

ニセコ町地域経済循環強化戦略策定支援委託業務

報 告 書

平成 2 9 年 3 月

ニセコ町

(受託者：有限責任監査法人トーマツ札幌事務所)

【目次】

1. 「ニセコ町地域経済循環強化戦略策定支援委託業務」の実施.....	3
(1) 受託業務の目的	3
(2) 契約期間	3
(3) 受託業務の概要	3
① ニセコ観光圏の地域経済分析	3
② ニセコ町産農産物の特徴の分析	4
③ 地域経済循環強化戦略の策定	4
④ 町外に情報発信すべき内容・方法の提案	4
⑤ 検討用資料の作成	4
⑥ 業務報告書の作成	4
(4) ワーキンググループの開催	4
2. ニセコ観光圏の地域経済分析	6
(1) 地域経済分析で活用した主な定量データ	6
(2) ニセコ観光圏の地域経済循環	8
(3) 生産分析	10
(4) 分配分析	14
(5) 観光消費分析（支出分析）	17
(6) 民間投資分析（支出分析）	22
① 投資案件に関する情報の集約・整理	23
② 投資関連産業及び波及効果の把握	24
③ 投資資金年間流入額の推計	30
④ 圏内獲得額及び町内需要増加額の推計	36

3. ニセコ町産農産物の特徴の分析	52
(1) RESAS 産業構造マップ（農業）による現状把握	52
(2) ニセコビュープラザ直売所売上データの分析	58
(3) 農家ヒアリングの実施	61
(4) 「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」結果の活用.....	64
4. 地域経済循環強化戦略の策定	68
(1) 地域経済循環強化戦略の方向性	68
(2) 強み及び課題の導出	69
(3) 課題に対する方向性の導出	71
(4) 施策（案）の導出	72
5. 町外へ情報発信すべき内容・方法の提案	74
6. 検討用資料の作成	75
(1) 検討用資料の取りまとめ	75
(2) 第 5 回ニセコ町自治創生協議会議事概要の作成	75
7. 業務報告書の作成	76
(1) 業務報告書	76
(2) 上記（1）の電子データ一式（CD-ROM）	76
8. 参考資料	77
(1) ニセコ町地域経済循環強化戦略	77
(2) ニセコ町地域経済循環強化戦略（概要版）	97
(3) ニセコ町産農産物現状整理	101
(4) 第 5 回ニセコ町自治創生協議会議事概要	118

1. 「ニセコ町地域経済循環強化戦略策定支援委託業務」の実施

下記(1)～(3)に基づき、「ニセコ町地域経済循環強化戦略策定支援委託業務」を実施した。

(1) 受託業務の目的

まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）第 10 条の規定に基づく市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略として、本町は「ニセコ町自治創生総合戦略」（以下「総合戦略」という。）を平成 28 年 3 月に策定した。

総合戦略は、目指すべき町の姿に「町民が環境を生かすまち」を掲げた地域経済戦略として策定したものであり、「環境創造都市ニセコ」が、豊かな自然環境をはじめとした地域資源を守るとともに最大限に生かしながら地域経済を豊かにし、資金や人材を呼び込むことを目指している。また具体的施策の一つに「地域経済循環の構築と“稼ぐ力”の強化」を位置付け、本町の地域資源を生かしながら、化石燃料等の購入等による町外への資金流出を減らし、町内の地域経済循環を高め、地域の“稼ぐ力”を培うこととしている。

一方、近年、本町に対して、観光業を中心として多くの投資が行われているが、本町への投資が地域経済循環にどのような影響を与えているか、定量的に把握されていない。また、ニセコ観光圏（蘭越町・本町・倶知安町）で捉えたとき、圏外との収支が収入超過又は支出超過になっているのはどの産業か等、地域経済循環の特徴が定量的に把握されていない。加えて、仮に、農林水産業がニセコ観光圏で捉えても有力な収入超過産業であることが見出されたうえで、農林水産業を生かして地域経済循環を戦略的に強化することを検討する場合には、まずはその検討材料として、本町産農産物の特徴を統計情報等に基づいて客観的に分析・把握することが、「思いつき」や「思い込み」によらない、本町産農産物のブランド化への戦略性の向上に役立つことも期待できる。

本業務は、上記を踏まえニセコ観光圏の地域経済循環を客観的かつ定量的に分析することにより、本町にとって優良な投資を戦略的に生かしながら、地域経済循環を強化するための戦略（以下「地域経済循環強化戦略」という。）を見出すことを目的とする。

(2) 契約期間

平成 28 年 8 月 8 日(月)から平成 29 年 3 月 24 日(金)

(3) 受託業務の概要

受託業務の概要は下記①～⑥の通りである。なお、下記（４）に記載の通り、受託業務の実施に当たっては、ワーキンググループを開催し協議をしながら検討を進めた。

① ニセコ観光圏の地域経済分析

本町の地域経済循環強化戦略の策定に当たり、ニセコ観光圏の地域経済循環の

現状・課題を見出し体系的に整理するため、必要となる情報・データを収集し、可能な限り定量的に把握した。また、分析はニセコ観光圏の地域経済循環の全体像を捉えたうえで（詳細は2.（1）を参照のこと。）、生産・分配・支出の三面からそれぞれ行った。なお下記の各分析では定量的な把握に努めながらも、定量データのみでは把握できない部分等については、必要に応じニセコ観光圏の事業者等へのインタビュー調査も実施し、定量データ分析を補完している。

② ニセコ町産農産物の特徴の分析

本町産農産物の特徴の分析に当たり、必要な情報・データを収集した。また「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」（平成28年度、小樽商科大学）の調査結果も、適宜小樽商科大学と連携しながら、本町産農産物の特徴を分析する際の検討材料として活用した。なお、本分析結果は地域経済循環強化戦略では、生産分析の一つとして位置付けている。（詳細は8.（1）を参照のこと。）

③ 地域経済循環強化戦略の策定

上記①、②の分析結果から得られた地域経済の強みを踏まえたうえで、ニセコ観光圏への投資を生かして本町の地域経済循環を強化するための戦略を課題、方向性ととともに地域経済循環強化戦略として取りまとめた。なお強み及び課題については本町とニセコ観光圏とで分けて導出している。また戦略策定に当たっては、下記ワーキンググループでの検討に加え、ニセコ町自治創生推進本部会議や倶知安町役場、ニセコ観光圏の事業者等との意見交換結果も反映させている。

④ 町外に情報発信すべき内容・方法の提案

本町に優良な投資を呼び込む際に、投資家等に情報発信すべき内容及びそれらの発信方法を、上記③で策定した地域経済循環強化戦略に基づいて検討し、提案を行った。

⑤ 検討用資料の作成

上記①～④の結果を、検討用資料として取りまとめ、ワーキンググループやまちづくり町民講座等で活用した。

⑥ 業務報告書の作成

上記①～⑤の成果を業務報告書として取りまとめた。

（4）ワーキンググループの開催

上記受託業務を実施するに当たり、分析手法及び結果の検討・検証や意見交換等により妥当性・客観性を担保するため、小磯修二北海道大学公共政策大学院特任教授（ニセコ町自治創生協議会座長）、本町担当官及び受託者からなるワーキンググループを開催し、地域経済循環強化戦略を取りまとめた。ワーキンググループの開催経過は、下記の通りである。

【ワーキンググループ 開催経過】

回数	開催日	主な検討事項
第1回	平成28年 8月26日	・本業務の全体像及び分析の方向性の確認 ・地域経済分析で活用するデータの検討
第2回	平成28年 9月28日	・ニセコ観光圏産業連関表及び地域産業連関表の活用 方法の検討
第3回	平成28年 10月11日	・地域経済分析の進捗報告及び結果の検討 ・民間投資分析方針の検討
第4回	平成28年 11月18日	・民間投資の実態把握進捗報告及び結果の検討
第5回	平成28年 12月9日	・建築費及び宿泊費の推計手法の検討
第6回	平成28年 12月26日	・建築費及び宿泊費の推計結果の確認
第7回	平成29年 1月6日	・地域経済循環強化戦略の方向性の検討
第8回	平成29年 2月6日	・地域経済の強み・課題に関する意見交換 ・地域経済循環強化戦略の方向性の確認
第9回	平成29年 3月3日	・施策（案）に関する意見交換 ・地域経済循環強化戦略の取りまとめ

2. ニセコ観光圏の地域経済分析

上記1. (3) ①の通り、ニセコ観光圏の地域経済循環の現状・課題を見出し体系的に整理するために必要となる情報・データを収集し、分析を行った。分析に当たっては、下記(2)の通り、はじめにニセコ観光圏の地域経済循環の全体像を捉えたうえで、生産・分配・支出の三面からそれぞれ分析を行った。また、公表データだけでは把握ができない情報や定量データ分析の補完として、本分析ではニセコ観光圏の事業者等へのヒアリングも実施している。なお、本町地域経済循環強化戦略では本分析結果を踏まえて採用すべき内容を検討したうえで最終化している。(詳細は8. (1)を参照のこと。)

(1) 地域経済分析で活用した主な定量データ

本分析では、仕様書に基づき RESAS（地域経済分析システム、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局）、ニセコ観光圏産業連関表¹、その他既存統計情報等を活用し総合的に分析を行ったが、実施に当たっては使用する定量データの活用方針等をワーキンググループ等で検討したうえで実施している。各分析で活用した主な定量データは下記の通りである。

地域経済循環及び生産面での分析に当たっては、観光圏単位では主にニセコ観光圏産業連関表を、町単位では地域経済循環分析用データ²（①地域経済計算、②地域産業連関表）を主に使用しているが、ワーキンググループでの検討も踏まえ、本分析の前提としてニセコ観光圏及び本町（蘭越町・倶知安町も同様）の地域経済の特徴を俯瞰的に捉えるためのものと位置付けたうえで活用している。なお、地域経済循環用データは提供元である株式会社価値総合研究所によると、全国の市町村のデータを統一的な方法で作成しているため、町単位の地域経済循環分析用データを合算してニセコ観光圏単位の地域経済循環分析用データとして使用することができることから、観光圏単位の分析でも活用をしている。

