

第 203 回 まちづくり町民講座

ニセコ町における観光に関する アンケート調査の結果について

公益財団法人日本交通公社

環境計画室長 中島 泰



Venice Tourism May Never Be the Same. It Could Be Better.

The pandemic crushed the tourism industry in Venice and other overtouristed cities. But many see this as an opportunity to rethink a “tourism monoculture.”



導入：持続可能＝健康な観光地とは

オーバーツーリズム? ①

毎日新聞 記事(2019年2月15日)



オーバーツーリズム? ②

SankeiBiz 記事(2019年5月3日)



観光によるネガティブな影響の例

① 自然資源の劣化や枯渇



② 騒音や水質汚染の発生



③ 生物多様性への悪影響



④ 無秩序な都市化や乱開発



⑤ 地域のコミュニティや生活への悪影響



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組①



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組②



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組③



1990年代以前のカンガルー島

- プロペラ機でやって来る、比較的高単価な観光客
- 人口密度の低い島に、多くの野生動物・すぐれた景観
- リラックスした島民生活

大型フェリーの襲来



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組⑥

日帰り客ばかりになるのでは?!
それでは島にお金が落ちないぞ!



のんびりとしたカンガルー島の
日常が失われちゃうの?!



電気や水は足りるのかな。
ゴミも増えるだろうし、
環境破壊が心配だなあ・・・。



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組⑦



役場はこの問題をどう考えているの!!



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組⑧

ただ不安とばかり言っても
何がどう不安なのか分かりません。

しかも不安の内容は、
人によって違うのではないですか？

ここはひとつ、皆さんで
何がどう不安なのか
具体的に挙げてみませんか??



持続可能な観光とは -カンガルー島の取組⑨



住民A

どうせ島に来てもらえるのなら、島の文化や歴史に興味のある人に来てもらいたいと思うわ。

最低でも3泊は滞在してもらえないと商売が成り立たないよ。



住民C

カンガルー島らしい、平穏で落ち着いた生活を守ってほしい。

アシカやカンガルー、野鳥などの貴重な野生生物を守らなくっちゃ。



ホテル経営者B



研究者D

持続可能な観光とは -カンガルー島の取組⑩



皆さんのおっしゃるとおり
どれも島にとって大事なことです。

どれも気にしていたようで
実際は漏れがあったかもしれません。

これからは、島として守りたい大切なものを
リスト化して残しておきましょう。

そして、大切なものがおかしな方向にズレていないか、
皆で協力して定期的にモニタリングしていきましょう！

カンガルー島の健康診断項目（抜粋）

- 地域住民の視点 – 住民の観光政策に対する満足度 等
- 事業者の視点 – 平均宿泊数、平均消費額 等
- 観光客の視点 – 観光客満足度、観光客数 等
- 地域資源の視点 – アシカ生息数、ごみ排出量 等

上記項目を含めた15項目を設定
目標数値を決めて、毎年、結果を計測して公表する

重要なこと：持続可能な観光の4要素

地域を支える経済



四方よし
Win-Win-Win-Win



地域住民の
安心できる暮らし

観光客が
満足できる体験



地域の宝（自然・文化）

コロナ後を見据えた観光戦略 - ノルウェー

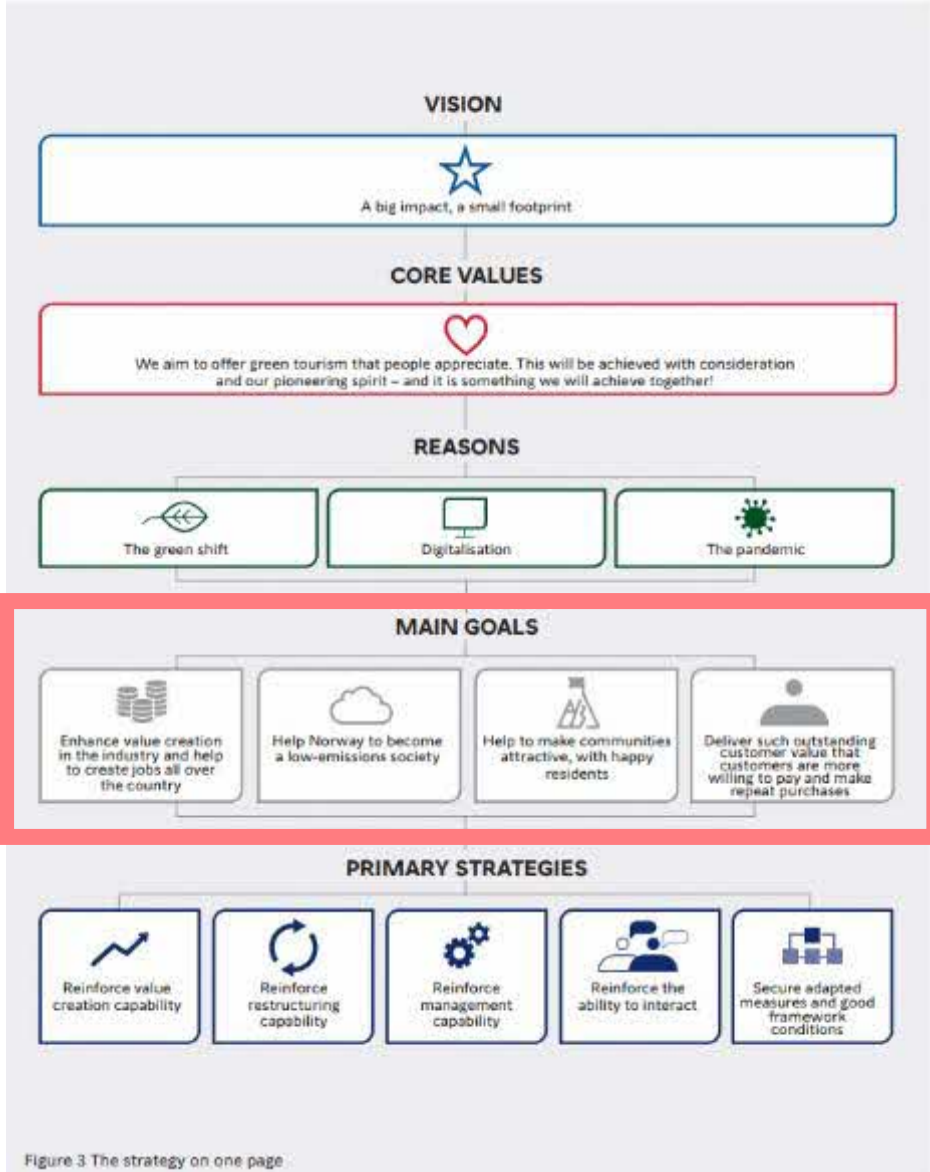
 **Norway**

National Tourism Strategy 2030

Big impact, small footprint



From the tourist industry. To the Government. April 2021



コロナ後を見据えた観光戦略 - ウィーン市 (オーストリア)



NET REVENUE FROM OVERNIGHT STAYS ⁽¹⁾⁽²⁾
all accommodations



2018 € 900 million
2025 € 1.5 billion

ECONOMIC IMPACT FROM TOURISM ⁽³⁾
direct and indirect effects



2018 € 4 billion
2025 € 6 billion

Objectives for 2025

BUSINESS & CITY ADDED VALUE

SUSTAINABLE OPERATORS ⁽⁴⁾
Certified tourism and leisure operators double



2018 112 operators
2025 224 operators

REDUCED ENVIRONMENTAL FOOTPRINT ⁽⁵⁾
of visitors from nearby markets



2018 car more than rail
2025 rail more than car

VISITOR SATISFACTION ⁽⁵⁾⁽⁷⁾
Visitors would recommend Vienna



2018 - 2025
9 out of 10 visitors

RESIDENT SATISFACTION ⁽⁶⁾⁽⁸⁾
Tourism is positive



2018 - 2025
9 out of 10 Viennese

(1) Municipal Department 23 - Economy, Labor and Statistics, Municipal Department 6 - Accounting Services, Duties and Charges & own calculations.
 (2) Not including breakfast and VAT
 (3) Statistics Austria/Austrian Institute of Economic Research Vienna (Wifo) - Tourism Satellite Account (TSA)
 (4) According to the Austrian Federal Ministry for Sustainability and Tourism, in 2018 around 150 Viennese businesses representing the tourism sector had the Austrian ecolabel 'Österreichisches Umweltzeichen' certification. After adjusting for businesses not directly involved in tourism (catering services at retirement homes and hospitals, and company canteens), this leaves 112 companies representing the accommodation industry/camping, F&B (incl. event, catering and party service), meetings and event venues and museums.
 (5) Vienna visitor surveys conducted by Tourismus Monitor Austria (T-MONA)
 (6) With a statistical fluctuation margin of +/-1.6%
 (7) With a statistical fluctuation margin of +/-2.5%
 (8) Vienna Tourist Board, independent survey conducted with Manova

ニセコ町観光振興ビジョンの策定

2 数値目標/KPI (案)

What is not measured, cannot be improved.
計測できないものは、改善できない!

1 成熟した通年型 国際リゾート

- 【指標候補】
- ・観光入込客数(日帰・宿泊)
 - ・観光消費額
 - ・宿泊施設の稼働率
 - ・観光事業者の域内調達率※
 - ・観光事業者の従業員満足度※

【数値目標】

(a)観光消費額の向上 量から質への転換
(宿泊者数・消費額の向上)

(b)オフシーズン期における
宿泊者数の底上げ

2 高品質・高付加 価値の観光地

- 【指標候補】
- ・観光客満足度
 - ・一人あたりの観光消費額
 - ・一人あたりの平均泊数
 - ・リピーター率
 - ・再来訪意向
 - ・紹介意向

【数値目標】

(c)観光客満足度の向上
(①初めて来た人、②宿泊・
飲食・体験の満足度向上)

(d)リピーター率の向上

3 町民が誇れる 観光地

【指標候補】

- ・宿泊客の水(熱)使用量※
- ・観光業における雇用者数
- ・町民一人あたりの観光消費額(宿泊や体験の利用)※
- ・観光で生活が豊かになると
思う町民の割合

指標候補の計測

↓

【数値目標】

(e)一人あたりの宿泊客の
水(熱)使用量の削減

指標・目標値の設定

(f)観光で生活が豊かになると
思う町民の割合の向上

※現時点ではモニタリングしていない数値

町民意識アンケートの実施

地域を支える経済



四方よし
Win-Win-Win-Win



地域住民の
安心できる暮らし



観光客が
満足できる体験



地域の宝（自然・文化）

報告：町民アンケートの結果

調査期間：2021年10月

回答者数：708名

□ アンケート調査の概要

ニセコ町民アンケート概要

| | |
|--------|--|
| ■ 調査目的 | ニセコ観光に関する町民の意識やニーズを客観的・継続的に把握することで、町民に寄り添った形での調査目的・持続可能な観光の推進につなげる。 |
| ■ 調査対象 | ニセコ町に住民登録のある20歳以上の男女 |
| ■ 調査方法 | |
| ↳ 抽出方法 | 対象者を住民基本台帳から無作為に抽出して郵送 |
| ↳ 回収方法 | 調査票に同封の返信用封筒で回答者が自らポストに投函またはQRコードで回答 |
| ↳ 配布数 | 2,000通 |
| ↳ 回収数 | 708通（回収率:35.4%） |
| ■ 調査時期 | |
| ↳ 調査開始 | 10月15日（金）発送 |
| ↳ 調査終了 | 10月29日（金）消印有効あるいはQRコードで回答 |
| ■ 調査項目 | 観光客と接する機会、観光客を見かける頻度 観光客が町を訪れることに対する意識、観光客が増えることに対する意識、観光客が訪れることによる生活環境への影響 ニセコ町における観光の役割、観光の発展と生活との関係 観光振興の重要性 観光産業のイメージ、観光産業の就業意向 観光のあり方・観光行政についての意見（自由記述）等 |



