活用していく提案を議会に行う予定である。

そういう意味ではこの1年はまさに過渡期となるため、委員の皆様にはそれぞれの立場から、引き続き忌憚のないご意見とご支援を賜りたい。

以上