【地域経済分析で活用した主な定量データ】

分析項目	主な定量データ
ニセコ観光圏の 地域経済循環	・地域経済循環分析用データ（町単位を合算） ・RESAS 地域経済循環マップ
生産分析	・ニセコ観光圏産業連関表 ・経済センサス
分配分析	・地域経済循環分析用データ ・経済センサス

¹ 「平成 27 年度ニセコ観光圏経済波及効果調査業務」（株式会社ドーコン）で作成されたものであり、本町担当官より提供を受けて活用した。

² 株式会社価値総合研究所より、所定の手続きを行い受領したうえで活用した。

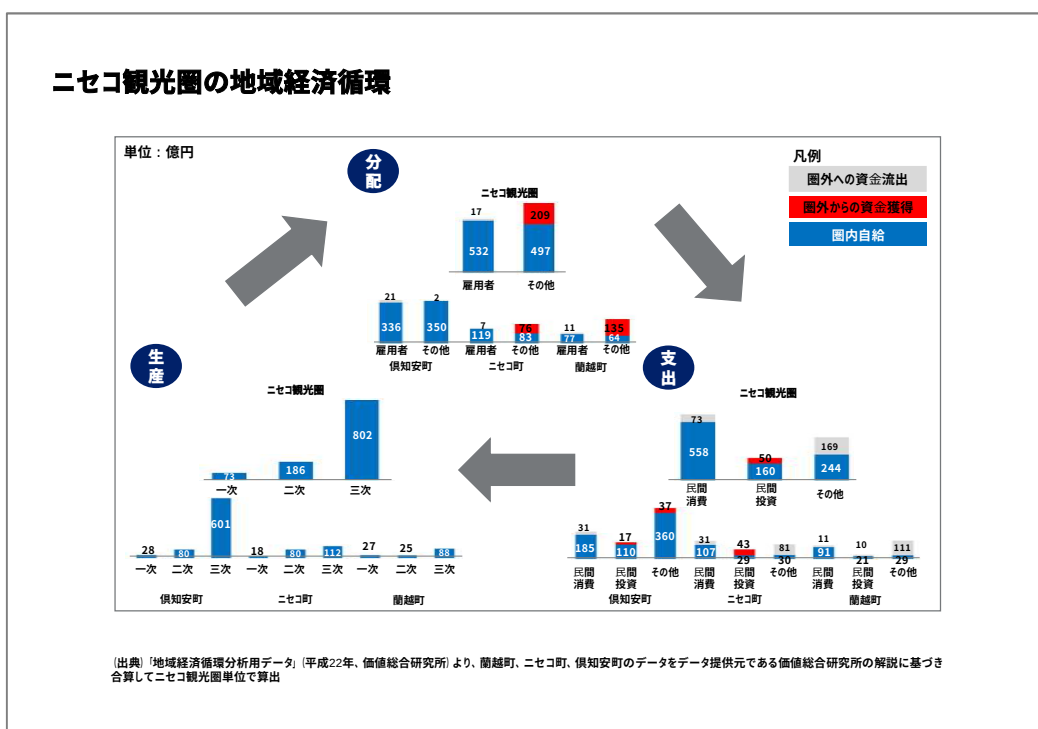
観光消費分析 (支出分析)	・北海道観光入込客数調査報告書 ・訪日外国人消費動向調査 ・RESAS 観光マップ
民間投資分析 (支出分析)	※事業者ヒアリング結果を主に活用

(2) ニセコ観光圏の地域経済循環

ニセコ観光圏の地域経済分析を行うに当たり、ニセコ観光圏の地域経済を生産・分配・支出の三面から捉え、資金の流れ及び流出入状況を把握した。各面の特徴は下記の通りであり、この特徴を踏まえ(3)以下で行う各面の個別分析のポイントを導出した。

なお RESAS 地域経済循環マップで使用されている地域経済循環率³は 85.7%であり、ニセコ観光圏は一定程度他地域から流入する所得に依存していることが分かる。ただし、地域経済循環率はあくまでも地域経済の特徴を示す値であり他地域と比較するものではないため、本分析においては参考情報として取扱をしている。

【ニセコ観光圏の地域経済の全体像】



【ニセコ観光圏の地域経済の特徴】

生産面	・第三次産業がニセコ観光圏の産業全体をリードしている ・第三次産業の中でも特に倶知安町の生産額が大きく、ニセコ観光圏全体をリードしている
分配面	・圏外の労働力に対する支払分として、雇用者所得が圏外流出している ・その他所得（交付税や補助金）を圏外から獲得している

³ 地域経済循環率とは、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、地域経済の自立度を示している。値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高い。（RESAS 地域経済循環マップより）

支出面	・ 圏外から民間投資を獲得している ・ 圏外に民間消費が流出しており、圏内在住者が圏外で消費をしている ※その他も圏外に流出しているが、その他の内訳が地域経済循環分析用データから把握できなかったため、分析対象外としている
-----	--

【各分析の主なポイント】

生産分析	・ “稼ぐ力”を持つ産業はどこか、稼ぐ力を伸ばすことは可能か ・ 産業連関性が高い産業はどこか、連関性を高めることは可能か
分配分析	・ 雇用力が高い産業はどこか、雇用力を高めることは可能か
観光消費分析 (支出分析)	・ 圏内のどこで観光消費をしているか、消費拡大の阻害要因はなにか
民間投資分析 (支出分析)	・ 圏内に流入する投資の規模はいくらか、投資をいかに継続させるか

(3) 生産分析

上記(2)の分析ポイントを踏まえ、生産分析では主にニセコ観光圏及び本町の地域経済における稼ぐ力のある産業、産業連関性が高い産業の把握をした。主な分析結果は下記の通りである。

【産業別売上高の推移】

ニセコ観光圏及び本町の各産業の売上高の平成24年から平成26年の推移をみると、ニセコ観光圏、本町ともに卸売業、小売業、建設業、農林漁業、宿泊業、飲食サービス業の売上高が大きく、かつ増加している（本町の農林漁業を除き）。一方で各産業の労働生産性（付加価値額を従業者数で除した値）を全国の各産業の労働生産性で除した値である特化係数⁴をみると、いずれも1.0より低くなっており、労働生産性が低いことが分かる。

産業別売上高の推移

売上高（百万円）	ニセコ観光圏				ニセコ町			
	平成24年	平成26年	成長率	特化係数 (労働生産性)	平成24年	平成26年	成長率	特化係数 (労働生産性)
全産業	72,110	83,565	↑ 116%	0.53	12,607	15,767	↑ 125%	0.40
農林漁業	10,335	10,683	↑ 103%	0.95	2,727	2,598	↓ 95%	0.61
建設業	11,833	13,933	↑ 118%	0.79	1,459	2,423	↑ 166%	0.75
製造業	5,570	6,459	↑ 116%	0.73	117	※	—	0.30
運輸業、郵便業	1,706	5,019	↑ 294%	0.64	748	1,015	↑ 136%	0.87
卸売業、小売業	22,682	26,289	↑ 116%	0.55	1,666	2,941	↑ 177%	0.40
金融業、保険業	381	1,356	↑ 356%	0.23	—	—	—	—
不動産業、物品賃貸業	2,339	1,560	↓ 67%	0.76	180	※	—	0.28
学術研究、専門・技術サービス業	791	587	↓ 74%	0.60	31	25	↓ 81%	0.15
宿泊業、飲食サービス業	7,822	9,643	↑ 123%	0.80	4,522	5,525	↑ 122%	0.85
生活関連サービス業、娯楽業*	1,923	3,404	↑ 177%	0.54	177	384	↑ 217%	0.46
教育、学習支援業	215	233	↑ 108%	0.43	—	—	—	—
医療、福祉	3,450	2,702	↓ 78%	0.91	516	453	↓ 88%	0.87
その他サービス業	3,063	1,697	↓ 55%	0.72	464	403	↓ 87%	0.40

*生活関連サービス業、娯楽業には洗髪業が含まれる

※ニセコ町の平成26年の製造業、不動産業、物品賃貸業は経済センサス上で該当データが取得できないため未集計

(注記) 鉱業、採石業、砂利採取業、電気、ガス、熱供給・水道業、情報通信業、複合サービス事業は、経済センサス上で該当データが取得できないため未集計

(出典) 経済センサス(平成24年、平成26年、経済産業省)、RESAS産業構造マップ(稼ぐ力分析)よりダウンロードした平成24年データをもとに作成。農林漁業はRESAS産業構造マップ(農業・林業・水産業)よりダウンロードした平成17年、平成22年データをもとに作成

⁴ 1.0を超えていると、当該産業の全国に比べて労働生産性が高い産業といえる。

【産業別事業所数の推移】

産業別に事業所数の平成 24 年から平成 26 年の推移をみると、ニセコ観光圏、本町ともに産業全体では事業所数は増加しており、特に生活関連サービス業、娯楽業、不動産業、物品賃貸業の事業所数が増加している。