ニセコ町における観光についてのアンケート

自ごろより町政の推進にご理解、ご協力をいただき、誠にありがとうございます。

ニセコ町では、外国からの宿泊者数が年々増えており、2018年度には宿泊者全体（延べ数）の約4割を占めるまでになりました。一方で、夏期の観光入込客数は、1999年を境に冬期のそれを上回って以来、近年は過剰のリゾート地としての性格を強くしており、従来の「スノーリゾート」というイメージもニセコ町の観光の実態を十分に反映したものではなくなりつつあります。

また、現在も続く新型コロナウイルス感染症の世界的な流行は、ニセコ町の経済にも深刻なダメージを与えており、観光産業への影響も非常に大きく、観光リスクマネジメントの重要性が再認識されただけでなく、観光の在り方そのものを考え直す大きな転換期を迎えていると言えます。

そうした状況を踏まえて、現在、ニセコ町では「ニセコ町観光振興ビジョン（2019～2028年度）」を策定中です。この計画は、町民や観光関係者（観光関連産業における民間事業者、観光協会、行政等）が共有の認識を持ち、今後の目指すべき将来像など、次世代を見据えた観光地づくりの方向性を示すための重要な計画となります。

そこで、同計画の策定にあたり、町民の皆様へのニセコ町における観光に関するお考えやご意見をうかがいたいと考えております。つきましては、ご多忙中に恐れ入りますが、アンケートにご協力いただけますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、ご回答いただいた内容は統計的に処理いたしますので、個別に利用されることや特定されることはございません。※ 調査票や返信用封筒にお名前やご住所を記入する必要はありません。

調査主体 ニセコ町高工観光課（担当：高橋）
電話 0136-44-2121
調査委託先 公益財団法人日本交通公社

ご記入いただいたアンケート調査票は、同封の返信用封筒に入れ
10月29日（金）までに切手を貼らずに郵便ポストへ投函してください。

あるいは、

以下のアンケートサイトにアクセスしてご回答ください。



（日本語）

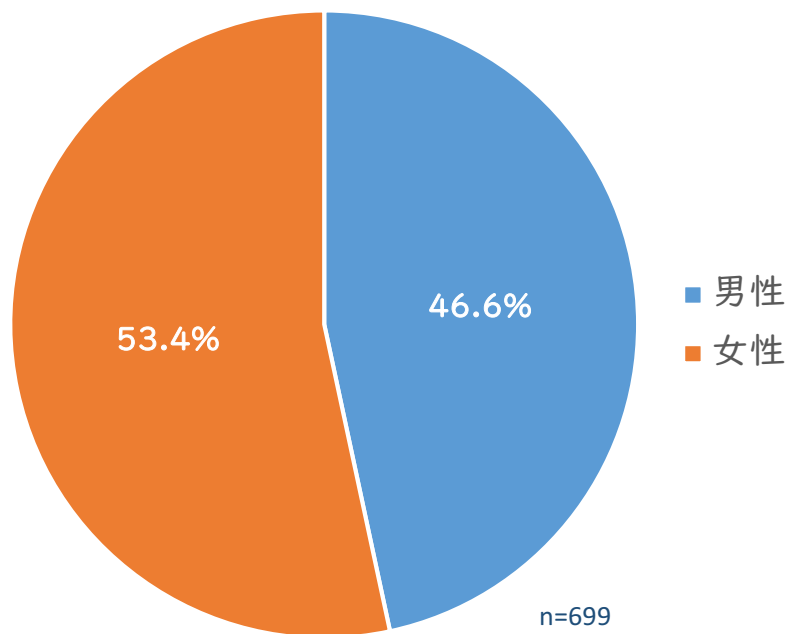


（ENGLISH）

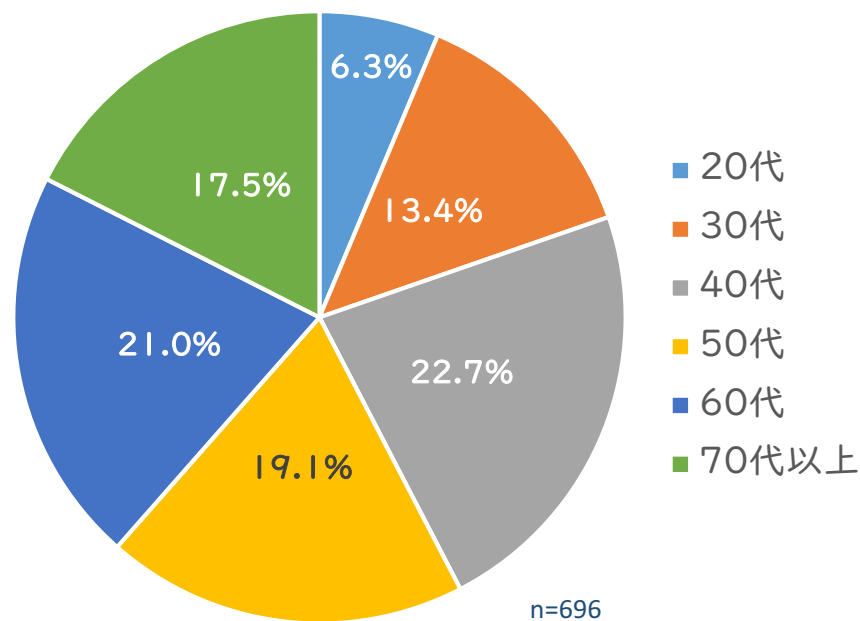
■ 回答者の全体像 ① - 性別・年代

- 性別については、概ね男女半々ずつとなっている。
- 年代については、30～60代がやや多く、次いで「70代以上」、「30代」の順。
- 性別、年代ともに、実際のニセコ町の構成比と概ね同様となっている。

性別



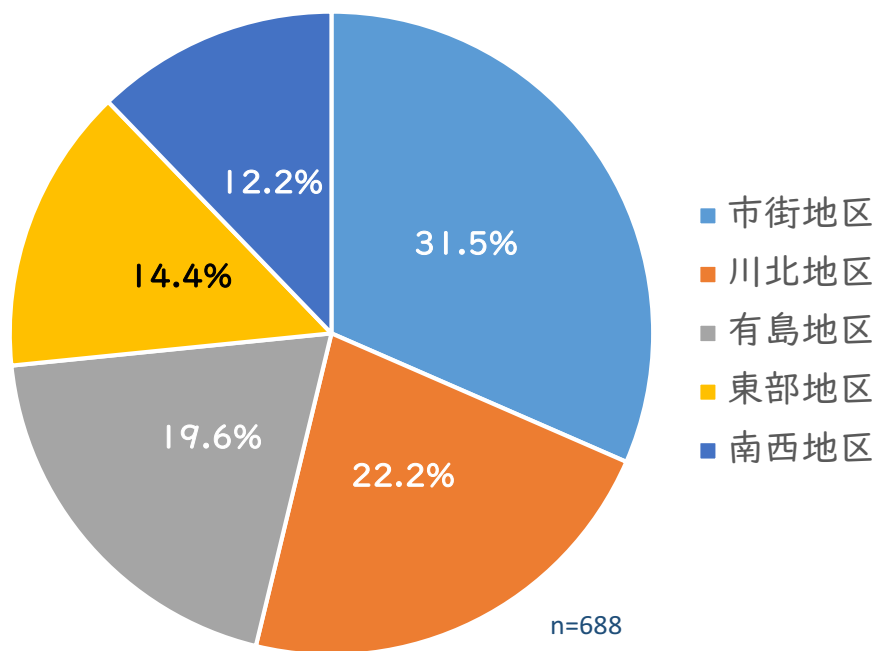
年代



■ 回答者の全体像 ② - 居住エリア

- 今回の調査では、右の5つの区分でエリアを分類した。
- 最も多かったのは「市街地区」で、次いで「川北地区」、「有島地区」の順。
- 町内の各エリアから幅広く回答が得られている。

居住エリア



エリア区分

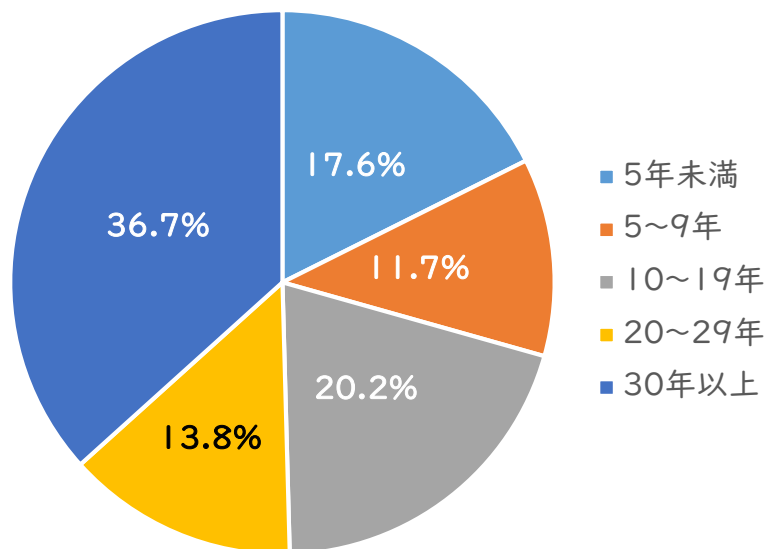
- | | |
|---------|------------------------------|
| 1. 川北地区 | ニセコ、曾我 |
| 2. 有島地区 | 有島 |
| 3. 市街地区 | 市街地、中央、本通 |
| 4. 東部地区 | 元町、近藤、豊里 |
| 5. 南西地区 | 里見、宮田、黒川、 富川、福井、西富、 桂台 |



■ 回答者の全体像 ③ - 居住歴・居住のきっかけ(理由)

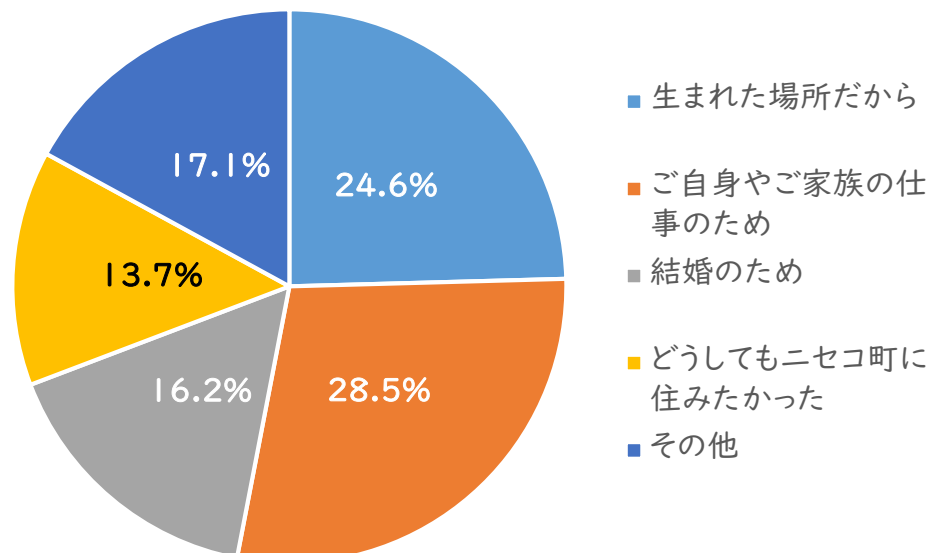
- 居住歴は、10年未満、10～29年、30年以上でそれぞれ同数程度。
- 居住のきっかけは、仕事関係が最も多く、次いで「生まれた場所だから」。
- 「どうしてもニセコ町に住みたかった」という回答も1割強あった。

居住歴



n=698

居住のきっかけ (理由)

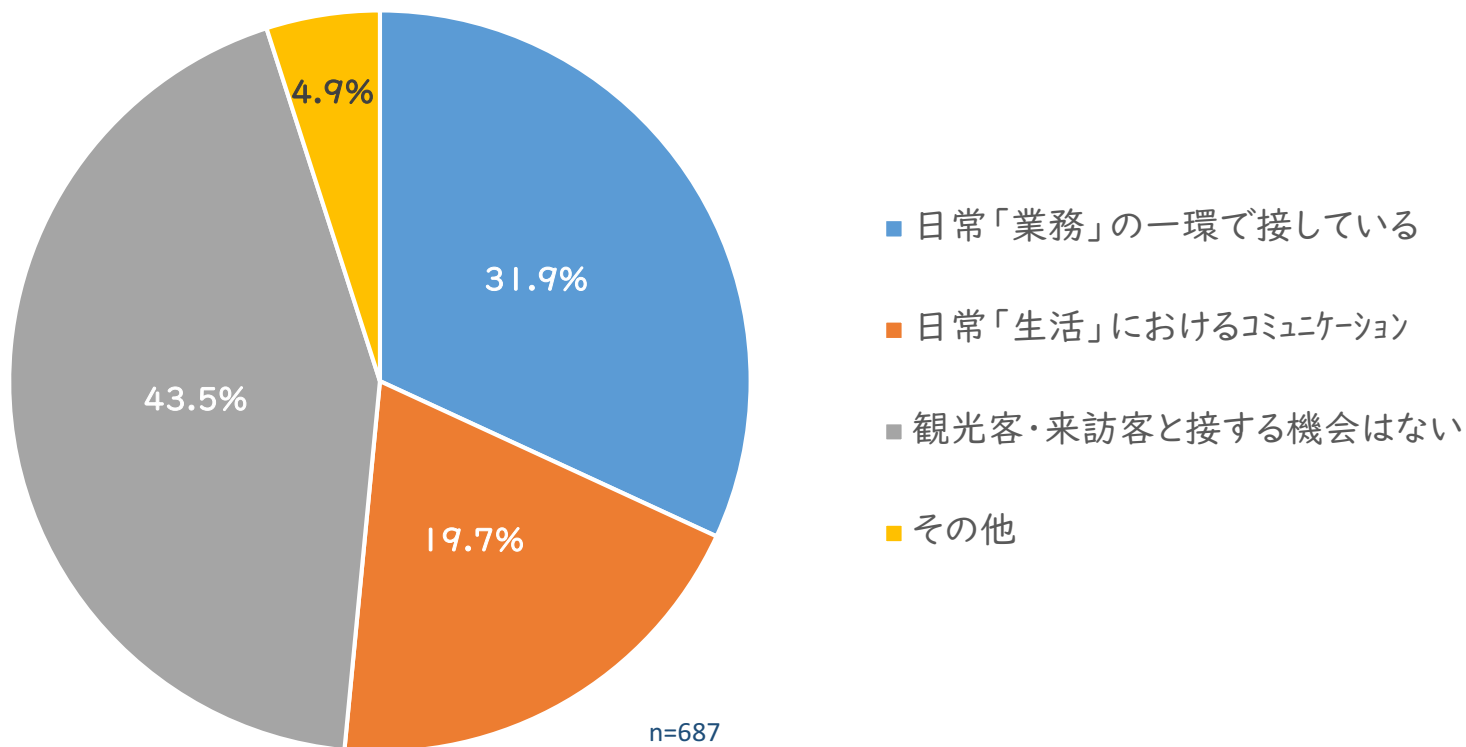


n=692

■ 回答者の全体像 ④ - 観光客との接点(コロナ前)

- 仕事の場面を通じて、観光客と接する機会のある人は、約3割。
- 日常生活における挨拶や道案内等で接する機会のある人は、約2割。
- 一方で、普段は観光客と接する機会がない人は、4割強となっている。

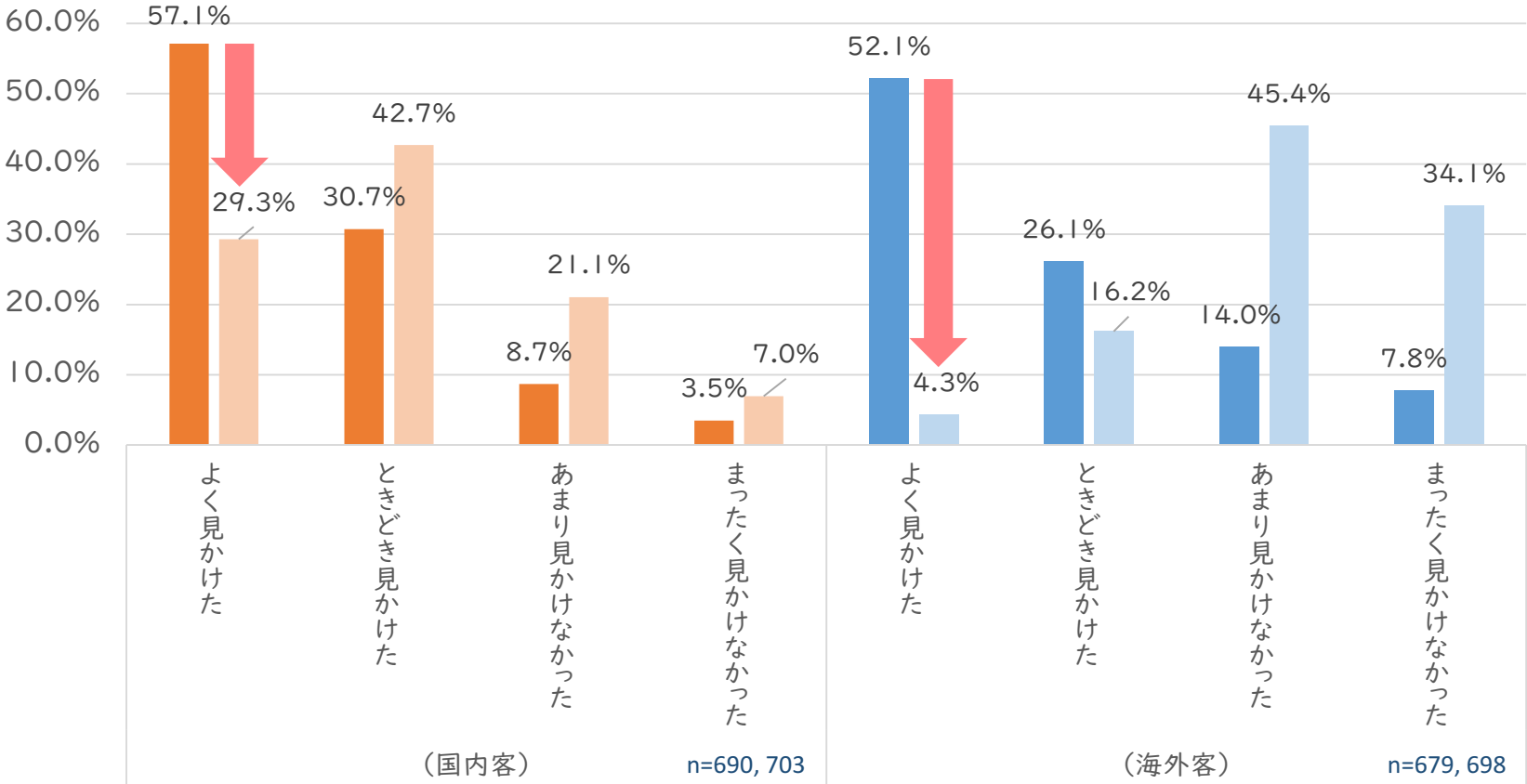
コロナ前における観光客との接点



◎ 観光客を見かける機会 ① - コロナ前後

- コロナ前は多くの方が観光客を見かけていた（国内客約9割、海外客約8割）。
- しかし、現在は観光客を見かける頻度が激減している。
- 特に、海外客において顕著で、コロナ前後の差が大きくなっている。

コロナ前後における観光客との接点 (コロナ前:左、現在:右)