産業別事業所数の推移

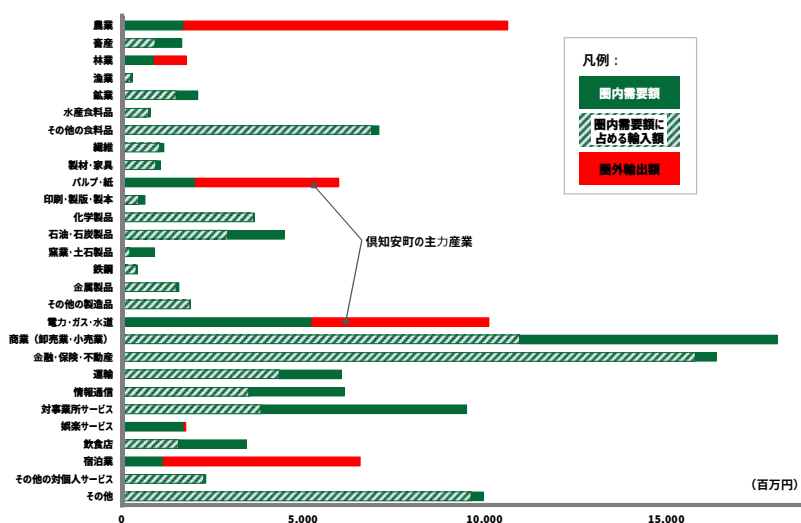
	ニセコ観光圏					ニセコ町				
	平成24年	新設	廃業	平成26年*	(増減数)	平成24年	新設	廃業	平成26年*	(増減数)
全産業	1,403	245	199	1,449	↑ 46	250	48	36	262	↑ 12
農業、林業	38	1	3	36	↓ 2	7	0	1	6	↓ 1
鉱業、採石業、砂利採取業	4	0	0	0	0	2	0	0	2	0
建設業	117	7	3	121	↑ 4	17	1	0	18	↑ 1
製造業	42	3	7	38	↓ 4	10	0	2	8	↓ 2
電気・ガス・熱供給・水道業	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0
情報通信業	8	8	7	9	↑ 1	2	2	2	2	0
運輸業、郵便業	36	7	7	36	0	9	1	2	8	↓ 1
卸売業、小売業	330	43	51	322	↓ 8	51	5	9	47	↓ 4
金融業、保険業	16	1	3	14	↓ 2	3	0	1	2	↓ 1
不動産業、物品賃貸業	103	26	11	88	↑ 15	7	4	1	10	↑ 3
学術研究、専門・技術サービス業	39	14	6	47	↑ 8	3	4	1	6	↑ 3
宿泊業、飲食サービス業	327	64	71	320	↓ 7	86	15	13	88	↑ 2
生活関連サービス業、娯楽業	102	34	13	123	↑ 21	20	9	3	26	↑ 6
教育、学習支援業	32	11	3	40	↑ 8	4	3	0	7	↑ 3
医療、福祉	68	17	3	82	↑ 14	10	3	0	13	↑ 3
複合サービス事業	16	0	2	14	↓ 2	3	0	0	3	0
その他サービス業	121	9	9	121	0	16	1	1	16	0

*平成26年＝平成24年＋新設－廃業で算出（事業内容等不詳の事業所数は含めていない）（出典）経済センサス（平成24年、平成26年、経済産業省）より作成

【ニセコ観光圏の圏内需要額と輸出入状況】

ニセコ観光圏産業連関表を活用し、産業ごとにニセコ観光圏の地域経済における圏内需要のうち、圏内生産でどの程度賄えているかを把握した。これを見ると、ニセコ観光圏では圏内需要を圏内生産で賄い、圏外に輸出している産業は一部の産業（農業やパルプ・紙等）に限られており、多くの産業で圏内需要を圏内生産で賄うことができず、圏外からの輸入に頼っていることが分かる。

ニセコ観光圏の圏内需要額と輸出入状況

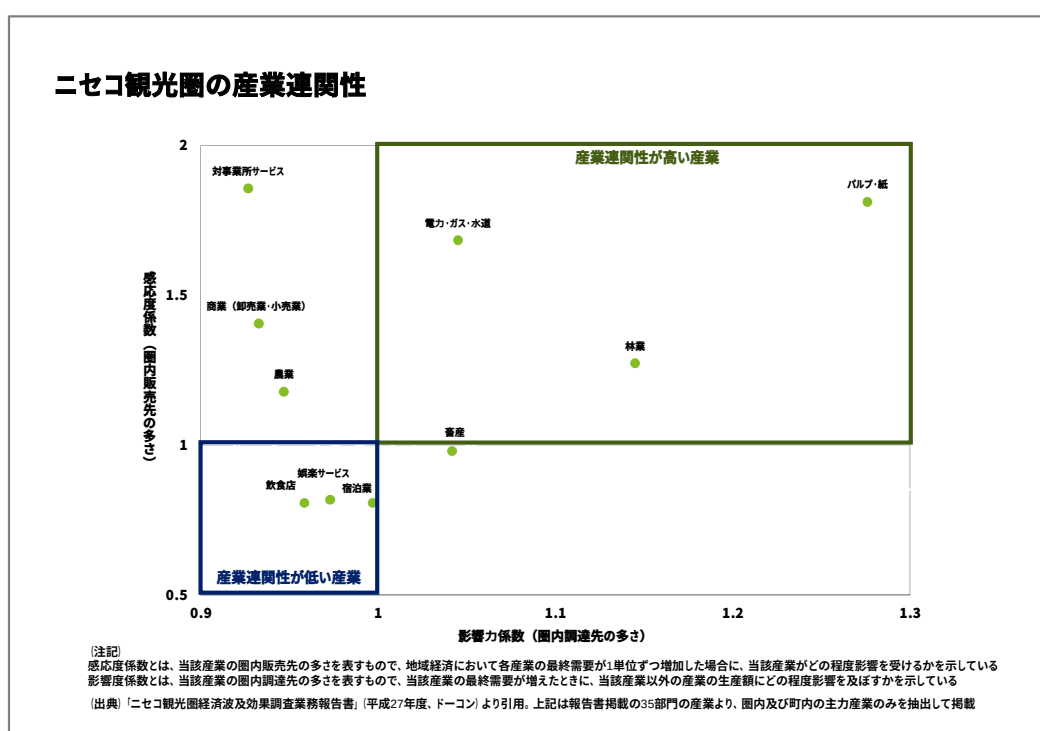


〔注記〕「建築・土木」、「公務」、「教育・研究」、「医療・保険・社会福祉」、「介護」、「その他の公共サービス」、「事務用品」は産業連関表作成時の定義上移輸入が発生しないと仮定しているため本分析では除外（「ニセコ観光圏経済波及効果調査業務報告書」〔平成27年度、ドーコン〕）

【ニセコ観光圏の産業連関性】

ニセコ観光圏産業連関表を活用し、ニセコ観光圏における産業連関性が高い産業の把握をした。産業連関性とは、当該産業が地域内でどれくらい販売先や調達先を有しているかを指すものであり、産業連関性が高い場合他の産業に対する影響力が大きいといえる。

分析結果をみると、パルプ・紙、電力・ガス・水道、林業の産業連関性が高くなっている一方で、飲食店、娯楽サービス、宿泊業の産業連関性が低くなっていることが分かる。



(4) 分配分析

分配分析では、主にニセコ観光圏及び本町で雇用力のある産業の特定及び所得の流出入状況を把握した。主な分析結果は下記の通りである。

【産業別従業者数の推移】

産業別に従業者数の平成 24 年から平成 26 年の推移をみると、ニセコ観光圏及び本町において、産業全体としては従業者数が減少している。一方でニセコ観光圏及び本町では建設業、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業、医療、福祉における従業者数が多く、当該産業が産業としての雇用力が大きい産業といえる。

また、運輸業、郵便業及び宿泊業、飲食サービス業で従業者数が減少している。運輸業、郵便業（特に運輸業）は全国的、全道的に人材確保が難しくなっており、限られた人材は賃金の高い本州へと流出していることが要因として考えられる。宿泊業、飲食サービス業については、ニセコ観光圏でホテルや旅館と比べて施設内での飲食提供機会がないコンドミニウムが建設されており、宿泊業全体として従業者数が減少する一方、コンドミニウムやホテルといった清掃業、洗濯業での従業者数が増加しているものと考えられる。

なお、医療、福祉の従業者数が本町において特に増加しているが、高齢化の進展に伴い当該産業に対する需要が増加していることが背景にあると考えられる。

産業別従業者数の推移

	ニセコ観光圏				ニセコ町			
	平成24年	平成26年	増加率	売上成長率	平成24年	平成26年	増加率	売上成長率
全産業	13,046	12,027	↓ 92%	↑ 116%	2,368	2,219	↓ 94%	↑ 125%
農業、林業	2,814	2,274	↓ 81%	↑ 103%	632	530	↓ 84%	↓ 95%
鉱業、採石業、砂利採取業	16	19	↑ 119%	—	10	19	↑ 190%	—
建設業	1,002	1,027	↑ 102%	↑ 118%	122	140	↑ 115%	↑ 166%
製造業	342	446	↑ 130%	↑ 116%	33	19	↓ 58%	—
電気・ガス・熱供給・水道業	90	98	↑ 109%	—	—	—	—	—
情報通信業	26	18	↓ 69%	—	4	4	100%	—
運輸業、郵便業	1,064	525	↓ 49%	↑ 294%	96	66	↓ 69%	↑ 136%
卸売業、小売業	1,857	1,996	↑ 107%	↑ 116%	203	204	100%	↑ 177%
金融業、保険業	132	141	↑ 107%	↑ 356%	18	17	↓ 94%	—
不動産業、物品賃貸業	368	359	↓ 98%	↓ 67%	28	29	↑ 104%	—
学術研究、専門・技術サービス業	139	147	↑ 106%	↓ 74%	7	14	↑ 200%	↓ 81%
宿泊業、飲食サービス業	2,175	1,796	↓ 83%	↑ 123%	882	687	↓ 78%	↑ 122%
生活関連サービス業、娯楽業	603	649	↑ 108%	↑ 177%	105	144	↑ 137%	↑ 217%
教育、学習支援業	123	126	↑ 102%	↑ 108%	15	18	↑ 120%	—
医療、福祉	1,077	1,236	↑ 115%	↓ 78%	86	227	↑ 264%	↓ 88%
複合サービス事業	316	384	↑ 122%	—	39	30	↓ 77%	—
その他サービス業	902	786	↓ 87%	↓ 55%	88	71	↓ 81%	↓ 87%

(注記) 漁業は、経済センサス上で該当データが取得できないため未集計
(出典) 経済センサス(平成24年、平成26年、経済産業省)をもとに作成。農林漁業はRESAS産業構造マップ(農業、林業)よりダウンロードした平成17年、平成22年データをもとに作成

【産業別労働者数（従業者数・就業者数）と流出入数】

ここでは産業別に従業者数と就業者数を比較し、労働者の流出入状況を把握することで労働者への賃金、すなわち所得の流出入状況を把握した。流出入数は従業者数から就業者数を引いた数字であるが、従業者とは当該地域内で生産活動に従事する者（圏外からの通勤者を含む）を、就業者とは当該地域に居住して生産活動に従事する者（圏外への通勤者を含む）を指す。従業者数が就業者数よりも多い場合、地域外から当該地域へ通勤している労働者が多く、逆に従業者数が就業者数より少ない場合、当該地域から地域外へ通勤している労働者が多いことになる。

これを踏まえ分析をすると、ニセコ観光圏では、産業全体で地域外から 229 人の労働者を獲得しており、特に卸売・小売業、建設業で特に流入数が多くなっていることが分かる。一方で本町では、産業全体では地域外に 46 人の労働者が流出しており、産業別にみるとサービス業では地域外から 26 人の労働者が流入している。これより本町には町外で労働している町民もいることが分かる。

産業別労働者数 (従業者数・就業者数) と流出入数

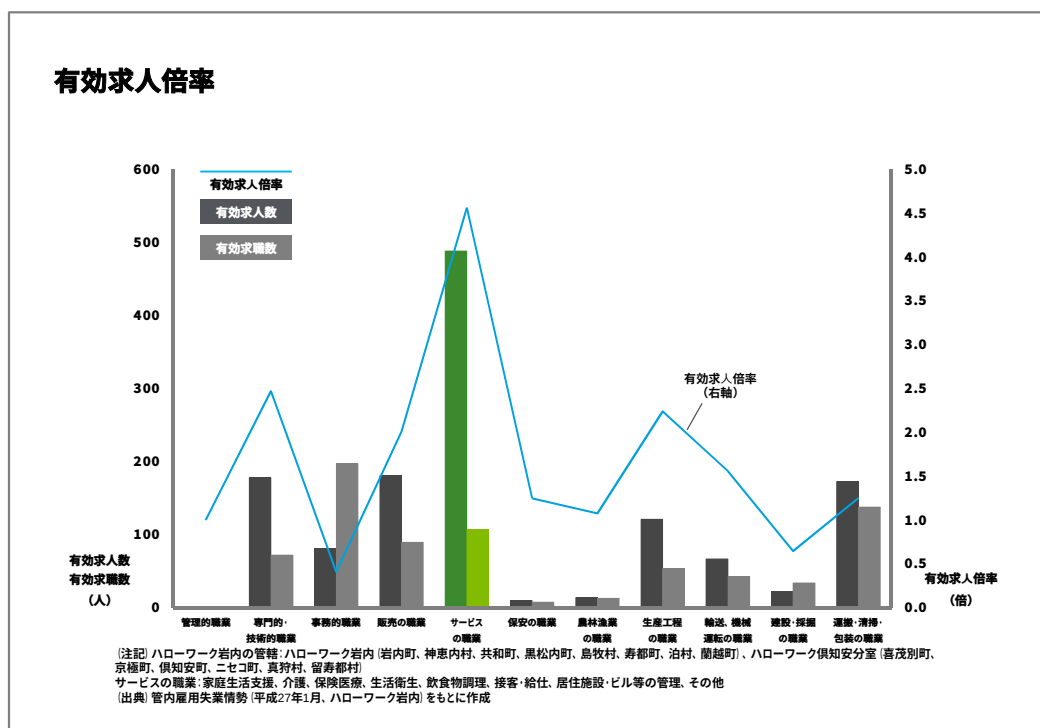
町民の雇用力が大きい産業

売上高（百万円）	ニセコ観光圏				ニセコ町			
	従業者	就業者	流出入数*	1人当り生産高	従業者	就業者	流出入数*	1人当り生産高
全産業	13,169	12,940	↑ 229	12	2,270	2,316	↓ -46	16
農林水産業	1,991	2,003	↓ -12	7	479	491	↓ -12	7
鉱業	4	6	↓ -2	30	2	0	↑ 2	30
製造業	397	481	↓ -84	15	56	64	↓ -8	18
建設業	1,164	1,082	↑ 82	30	166	162	↑ 4	98
電気・ガス・水道業	94	99	↓ -5	102	9	11	↓ -2	102
卸売・小売業	1,723	1,633	↑ 90	6	209	248	↓ -39	6
金融・保険業	154	148	↑ 6	16	21	25	↓ -4	16
不動産業	268	253	↑ 15	35	30	44	↓ -14	35
運輸・通信業	640	597	↑ 43	14	116	105	↑ 11	14
公務	1,318	1,266	↑ 52	22	99	109	↓ -10	22
サービス業	5,416	5,372	↑ 44	7	1,083	1,057	↑ 26	7

〔出典〕「地域経済循環分析用データ」〔平成22年、価値総合研究所〕、国勢調査〔平成22年、総務省〕をもとに作成

【有効求人倍率】

職業別に有効求人倍率をみると、本町で雇用力のあるサービスの職業が、ハローワーク岩内管内では他の職業に比べて有効求人倍率が高く、人手不足が顕著であることが分かる。



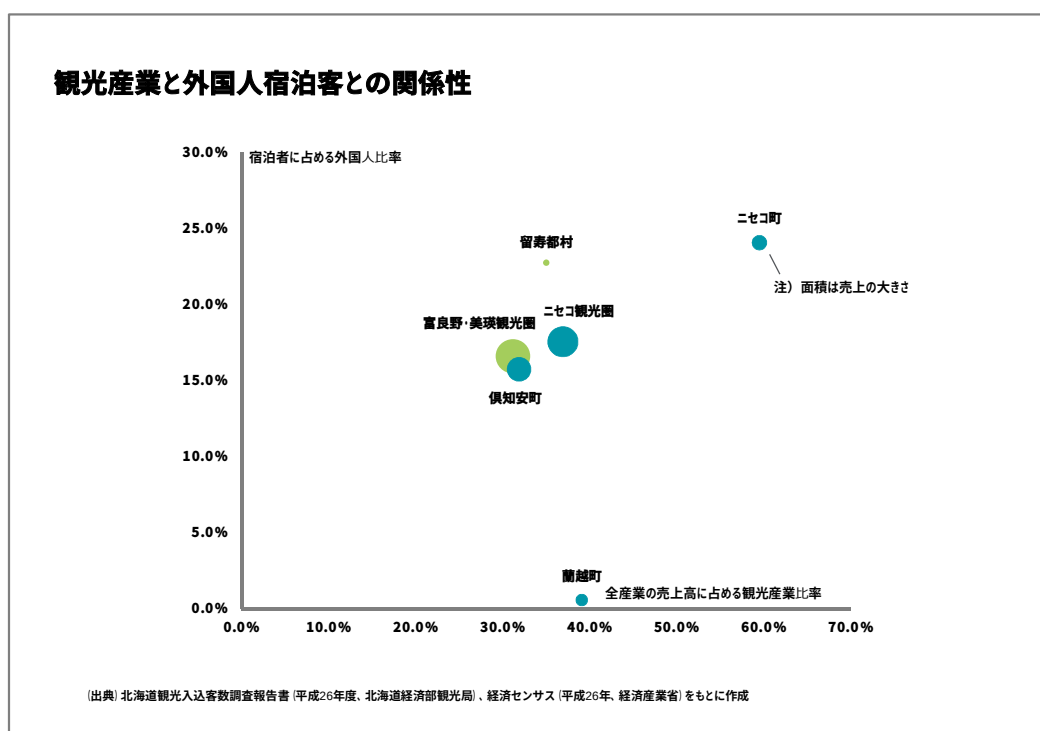
(5) 観光消費分析（支出分析）

観光消費分析では、本町における観光産業と外国人宿泊客との関係性を冒頭明確にしたうえで、本町を訪れる外国人観光客の特徴を分析した。主な分析結果は下記の通りである。

【観光産業と外国人宿泊客との関係性】

ここでは道内の主な観光地の中から、ニセコ観光圏及び本町同様多くの外国人観光客が流入しかつリゾート地である留寿都村、富良野・美瑛観光圏（富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、美瑛町、占冠村）を取り上げて比較した。

これをみると本町は、ニセコ観光圏や富良野・美瑛観光圏と比較して、宿泊者に占める外国人比率が高く、また全産業売上高に占める観光産業売上高比率が他に比べて特に高い。これより本町は、地域経済に対する外国人宿泊客による観光消費の影響が大きいことが分かる。



分析軸	算出方法
宿泊者に占める外国人比率 (縦軸)	総宿泊客数に占める外国人宿泊客数の割合
全産業の売上高に占める観光産業比率 (横軸)	全産業の売上高合計額に占める観光産業 (宿泊・飲食サービス業、卸売業・小売業) の売上高
観光産業売上高 (バブルの大きさ)	観光産業 (宿泊・飲食サービス業、卸売業・小売業) の売上高

【外国人観光客の観光消費単価、平均泊数、年間宿泊日数の比較】

（観光消費単価）

北海道を訪問する外国人の観光消費単価を国籍別に比較すると、フランスが最も高くなっており、香港、ロシアと続く。なおここでの観光消費単価とは旅行中支出額の平均値であり、パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社及び船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まれていない（「訪日外国人消費動向調査（観光庁）」より）。

（平均泊数）

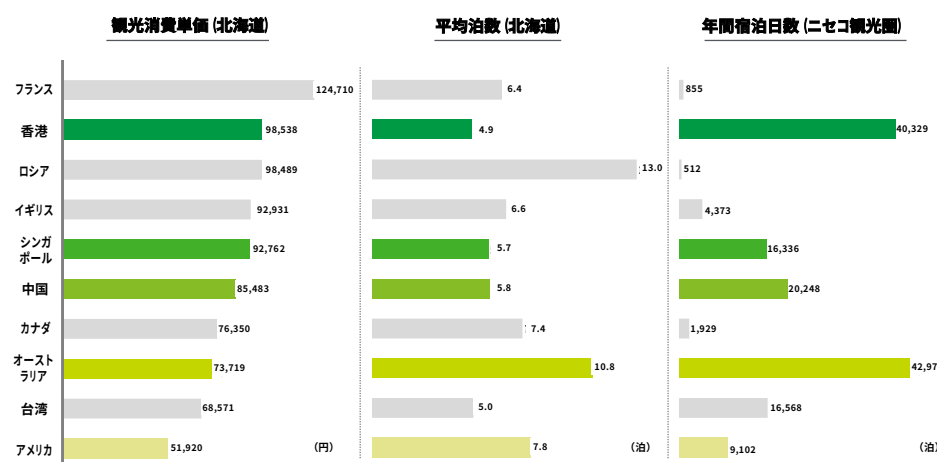
北海道を訪問する外国人観光客の平均泊数を国籍別に比較すると、ロシアが最も多くなっており、オーストラリア、アメリカと続く。