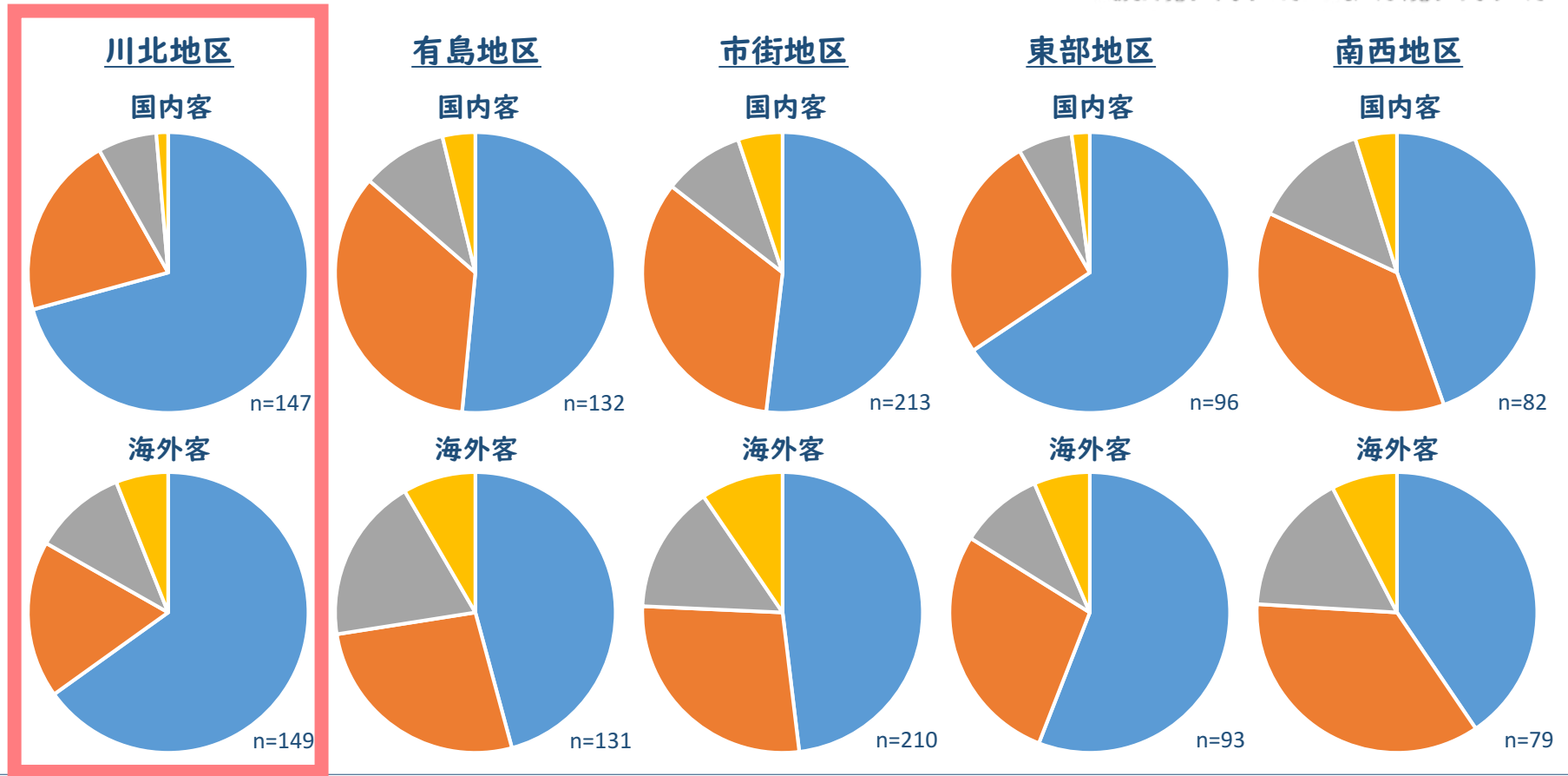


◎ 観光客を見かける機会 ② - 居住エリア別(コロナ前)

- 観光客を見かける機会については、居住エリアによって結果が異なった。
- 観光客を見かける頻度が高かったのは「川北地区」、次いで「東部地区」。
- 一方、最も頻度が低かったのは「南西地区」となっていた。

観光客を見かける機会

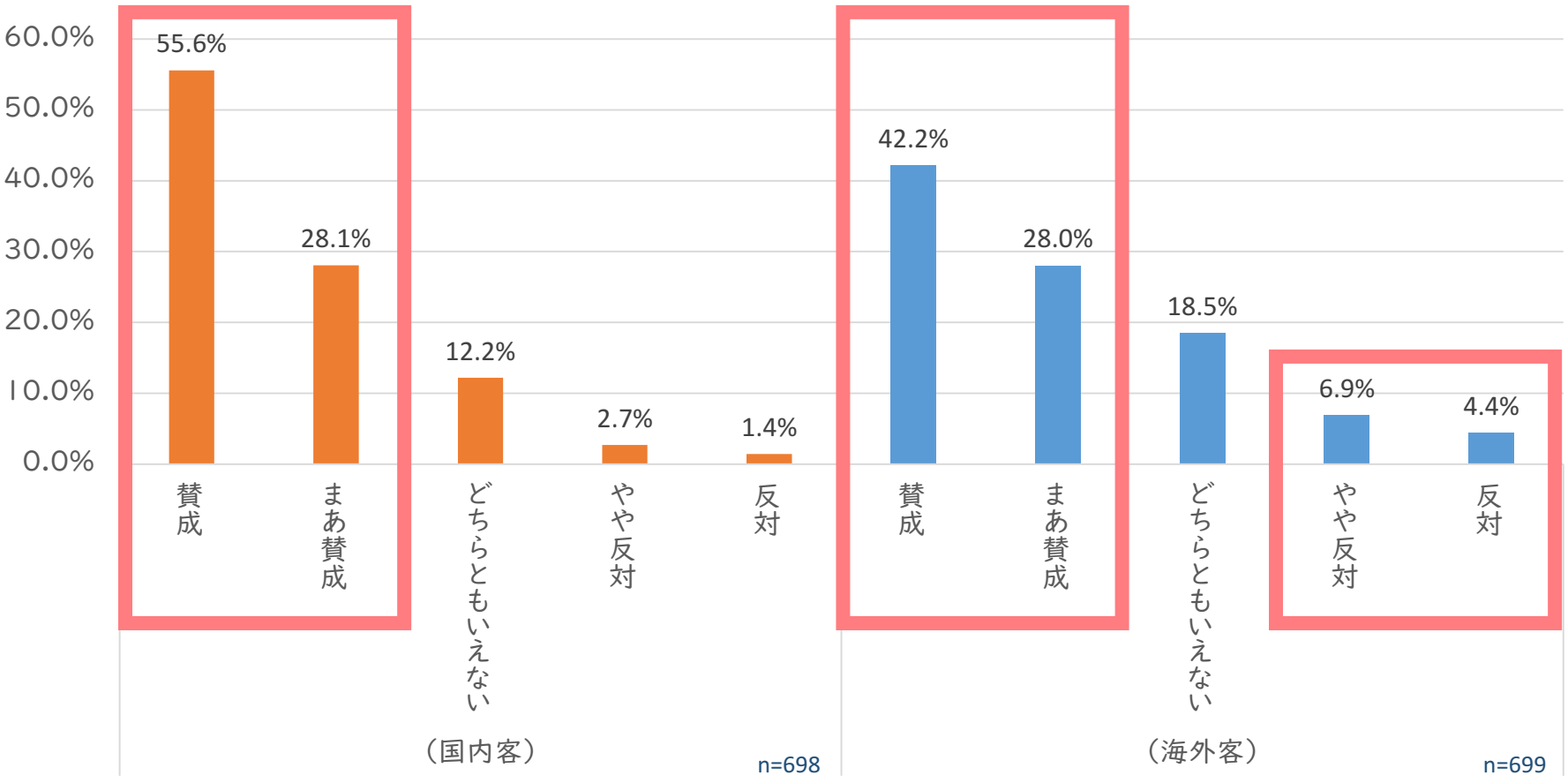
■ よく見かけた
■ ときどき見かけた
■ あまり見かけなかった
■ まったく見かけなかった



A. 観光客が訪れることに対する考え

- 観光客が町を訪れることに対して、国内客に対しては8割強、海外客に対しては約7割と、多くが概ね賛成の意向を示している。
- 一方で、海外客に対しては、1割強が「やや反対」「反対」と回答している。

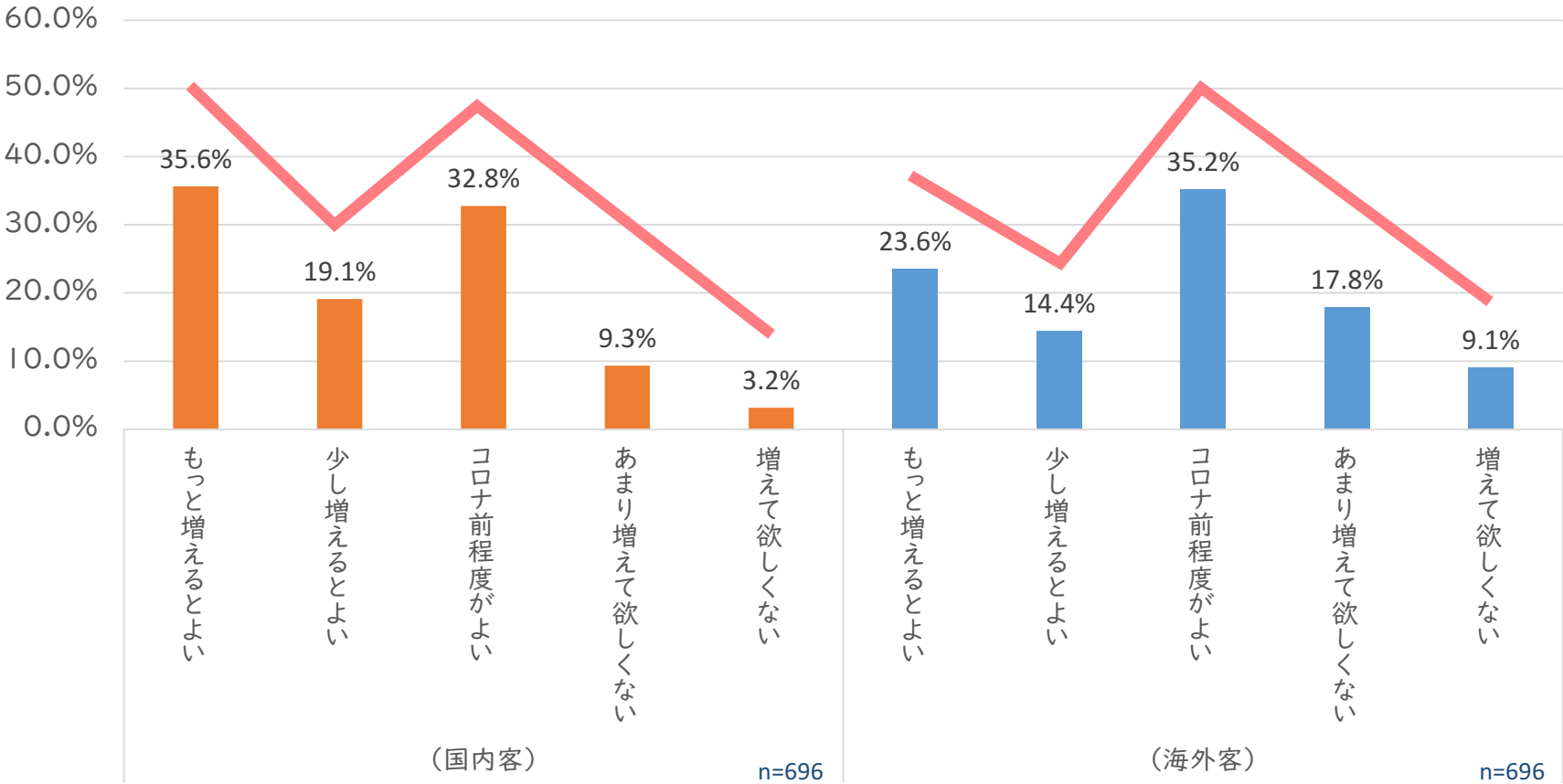
Q. ニセコ町に観光客が訪れることについてどうお考えですか



B. 観光客が増えることに対する考え

- 観光客の増減に対しては、国内客・海外客ともに2つの山があり、「もっと増えるとよい」と考える人と、「コロナ前程度がよい」と考える人の両方が多い。
- また、海外客に対しては、ネガティブな層が比較的多くなる。