（年間宿泊日数）

ニセコ観光圏を訪問する外国人観光客の年間宿泊日数を国籍別に比較すると、オーストラリアが最も多くなっており、香港、中国と続く。

※下図では上記を踏まえ、ニセコ観光圏を訪れる外国人観光客の中でも、香港、シンガポール、中国、オーストラリア、アメリカの観光客がニセコ観光圏の観光消費に与える影響が多い国として重要であると判断し、グラフをハイライトしている。

外国人観光客の観光消費単価、平均泊数、年間宿泊日数の比較

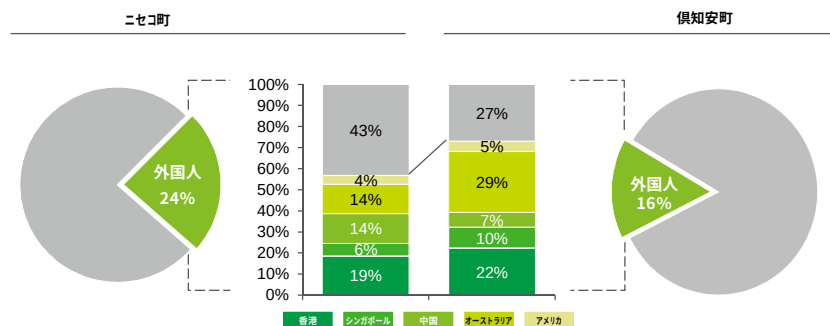


（出典）
 観光消費単価：「訪日外国人消費動向調査」（平成28年1-3月、4-6月、7-9月、10-12月、観光庁）より、訪問地（北海道）1人当たり1回当たり旅行消費単価を引用し通期平均を算出のうえ作成
 平均泊数：「訪日外国人消費動向調査」（平成28年1-3月、4-6月、7-9月、10-12月、観光庁）より、訪問地（北海道）平均泊数を引用し通期平均を算出のうえ作成
 年間宿泊日数：北海道観光入込客数調査報告書（平成27年度、北海道経済部観光局）をもとに作成

【外国人観光客の構成割合比較】

上記分析結果より抽出した香港、シンガポール、中国、オーストラリア、アメリカの宿泊客数の外国人宿泊客全体に占める割合を本町と倶知安町で比較すると、本町よりも倶知安町の割合が高いことが分かる。これより、ニセコ観光圏における観光消費に影響が大きい外国人は本町よりも倶知安町に宿泊していることが分かる。

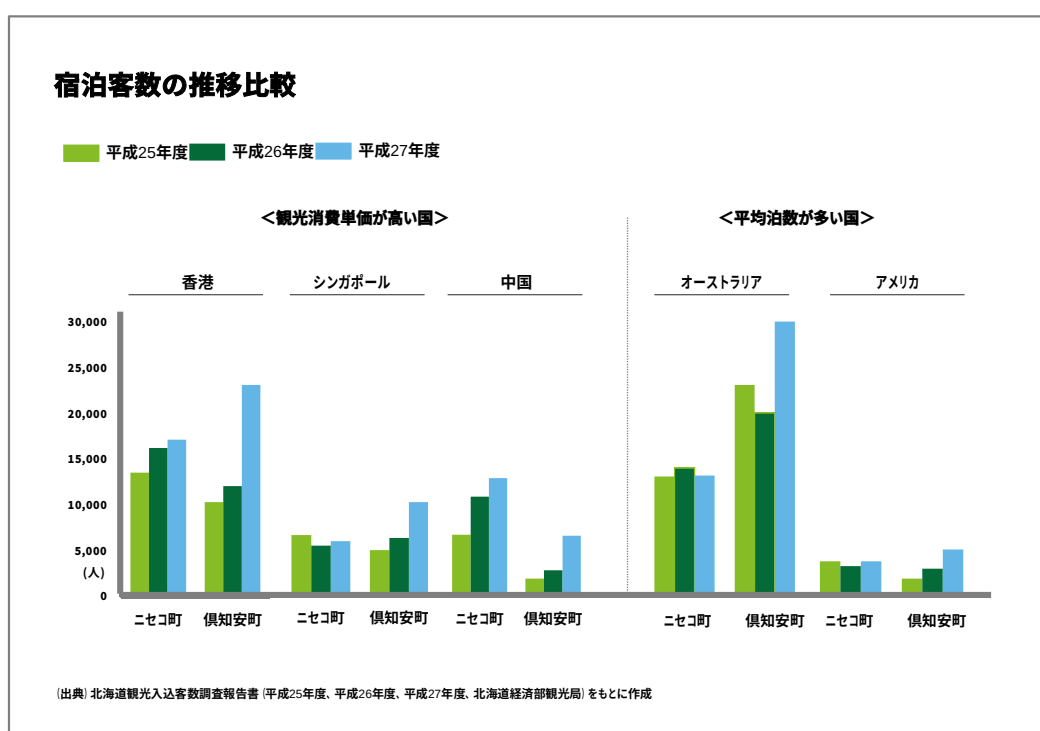
外国人宿泊客の構成割合比較



(出典)
北海道観光入込客数調査報告書(平成27年度、北海道経済部観光局)をもとに作成

【宿泊客数の推移比較】

ニセコ観光圏における観光消費に影響が大きい香港、シンガポール、中国、オーストラリア、アメリカの宿泊客数の平成25年度から平成27年度までの推移を比較すると、観光消費単価が高い国（香港、シンガポール、中国）では、本町及び倶知安町はともに宿泊客を取り込めているが、直近の平成27年度をみると倶知安町で大幅に増加していることが分かる。また、平均泊数が多い国（オーストラリア、アメリカ）では、ニセコ町は横ばいで推移している一方で、倶知安町は平成27年度に大幅に増加していることが分かる。



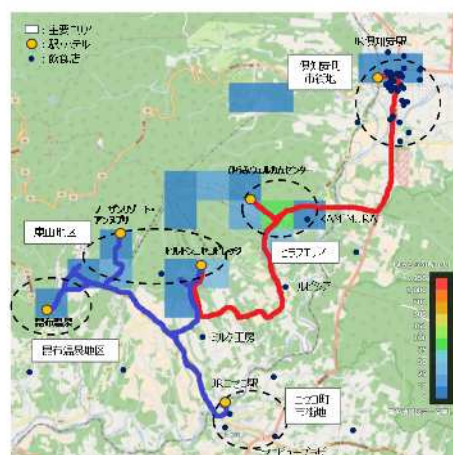
【外国人の滞在場所分布（冬期間）】

RESAS 観光マップ分析（外国人メッシュ）よりニセコ観光圏を冬季に訪れる外国人の滞在場所をみると、主にスキー場や宿泊施設があるヒラフエリア、東山地区、昆布温泉地区に滞在していることが分かる。一方で飲食店等が集積している倶知安町市街地やニセコ町市街地には外国人は滞在しておらず、滞在している外国人観光客が圏内の主な消費地で消費をしていないことが分かる。

また、外国人観光客によるニセコ観光圏内の市街地や消費地での積極的な消費を妨げているものとしては、ニセコ観光圏内で整備過程にある二次交通が要因として考えられる。バスについては、冬期間にはニセコユナイテッドシャトルやニセコ周遊バスが運行され、JR の駅と主要スキー場及びホテルとを結んでいるが、そもそも運行自体が知られていなかったり、運行本数が限られていたりと必ずしも観光客の利便性向上に寄与していないと考えられる。また、タクシーについても同様に、そもそも冬季にタクシーの数が不足している等により観光客が利用しにくい状況となっている。

外国人の滞在場所分布(冬期間)及びニセコ観光圏の二次交通状況

外国人の滞在場所分布(冬期間)



（出典）
・ RESAS観光マップ（外国人メッシュ）より、平成28年11月～平成27年4月を抽出、その際の集積、および当該の外国人が言及される。
・ バス路線及び運行時刻、運行時刻はニセコバスHPを参照

ニセコ観光圏の二次交通状況

- ✓ シャトルバスや周遊バスは冬期間のみの運行である
- ✓ ニセコ周遊バスは本数が少ない上に、17:30分以降の運行に限定されている

	冬の運行本数		
	午前	午後	夜間
ニセコユナイテッドシャトル	11	19	12
ニセコ周遊バス	—	—	3

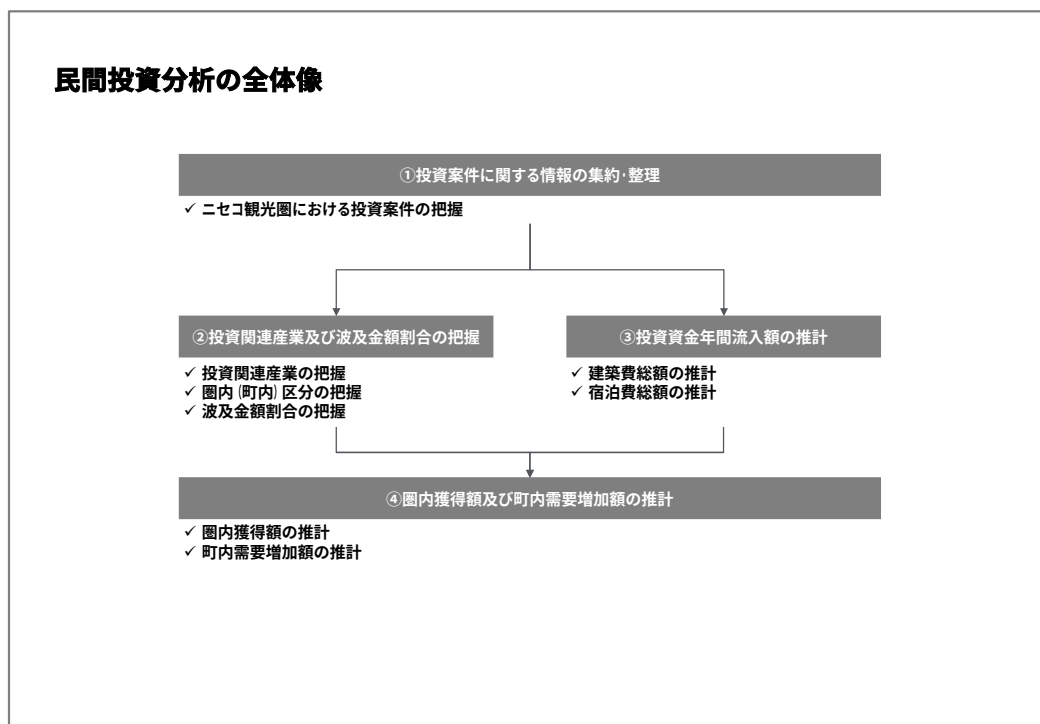
- ✓ 外国人観光客にとっては、バスの乗車方法の分かり辛さ・運行自体を知らない等の理由により、バス利用率が低い
- ✓ ニセコ町ではデマンドバスが運行されているが、2台しか稼働しておらず、予約を取りにくい
- ✓ 路線バスについては、ニセコ町市街地とヒラフエリアを直接つなぐ路線バスがない

- ✓ オフシーズンに稼働率が低くなるため、地元タクシー会社ではタクシーを増車していない（オンシーズンのみ他エリアの事業者がニセコ観光圏内で営業）
- ✓ 観光圏内でタクシーがつかまりにくく、一部の観光客が長時間に渡りタクシーを確保し続けているため、さらに観光圏内の台数が不足している

(6) 民間投資分析（支出分析）

民間投資分析では、ニセコ観光圏への投資案件に関する情報を集約・整理したうえで、ニセコ観光圏全体に対する総投資額及び本町地域経済への波及効果の推計を行った。民間投資分析の全体像は下記の通りである。

【民間投資分析の全体像】



なお、本分析における推計結果は、主に事業者ヒアリングで把握した事実（下記②の通り）に基づき算出されたものであり、複数回にわたる事業者ヒアリングでの意見交換やワーキンググループでの協議で検討を重ねたうえで算出したものであるが、ニセコ観光圏における投資の実態を把握するうえでのあくまでも推計値であり、詳細な分析等を経て引き続き精度を高める必要がある。

① 投資案件に関する情報の集約・整理

ニセコ観光圏への投資実態の把握のために、まずはニセコ観光圏における投資案件の把握をした。案件の把握に当たっては、ワーキンググループでの協議を踏まえ、当初新聞や専門情報誌等から投資案件を収集することを目指したが、情報収集の過程で後志総合振興局より提供を受けた「建築確認台帳」（以下、台帳）がニセコ観光圏における流入した投資資金により建設された建築物を網羅的に把握していたため（当初把握していた投資案件が台帳上に含まれていることは確認したうえで）、これに基づいて推計を進めることとした。

【建築確認台帳の概要】

期間	平成 15 年 4 月～平成 28 年 10 月
地域	倶知安町字山田、字樺山、字花園、字旭、字比羅夫、ニセコ町字ニセコ、字東山、字曽我、蘭越町字日出、字湯里、字黄金、字新見

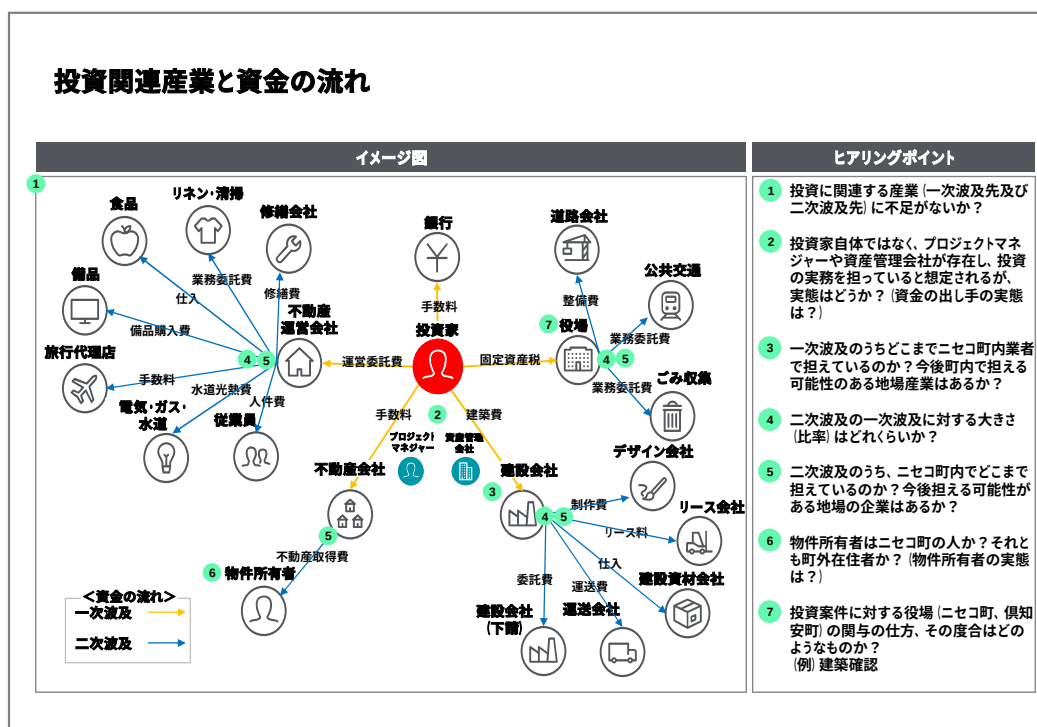
② 投資関連産業及び波及効果の把握

上記における投資案件の集約・整理を踏まえ、実際にニセコ観光圏における投資案件に対し圏内の産業がどのように関係性を持っているのか、また各産業に対してどれくらいの投資資金が波及しているのかを把握した。ここではニセコ観光圏の事業者に対してヒアリングを実施し、投資関連産業及び波及効果の把握を行った。事業者ヒアリングの内容や対象はワーキンググループでの協議や事業者ヒアリングで入手した情報をもとに検討を重ね、都度見直しつつ実施した。ヒアリング先及びヒアリング時に活用した資料は下記の通りである。

【ヒアリングリスト】

会社	所在	会社概要
A 社	ニセコ町	不動産運営・管理業／ディベロッパー
B 社	倶知安町	不動産運営・管理業
C 社	倶知安町	金融機関
D 社	倶知安町	不動産取引業
E 社	倶知安町	建設業

【ヒアリング時活用資料】



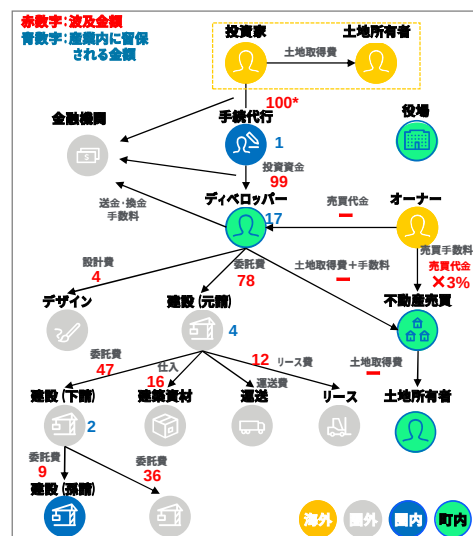
上記事業者ヒアリングを踏まえ、最終的に取りまとめた投資案件に関連する産業と各産業への投資資金の波及金額の割合は下記の通りである。ここでは事業者ヒアリング時に、投資に関連する産業及び資金の流れが、投資案件の建設時と建設後で異なることが明らかとなったため、建設時と建設後（運営時）の 2 つに分けて取りまとめている。また台帳等を基に把握した投資案件の内容を整理した結果、ニセコ観光圏への投資は、主にコンドミニアムとホテルに対し行われていることが把握できたことため、コンドミニアムとホテルにも分けて取りまとめをした。

なお下図では、投資案件に関連する産業をその産業がどこに位置しているのか（海外、ニセコ観光圏外、ニセコ観光圏内、本町内のいずれか）を色分けしている。また各図中の波及金額（赤字）及び産業内に留保される金額（青数字）は、投資額を 100 と仮定した場合に波及及び留保される金額の割合を表したものである。

【コンドミニアム建設時の関連産業と波及金額】

コンドミニアム建設時に、投資家からの投資資金は手続代行業者を通じてディベロッパーに渡し、ディベロッパーから各産業に波及する。コンドミニアムの設計及び建設はその大部分をニセコ観光圏外の事業者が担っており、建設会社（元請）から投資資金が波及する建設会社（下請）、建築資材会社、運送会社、リースは、建設会社（元請）が一括してニセコ観光圏外の事業者に発注している。ニセコ観光圏内（本町内も同様）の事業者が元請となる場合は比較的少規模のコンドミニアム案件に限られており、案件数も限られたものとなっている。したがって、コンドミニアム建設時にニセコ観光圏及び本町の事業者に波及する投資資金は限られたものとなっており、建設会社（孫請）に波及する場合もその波及割合は投資資金全体からみると、ごくわずかであることが分かる。（詳細は下図の通り。）