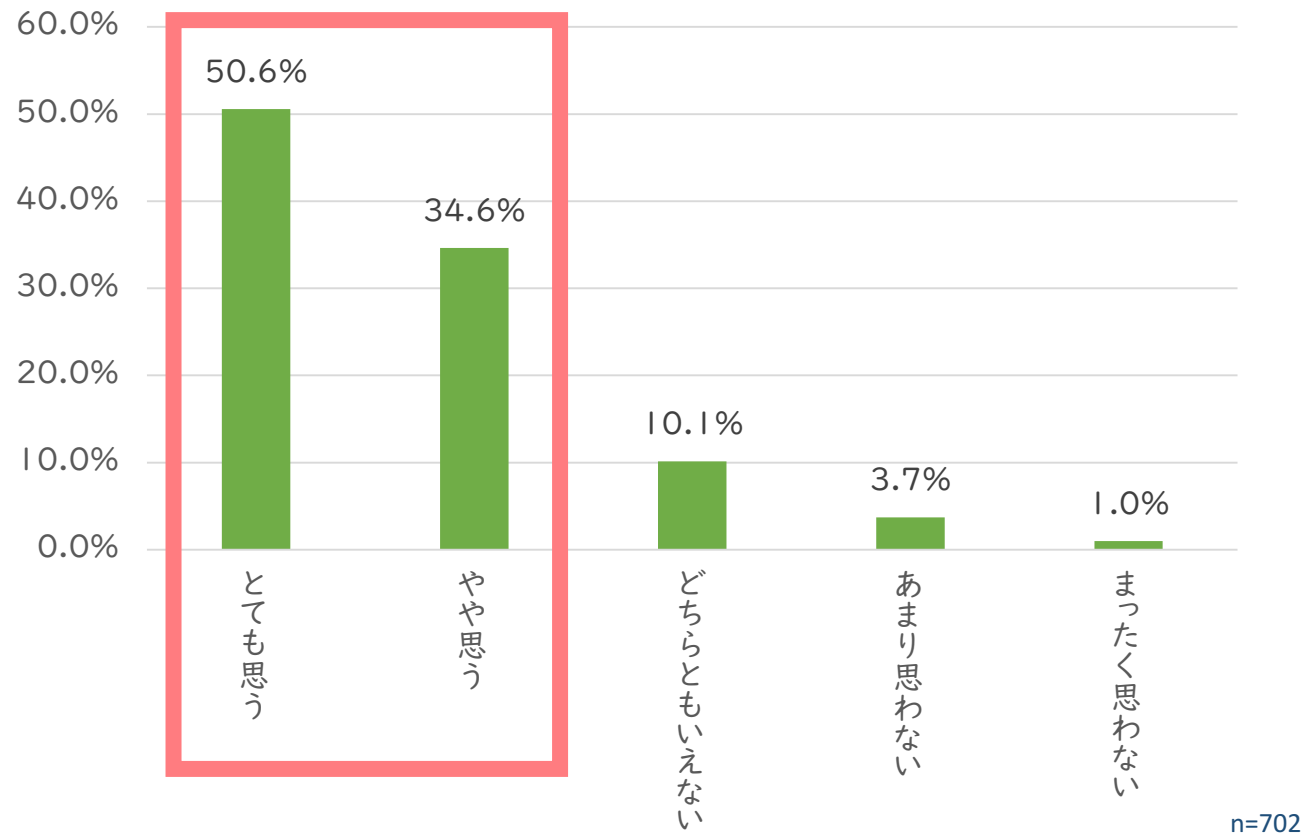
Q. ニセコ町を訪れる観光客が、コロナ前よりも増えるとよいと思いますか



C. 町の発展と観光の重要性に対する考え

- 回答者の約半数が、観光が町の発展に対して重要な役割を果たしている（「とてもそう思う」）と回答、「やや思う」と合わせると約8.5割が肯定的。
- 「あまり思わない」「まったく思わない」は合わせて5%未満にとどまる。

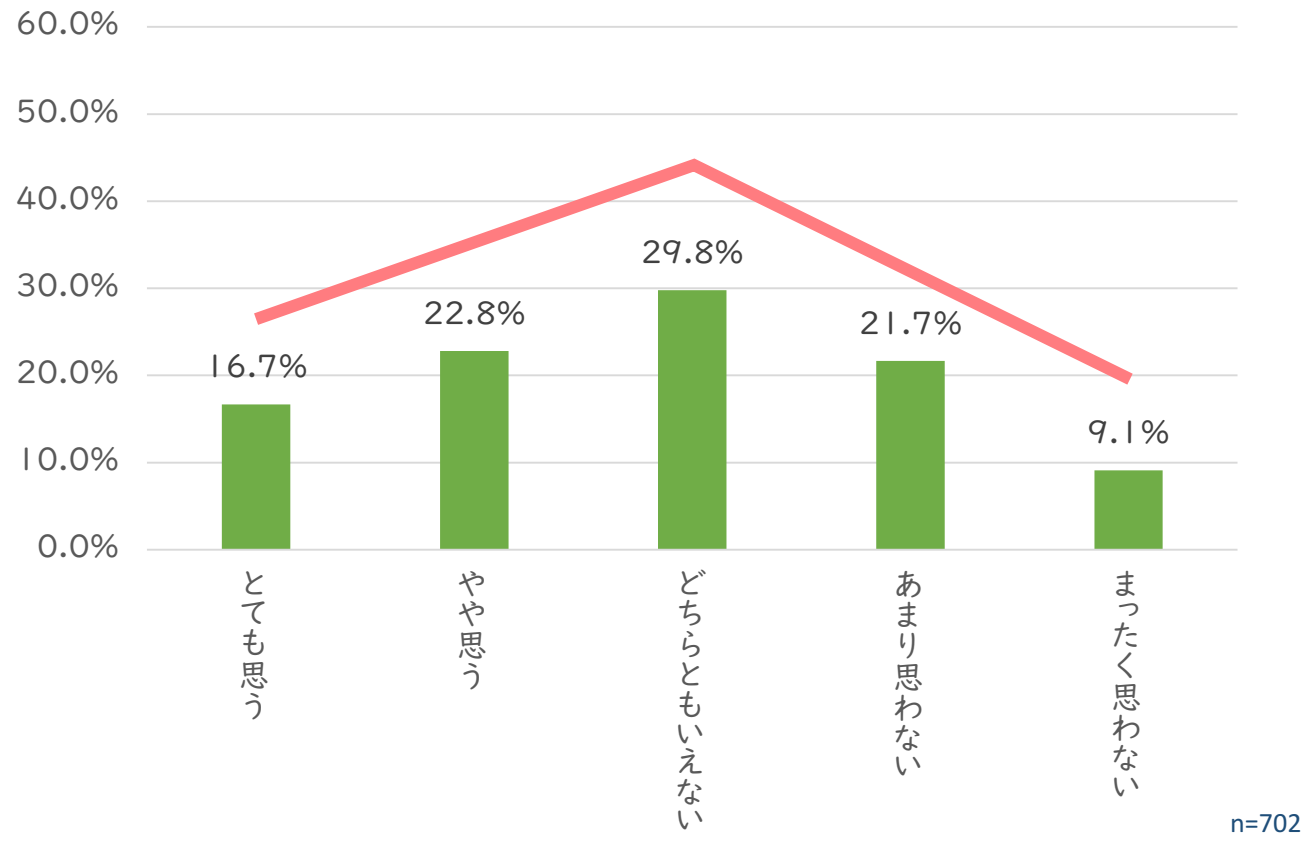
Q. ニセコ町の発展に、観光が重要な役割を果たしていると思いますか



D. 観光の発展と自身の生活に対する考え

- 観光の発展と自身の生活の豊かさの関係については、「どちらともいえない」が約3割で最も多くなった。
- 一方、肯定的な回答は約4割、否定的な回答は約3割と、結果が分かれた。