コンドミニアム建設時の関連産業と波及金額



【左図の補足説明】

- 投資家の投資資金は、手続代行業者（司法書士や土地家屋調査士等）経由でディベロッパーに渡る。
- 投資対象となる土地は、町内の不動産売買業や町民が保有する場合もあるが、既に9割以上が外国人所有であり、売買が海外で行われている場合がほとんどである。
- ディベロッパーは、現地でのマネジメントフィーとして、投資資金の約17%を取得し、残り（99-17=82）の95%を元請、5%をデザイン会社に発注する。（上記の通り、投資対象となる土地は海外で売買されているため、不動産売買業への波及金額は0としている）
- 建設会社（元請）の粗利は約5%。粗利を除いた金額は、委託費（外注費）60%、建築資材仕入20%、諸経費（運送、リース）15%で波及する。
- 建設会社（元請）は、札幌近郊の大手建設会社が元請となるケースが多く、ここから建設会社（下請）に発注をしている。運送会社、建築資材会社、リースも建設会社（元請）が一括して圏外に発注している。圏内業者が元請となるのは難しい（一部小規模のコンドミニアムは圏内事業者が元請となるケースもある）。
- 建設会社（下請）は、建設後の管理も考え建設会社（孫請）にインフラ関連業務を発注しており圏内業者が担うこともある（水道や電気工事）が、その割合は下請からの外注費のうち2割程度である。
- 投資資金の送金、日本円への換金は金融機関を通じて行われ、送金手数料、換金手数料が金融機関に支払われる。投資資金は海外で調達され、国内で借入されることはない。
- コンドミニアムは平均7,000～8,000万程度で売買され、仲介手数料として不動産売買業に売買代金の3%が支払われる。買主は外国人が大部分を占める。
- 建設時に役場に波及する金額はない。今後開発助成金や目的税の導入により、役場への波及をより大きくすることができると考えられる。

*投資家からの波及金額100には、手続代行業者に支払う手数料も含まれているものと仮定している。
（注釈）土地取得費、売買代金は案件によって投資資金に占める割合が大きく変化することから、取引自体は確認できているものの本調査では「-」としている。

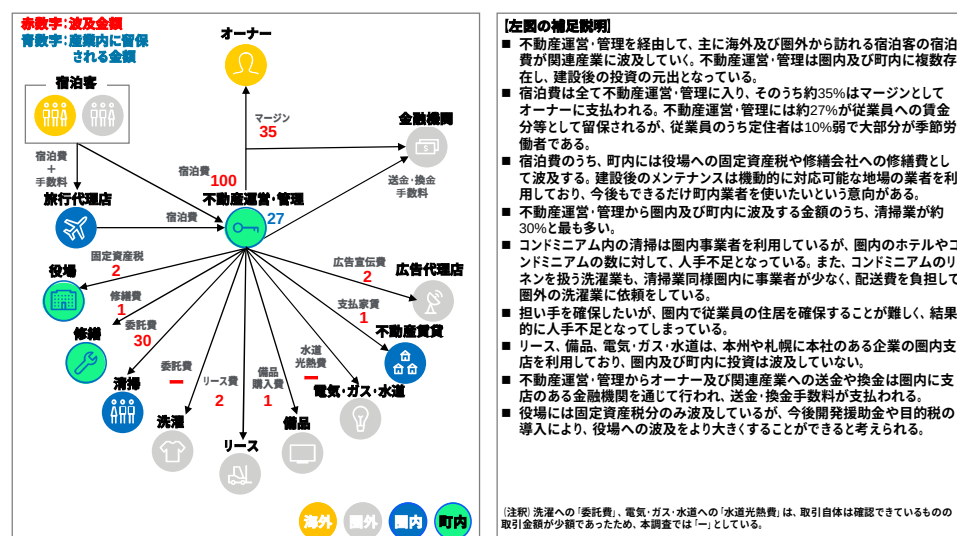
【コンドミニウム建設後（運営時）の関連産業と波及金額】

コンドミニウム建設後（運営時）の主たる産業は不動産運営・管理業者であり、建設されたコンドミニウムのオーナーから運営・管理を受託している。不動産運営・管理業者はニセコ観光圏及び本町内にも存在しており、コンドミニウムに宿泊する観光客からの宿泊費が波及している。

ニセコ観光圏内事業者へ波及する金額が限られている建設時と比較すると、運営時に不動産運営・管理業者に関連する各産業の中には、修繕会社や清掃業のように、ニセコ観光圏及び本町内に存在する事業者が担い手となっているケースもあり、一定程度投資資金が波及しているものと考えられる。実際に事業者ヒアリングでは、ニセコ観光圏及び本町内に存在する事業者を活用している、活用したがい不足しているため圏外事業者を活用せざるを得ないといった事実も把握することができた。

なお、事業者ヒアリングでは把握することができなかった点は、不動産運営・管理業の一般的なビジネスモデルや公表されている不動産運営・管理業者の財務諸表等を参考にワーキンググループで協議し最終化している。また、本分析の直接の分析対象ではないものの、コンドミニウムに滞在する観光客は滞在中にコンドミニウム外の飲食店等での消費をしており、その点も消費の波及効果として考慮する必要がある。（詳細は下図の通り。）

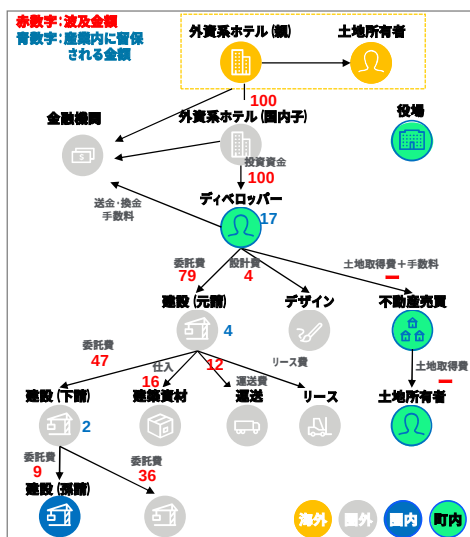
コンドミニウム建設後（運営時）の関連産業と波及金額



【ホテル建設時の関連産業と波及金額】

ホテル建設時には、投資家からの投資資金は国内子会社（現地法人含む）を経由してディベロッパーに波及しており、この点がコンドミニアム建設時とは大きく異なる点である。ただし、その他の点ではコンドミニアム建設時と同様であり、ホテル建設時にもニセコ観光圏及び本町内の事業者には波及する資金は、投資資金全体に対してごく限られたものとなっている。（詳細は下図の通り。）

ホテル建設時の関連産業と波及金額



【左図の補足説明】

- コンドミニアム建設時とは異なり、投資資金は手続代行業者経由ではなく、国内子会社経由でディベロッパーに渡り、建設会社（元請）、デザイン会社に波及する。
- ディベロッパーからの先の関連産業は上述のコンドミニアム建設時と同様となっている。ただし、案件数はコンドミニアム建設と比較して少なく、海外有名ホテルチェーンの建設に限られている。
- 事業規模が大きいホテルの建設案件の場合、町内の建設会社（孫請）の中には、大手建設会社の発注条件の厳しさから孫請として参加したくないと考える業者もいる。
- 建設時に役場に波及する金額はない。今後開発援助金や目的税の導入により、役場への波及をより大きくすることができると考えられる。

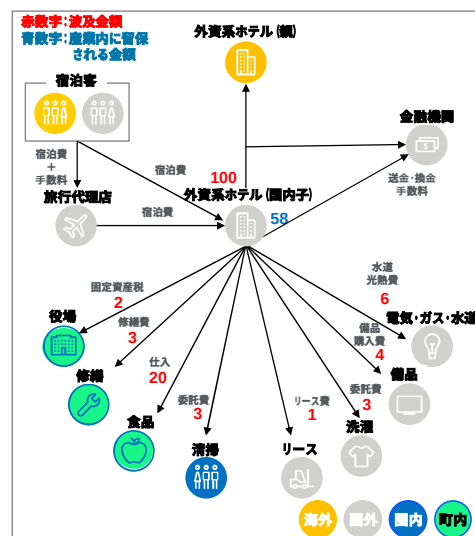
【注釈】土地取得費は案件によって投資資金に占める割合が大きく変化するから、取引自体は確認できているものの本調査では「－」としている。

【ホテル建設後（運営時）の関連産業と波及金額】

ホテル建設後（運営時）に中心となるのは、現地で建設されたホテルを運営する国内子会社（現地法人含む）であり、この点が不動産運営・管理業者を中心に運営されているコンドミニウムとは異なる点である。また、コンドミニウムと異なり宿泊客がホテル内で食事をする機会があるため、ホテル運営時には食事の提供に必要な仕入が発生するため、ここに町内事業者が関連しておりその波及金額割合も大きい。

なお、ここでも事業者ヒアリングでは把握することができなかった点は、不動産運営・管理業の一般的なビジネスモデルや公表されている大手ホテル業者の財務諸表等を参考にワーキンググループで協議し最終化している。（詳細は下図の通り。）

ホテル建設後（運営時）の関連産業と波及金額



【左図の補足説明】

- 上述のコンドミニウム建設後の関連産業に加えて、ホテルで提供する食品の仕入が発生し、その分が国内及び町内に波及する。農産物はホテルからの仕入の対象となるが、外国人に対して地元産であることを売りにする等売り方を工夫すれば、より町内からの仕入量が多くなると考えられる。
- 国内ホテルには地元産農産物へのニーズがあり、すでに活用しているホテルもある。大衆客向けには仕入の安さ、富裕層向けには品質を重視して仕入先を選別している。
- 宿泊費は全て国内子会社に入り、そのうち約58%が、親会社へのマージンや従業員への賞金分等として留保される。（公表されている財務諸表等を活用）
- 関連産業へ波及する金額のうち、最も割合が大きいのは食品となっており、上記の通り、ホテルのニーズに合わせた地元産品の販売方法の工夫が必要と考えられる。

③ 投資資金年間流入額の推計

上記②で把握した投資に関わる産業及び波及金額割合をもとに、ホテルとコンドミニアムについて建設時と建設後（運営時）に分けたうえでニセコ観光圏に流入している投資資金の推計を行った。それぞれの推計方法は下記の通りである。

【建設費の推計__概要】

建設費は、建設費を建物部分の建築費と建物の敷地となる土地の取得費（土地取得費）の二つに分けたうえで推計をしている。

建築費は、建築する建築物により建築単価が異なることから、コンドミニアム、ホテル、その他（コンドミニアムとホテル以外）の三つに分け、上記①で取得した台帳をもとにそれぞれの建築延べ面積を把握し、それに建築単価を乗じることによって推計をした。また土地取得費は建築費同様に、台帳をもとにエリアごとに敷地面積を把握し、それに各エリアの地価を乗じることにより推計をしている。