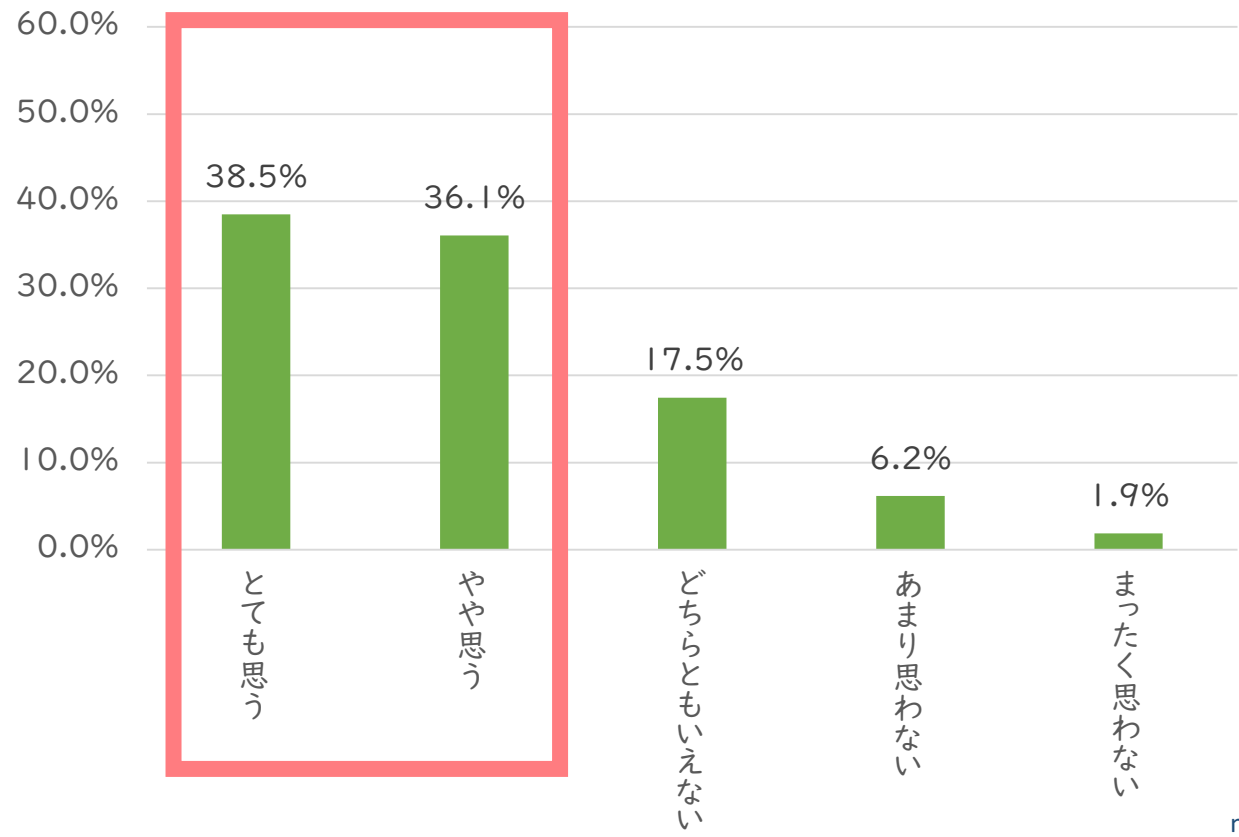
Q. 観光が発展すると、あなたの生活も豊かになりますか



E. 観光を推進していくことに対する考え

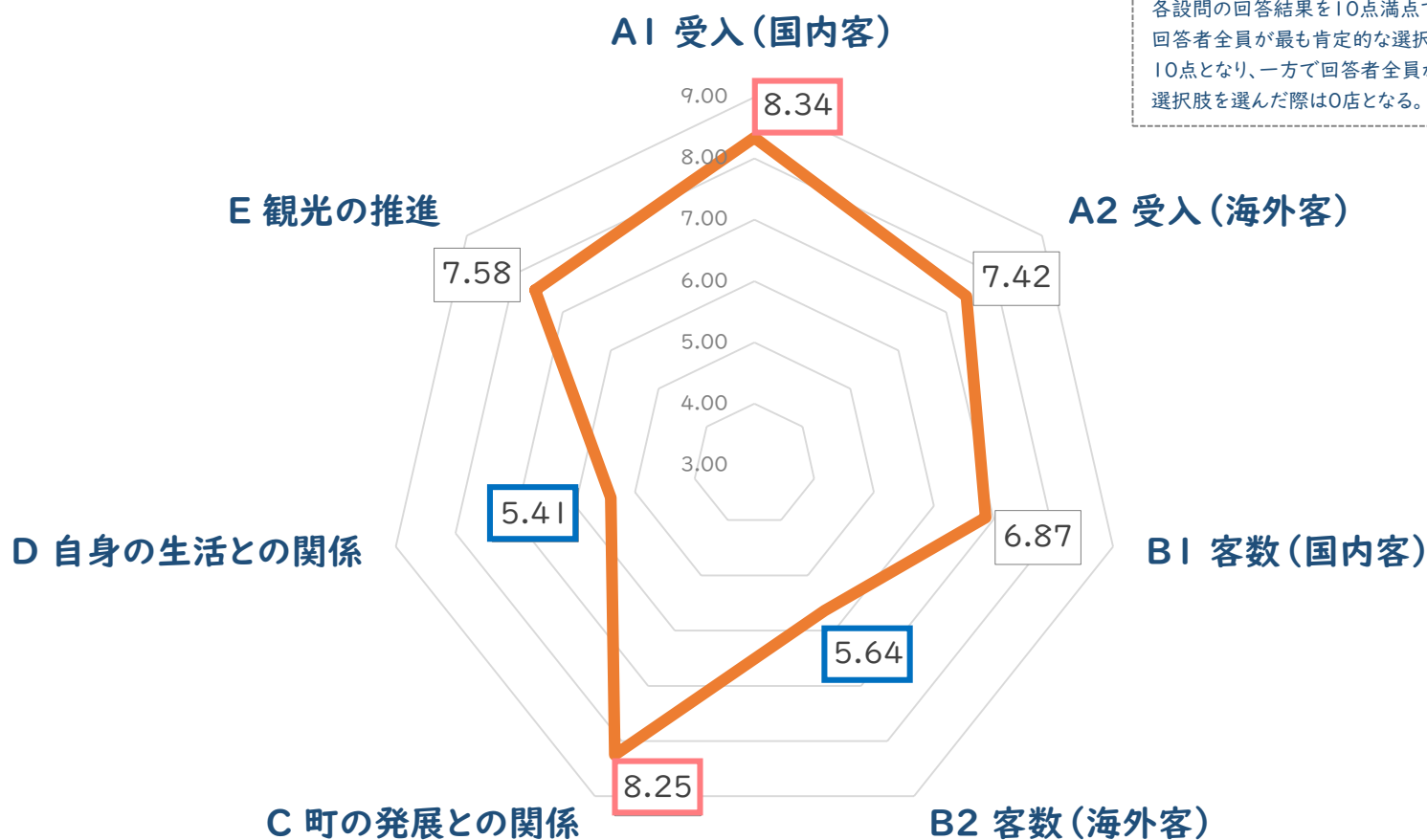
- 町で観光を推進していくことに対しては、約4分の3が肯定的であった。
- ただし、「とても思う」と強く肯定する意見は4割弱にとどまっており、何かしらの懸念・留意事項があった上での肯定意見が多いことが示唆される。

Q. コロナ収束後、ニセコ町で観光を推進していくことは重要だと思いますか



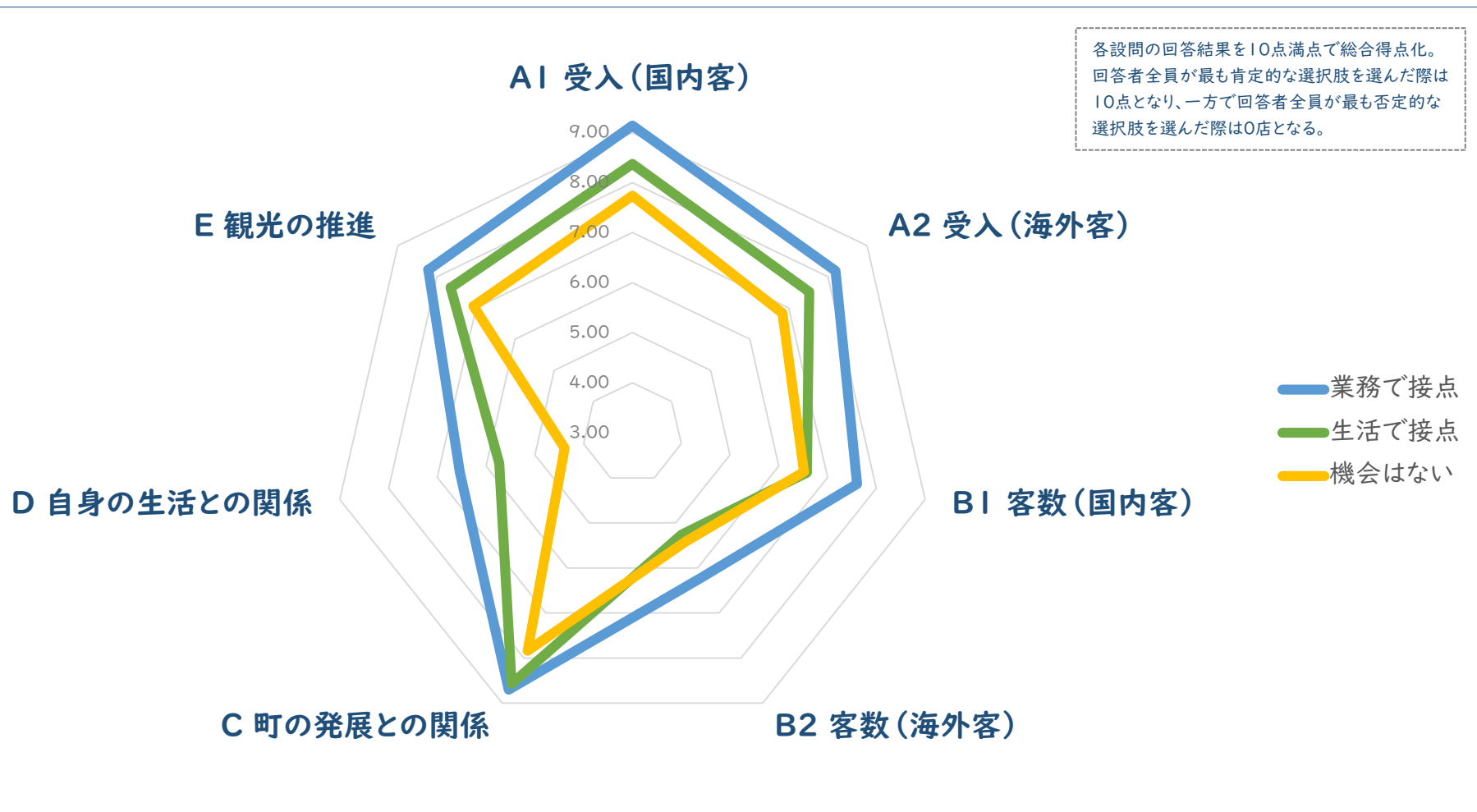
☆ 町民の意識 総合結果

- 町にとって観光が重要だと理解され、国内客の受入に対して非常に肯定的。
- 一方、町としての観光推進と海外客の受入に対しては一部懸念を感じている。
- 観光振興とQOLがリンクせず、客数（特に海外客）の増加には慎重派が多い。



★ 町民の意識 総合結果 - 観光客との接点別

- 普段からの接点が多いほど、観光振興及び観光客の受入に肯定的。
- ただし観光客数の増減については、業務で接点のある人(観光産業従事者)以外は、生活で接点があっても機会のない人と総合得点是一緒の結果となった。



★ 町民の意識 総合結果 - 年代別

- 町で観光を推進することに対しては、若年層ほど肯定的な意見。
- 一方、観光客数の増減について、国内客に対しては40~50代が最も肯定的、海外客に対しては20~30代が最も肯定的となっている。

A1 受入 (国内客)

9.00

8.00

7.00

6.00

5.00

4.00

3.00

E 観光の推進

A2 受入 (海外客)

D 自身の生活との関係

B1 客数 (国内客)

C 町の発展との関係

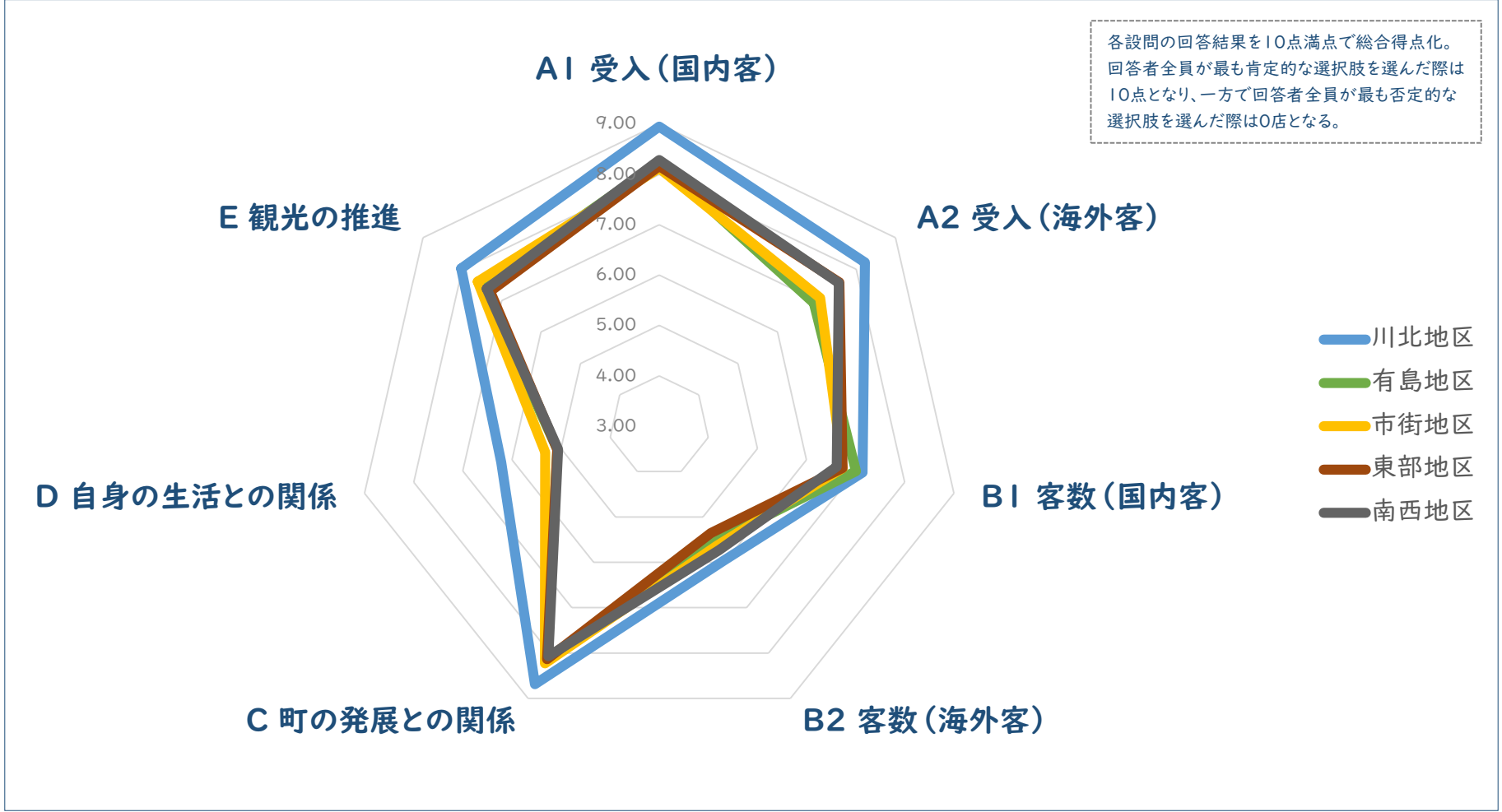
B2 客数 (海外客)

— 20~30代
— 40~50代
— 60~70代

各設問の回答結果を10点満点で総合得点化。
回答者全員が最も肯定的な選択肢を選んだ際は10点となり、一方で回答者全員が最も否定的な
選択肢を選んだ際は0点となる。

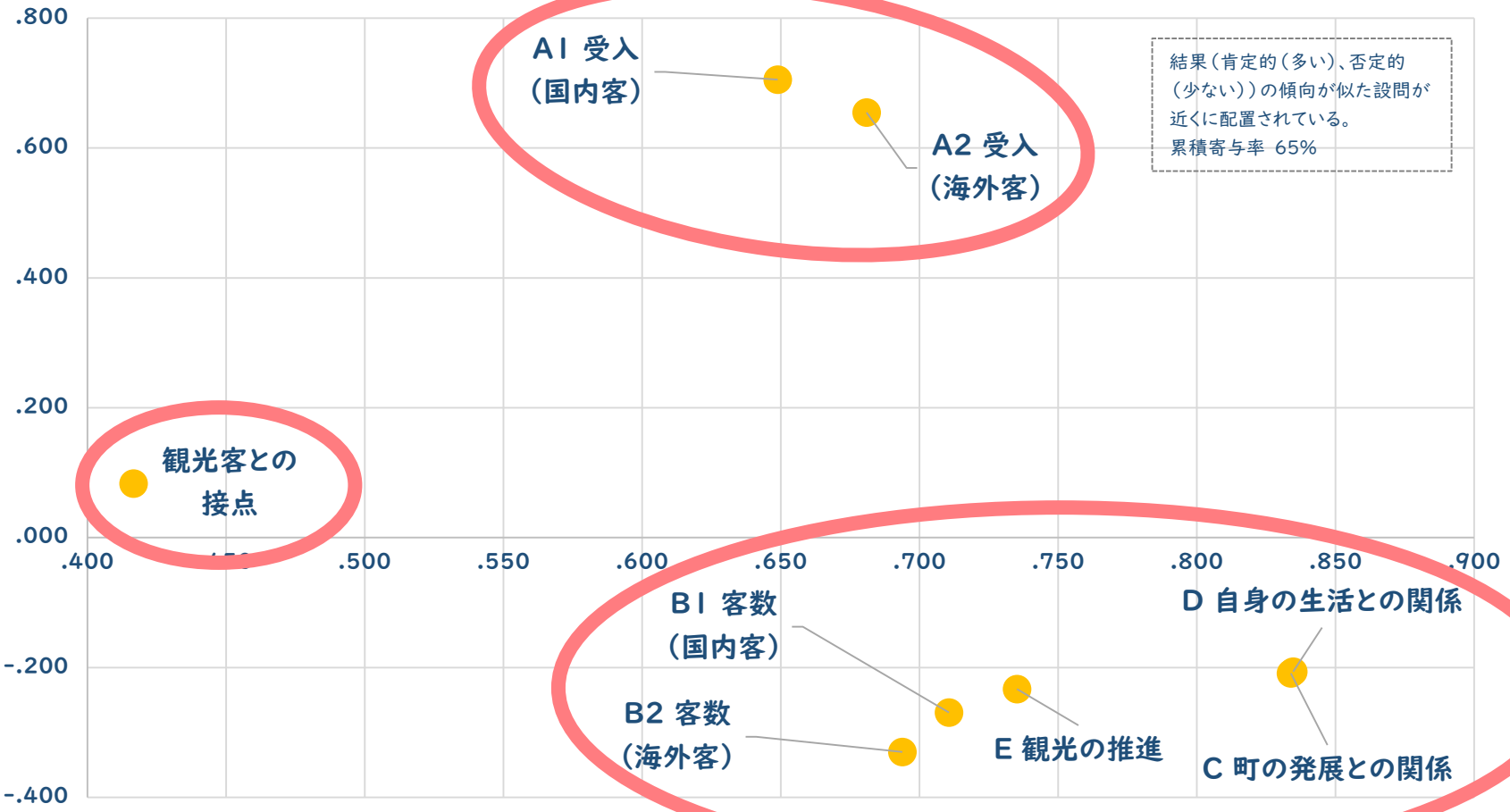
★ 町民の意識 総合結果 - 居住エリア別

- 居住エリア別の意識については、スキー場エリアと一部リゾートエリアを含む「川北地区」がいずれの設問に対しても肯定的な結果となっており、業務での観光客との接点や観光と自身の生活との直結が要因として考えられる。



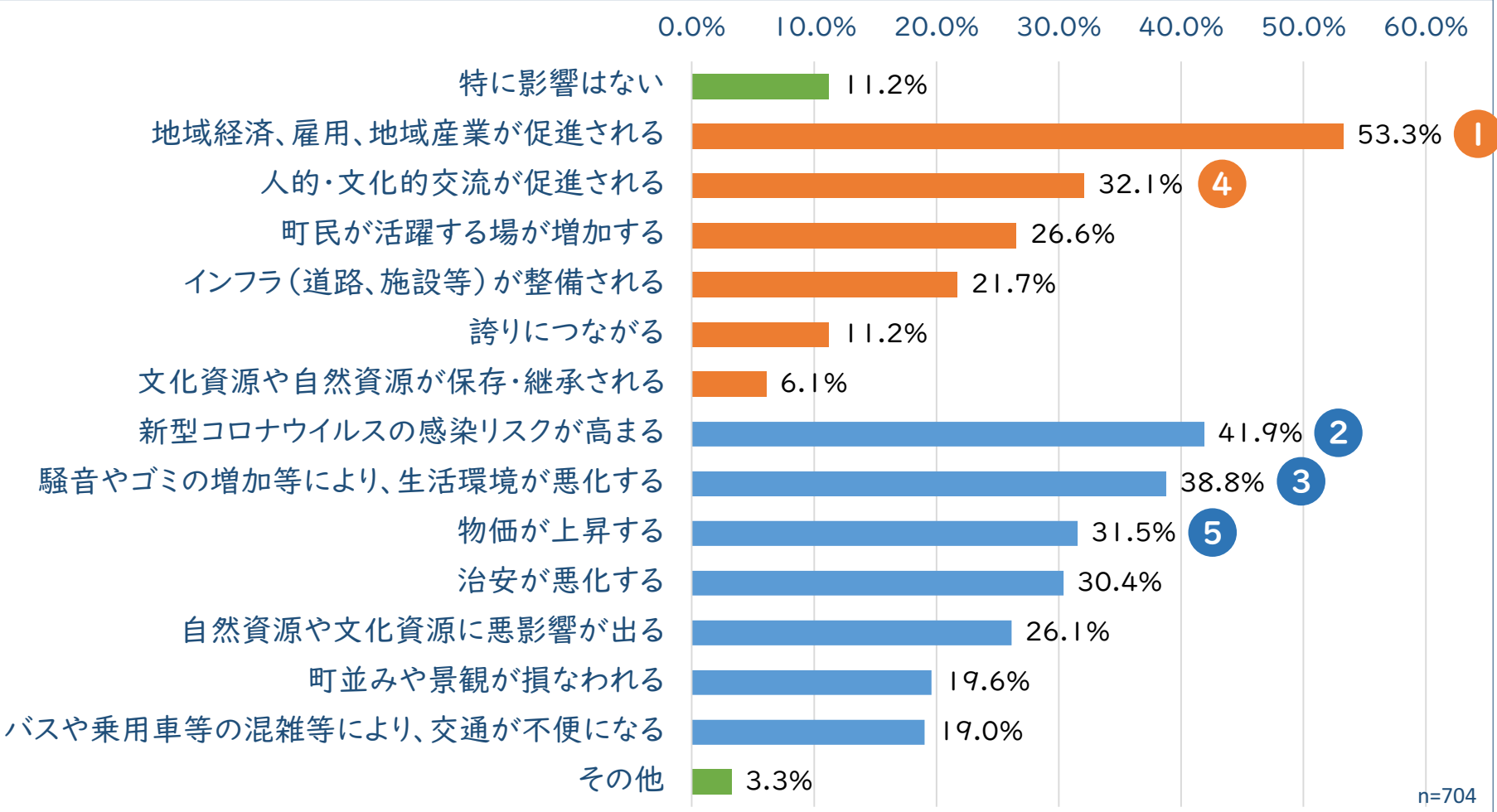
★ 町民の意識 総合結果 - 主成分分析

- 観光客の受入自体と観光客数の増減は、別の問題であることが分かる。
- 観光を推進し、観光客数を増やすには、観光振興と自身の生活の関係性と町にとっての観光の重要性を認識することが重要 (前提)となる。



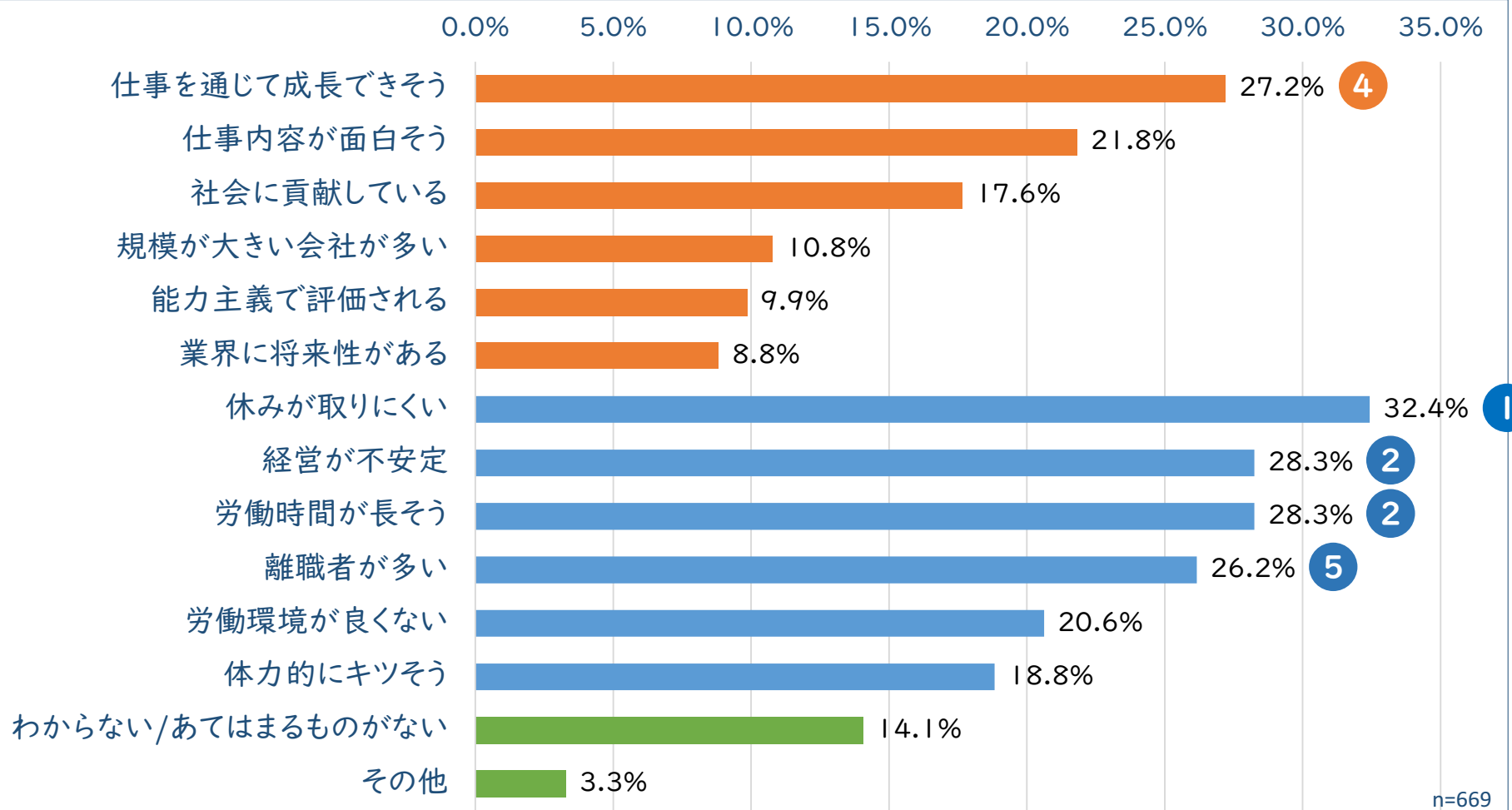
◎ 観光客の訪問による生活環境への影響

- 観光客の訪問によって、生活に何らかの影響があると回答したのは約9割。
- 特殊要因の新型コロナの感染リスクを除くと、最も多いのは「経済・雇用・産業への好影響」、次いで「生活環境の悪化」、「交流促進」、「物価上昇」の順。



◎ 観光産業のイメージ

- 観光産業のイメージとしては、ややネガティブなイメージが上位に挙がる。
- 最も多いのは「休みが取りにくい」、次いで「経営が不安定」、「長時間労働」。
- 一方で、「仕事を通じて成長できそう」といった肯定的なイメージも。

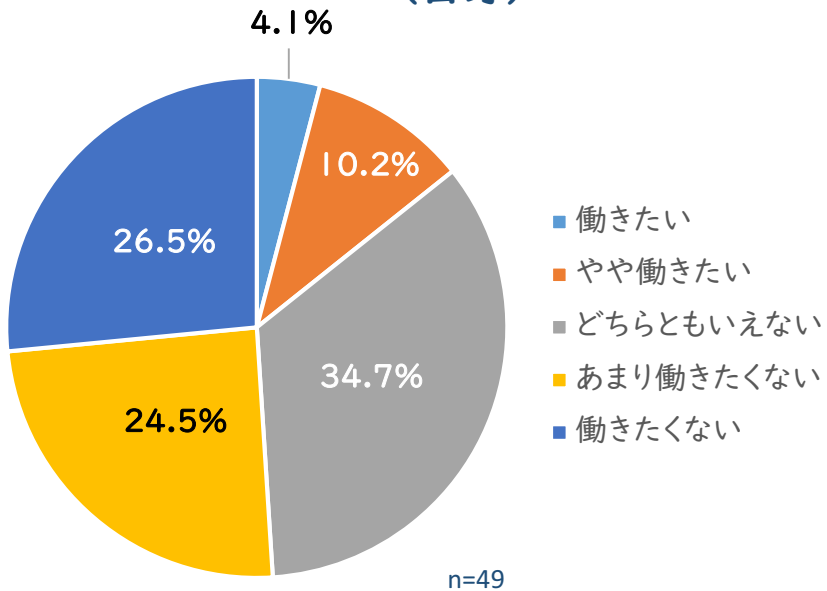


n=669

◎ 観光産業への就業意向 - 自身の意向・子どもへの推奨意向

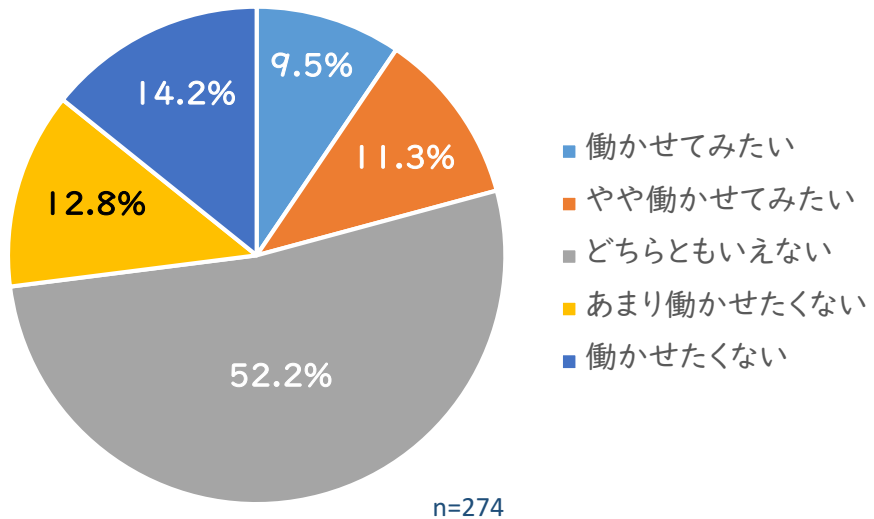
- 観光産業への就業意向で肯定的な意見は、自身の場合で約1.5割、自身の子どもへの推奨意向で約2割と低位にとどまる。
- ただし、本設問はサンプル数が限定的なことに留意する必要がある。

**就業意向
(自身)**



現在、未就業の方のみを対象

**就業推奨意向
(自身の子ども)**



未就業のお子様のいる方のみを対象

◎ 自由記述 (抜粋) - 観光のあり方や観光行政への意見・要望 ①

■ 地域の自然環境と観光に関する意見

- 水資源や森林などの環境を守りながら町を発展させてもらいたい。
- ニセコの最大の売り“自然”です。目先のお金でなく、この先の未来の為に!!
- 観光客を増やす前に、自然や景観を守る施策を実施すべき。

■ 地域の生活環境と観光に関する意見

- 住民の暮らしを守りつつ、ゆっくりと進めてほしいです。
- 観光地として開発する場所と生活する場所の住み分けをお願いしたい。
- 近年観光寄りになっていて、現役世代までは仕事があれば住みよいと思うが、それ以降の世代には住みずらい町になってるように感じる。
- 観光業の発展は、ニセコ町のために何らかの利益をもたらすべきなのに、そのような利益がありません。(英語)
- 土地・家賃が高すぎるので住みにくい。

■ 地球環境・温暖化と観光に関する意見

- 気候変動が最重要課題。ニセコ町も気候変動非常事態宣言を出しており、CO2排出を抑制した中での観光推進が課題。

◎ 自由記述 (抜粋) - 観光のあり方や観光行政への意見・要望 ②

■ 観光政策全般について

- 町民にはニセコの目指す姿がわかりにくい。ニセコの理念を伝えることが必要。
- 観光振興を進める上で多くの町民が少しでも参画できることが重要。
- 地域住民が経済的・文化的・社会的に豊かになる指標又は目標を、明らかにする必要があると思う。

■ 開発行為と観光に関する意見

- 観光そのものは発展すべきだと思いますが、不動産の乱開発を懸念している。
- 数十年前にあったと聞くニセコバブルの繰り返しにならないか心配。
- 農地のなかに、コンドミニウムが建つのも不安。

■ その他の意見

- 海外からの観光客に対しての外国語対応を、もっと考えていただきたい。
- 観光客のマナー作りとマナーに従ってもらうための方法を、ニセコエリア全体の事業者と協力して考えることも大切。
- 「未来のニセコの子」を育て上げて欲しい。ニセコの大自と魅力、今後の展望を町政、学校、地域の人で子供たちに伝えて欲しいです。

調査結果のまとめ ①

- 性別・年代、居住エリア・居住歴等に関わらず、幅広い属性から708名の町民から回答を得た。
- 新型コロナウイルス感染症の影響拡大前、観光客を見かけた（「よく見かけた」+「ときどき見かけた」の合計）と回答した人は、国内客に対して9割弱（87.9%）、海外客に対して8割弱（78.1%）と、普段からほとんどの町民が観光客を多く見かけていたことが分かった。
⇒ただし現在は国内客7割強（72.1%）、海外客約2割（20.3%）と減少しており、特に海外客においてコロナ禍の影響が甚大である。
- ニセコ町の発展に観光が重要な役割を果たしていると思う人（「とても思う」+「やや思う」の合計）は8割5分（85.2%）を占め、多くの町民が観光の重要性を認めている。また、観光客が訪れることに対して前向きな意見（「賛成」+「まあ賛成」の合計）が国内客は8割強（83.9%）、海外客は約7割（70.2%）と、賛同者が多い。
⇒一方、観光の発展により自身の生活が豊かになると感じられている人（「とても思う」+「やや思う」の合計）は4割弱（38.9%）に留まり、町にとっての重要性と自身の生活との間に乖離が見られる。

調査結果のまとめ ②

- 観光客が訪れることによる生活環境への影響として挙げられたのは、第1位：「地域経済、雇用、地域産業が促進される」(53.3%)、第2位：「新型コロナウイルスの感染リスクが高まる」(42.2%)、第3位：「騒音やゴミの増加等により、生活環境が悪化する」(38.8%)の順となった。
- 自由記述においても、観光政策や観光地としてのあり方等について多くの意見が集まり、一つひとつの内容を精査して受け止める必要がある。
- 今後の観光振興の在り方や望ましい受入人数に対する意見は、回答者の生活と観光の関係や、町にとっての観光の重要性に対する認識によって、傾向が分かれていた。
⇒町民一体となった観光振興と観光客の更なる受入のためには、観光による町民生活への恩恵をより明確にし、町民へ分かりやすく伝えていくことが必要だということが調査結果から示唆される結果となった。
- この調査を単発で終わらせることなく、今後の変化を見ることが必要で、今後の観光振興のあり方によって結果が良い方向に動くのか、あるいは逆なのかをチェックして、評価していくことが重要である。



ありがとうございました