推計項目	算出式
建築費	建築延べ面積×構造ごとの建築単価
土地取得費	敷地面積×地価

【建設費の推計__建築費】

建築費は上記の通り、コンドミニアム、ホテル、その他に分けたうえで、それぞれの建築延べ面積を台帳から集計し、下記の建築単価を乗じることによって推計をしている。その後はコンドミニアム、ホテル以外のものであり、台帳上簡易宿所、別荘、一般住宅等として記載されているものであり、ここではそれらを木造、RC（鉄筋コンクリート造）、S（鉄骨造）の構造ごとに分けて推計をした。

項目	建築単価	単価の算出に用いた資料
コンドミニアム	627,300 円	台帳及び上記①で把握した投資案件情報
ホテル	161,300 円	台帳及び上記①で把握した投資案件情報
その他（木造）	154,100 円	平成 27 年建築着工統計調査（国土交通省）
その他（RC）	173,300 円	
その他（S）	305,200 円	

コンドミニアムの建築単価 627,300 円は、上記①の新聞記事等から把握した「綾ニセコ」（倶知安町字山田）案件の投資額 8,000,000 千円を建築延べ面積 12753.13（㎡）で除して算出した。またホテルの建築単価 161,300 円は、コンドミニアムと同様の手法を用い、新聞記事等から把握した「パーク・ハイアット・ニセコ

「HANAZONO」（倶知安町字花園）案件の投資額 100,000,000 千円を建築延べ面積 620,000（㎡）で除して算出した。

その他の木造、RC（鉄筋コンクリート造）、S（鉄骨造）の単価は「平成 27 年建築着工統計調査」（国土交通省）に掲載のデータより、宿泊業用（北海道）の工事費予定額を床面積の合計（㎡）で除して算出している。

これらの建築単価と台帳から把握した各建築物の建築延べ床面積をもとに推計した建築費は下記の通りである。

【推計結果__建築費（単位：千円）】

期間	コソドミニヰム	ホテル	その他
平成 23 年 11 月～平成 24 年 10 月	379,779	250,476	538,008
平成 24 年 11 月～平成 25 年 10 月	3,785,184	971,205	313,776
平成 25 年 11 月～平成 26 年 10 月	0※	2,515,734	1,225,942
平成 26 年 11 月～平成 27 年 10 月	8,210,748	3,200,664	1,134,349
平成 27 年 11 月～平成 28 年 10 月	25,346,727	6,624,584	927,515

※台帳上、この期間にコソドミニヰムの建築がなかったことから 0 としている。

【建設費の推計__土地取得費】

土地取得費は、上記①で取得した台帳から、エリアごとに物件の敷地面積の合計値を算出し、それに地価を乗じることで推計をした。ここでの地価は、「全国地価マップ」（一般社団法人資産評価システム研究センター）より把握した、平成 28 年度の固定資産税路線価等を引用している。推計結果は下記の通りである。

【推計結果__土地取得費】

町	エリア	敷地面積（㎡）	地価（円）	土地取得費（千円）
ニセコ町	曾我	12,349	3,636	44,906
	ニセコ	18,803	7,600	142,900
	東山	9,092	11,395	103,606
倶知安町	高砂	0	5,390	0
	花園	9,874	8,500	83,930
	旭	19,126	8,515	162,856
	比羅夫	5,862	9,697	56,846
	樺山	48,073	21,000	1,009,531
	山田	112,193	33,636	3,773,768
	倶知安	0	14,900	0

蘭越町	湯里	8,228	2,480	20,402
	日出	0	2,575	0

【建設費の推計__総建設費（年間）】

以上で推計した建築費及び土地取得費をコンドミニウム、ホテル、その他に整理して集計すると、下記の通りとなる。なお、建築確認台帳上に記載されている案件が本調査時点で最新である平成 28 年 10 月までであることから、ここでは期間の区切りを前年 11 月～翌年 10 月としている。

【コンドミニウム】

期間	建築費（千円）	土地取得費（千円）
平成 23 年 11 月～平成 24 年 10 月	379,780	11,068
平成 24 年 11 月～平成 25 年 10 月	3,785,185	145,667
平成 25 年 11 月～平成 26 年 10 月	-	-
平成 26 年 11 月～平成 27 年 10 月	8,210,749	312,511
平成 27 年 11 月～平成 28 年 10 月	25,346,728	664,566

【ホテル】

期間	建築費（千円）	土地取得費（千円）
平成 23 年 11 月～平成 24 年 10 月	250,476	48,760
平成 24 年 11 月～平成 25 年 10 月	971,205	315,168
平成 25 年 11 月～平成 26 年 10 月	2,515,735	366,801
平成 26 年 11 月～平成 27 年 10 月	3,200,665	825,380
平成 27 年 11 月～平成 28 年 10 月	6,624,585	875,564

【その他】

期間	建築費（千円）	土地取得費（千円）
平成 23 年 11 月～平成 24 年 10 月	538,009	283,284
平成 24 年 11 月～平成 25 年 10 月	313,777	210,548
平成 25 年 11 月～平成 26 年 10 月	1,225,943	375,223
平成 26 年 11 月～平成 27 年 10 月	1,134,350	431,881
平成 27 年 11 月～平成 28 年 10 月	927,514	532,330

なお、この算出結果を平均し、算出した総建設費（年間）は下記の通りである。

算出項目	算出金額（千円）
コンドミニアム	7,771,250
ホテル	3,198,868
その他	1,194,571

【宿泊費の推計__宿泊費総額】

宿泊費は、季節ごとに宿泊単価が大きく異なるため、夏季（4-9月）と冬季（10-3月）に分けて、宿泊単価に宿泊客数を乗じて宿泊費総額（年間）を推計した。なお、宿泊単価は、本町より提供を受けた『【2015 年度】観光圏・顧客満足度調査』（株式会社アンド・デイ）の調査結果より引用し、宿泊日数は平成 27 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）より蘭越町、本町、倶知安町の月別観光入込客数の「内宿泊客」を合計して算出している。

	宿泊単価（円）	宿泊日数（千泊）	宿泊費（千円）
夏季（4-9月）	25,041	622.7	15,593,031
冬季(10-3月)	35,495	497.0	17,641,015
		合計	33,234,046

【宿泊費の推計__総宿泊費の按分】

上記で算出した宿泊費総額をコンドミニアムとホテルに按分した。ここでは、各施設の HP や旅行情報サイトよりニセコ観光圏内のコンドミニアムとホテルの客室数を調査したうえで、客室数が多い上位 5 施設の平均客室数を算出し、按分割合として利用した。按分に用いた平均客室数及び按分結果は下記の通りである。

（ニセコ観光圏のコンドミニアム、ホテルの上位 5 施設及び平均客室数）

コンドミニアム	客室数	ホテル	客室数
ワン・ニセコ・リゾートタワーズ	105	ヒルトンニセコビレッジ	506
木ニセコ	96	ザ・グリーンリーフ・ニセコビレッジ	200
SKYE NISEKO（建設中）	96	湯元ニセコプリンスホテル ひらふ亭	161
綾ニセコ	79	ニセコノーザンリゾート・アンヌプリ	152
ザ・ヴェールニセコ	72	ホテルニセコアルペン	120
平均客室数	89.6	平均客室数	227.8

(総宿泊費の按分結果)

算出項目	算出式	算出結果 (千円)
コンドミニアム	$33,234,046 \times 89.6 / 317.4$	9,381,760
ホテル	$33,234,046 \times 227.8 / 317.4$	23,852,286
合計		33,234,046

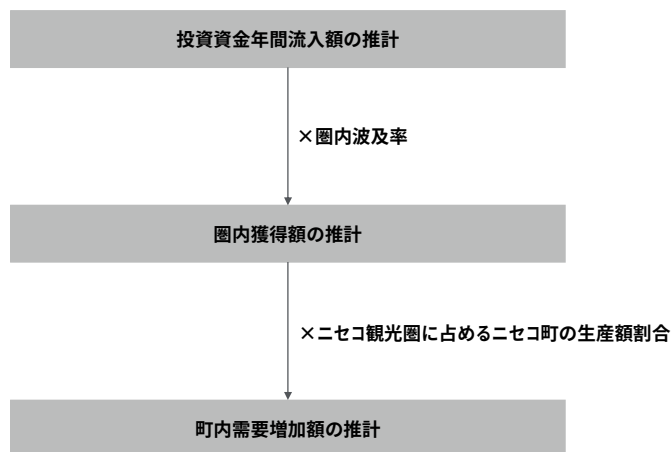
以上より算出された総建設費及び総宿泊費を合算し、投資資金年間流入額は下記の通りである。本推計により、ニセコ観光圏に対する投資資金年間流入額は約450億円と推計された。

項目	金額 (千円)
A 建築費	12,162,689
(うちコンドミニアム)	(7,771,250)
(うちホテル)	(3,198,868)
(うちその他)	(1,198,571)
B 宿泊費	33,234,046
(うちコンドミニアム)	(9,495,442)
(うちホテル)	(23,738,604)
投資資金年間流入額 (A+B)	45,398,735

④ 圏内獲得額及び町内需要増加額の推計

ここでは、上記③の通り約 450 億円と推計されたニセコ観光圏への投資資金年間流入額のうち、どれくらいニセコ観光圏の産業がその投資資金を獲得できているのか、圏内獲得額を推計した。またそのうえで圏内獲得額がニセコ観光圏及び町内産業に及ぼす波及効果を推計した。なお、ここでの波及効果は圏内産業で獲得した投資資金年間流入額分各産業の生産高が高まった場合に、その結果として増加した圏内需要額をもって、波及効果とすることとした。（推計過程は下記の通り。）

圏内獲得額及び町内需要額の推計過程



【圏内獲得額の推計】

圏内獲得額の推計に当たり、まずは上記②のヒアリング結果より、圏内（上記②図中青色）及び町内（同緑色）の産業に波及している金額割合（赤字の波及金額及び青数字の産業内に留保される金額）を産業ごとに合計し、圏内波及率として算出した。なお、後述するように町内需要増加額の推計時に、ニセコ観光圏産業連関表の各産業へ、ここで推計した圏内獲得額を各産業の生産高の増加分として加算することから、上記②で把握した産業を、一度ニセコ観光圏産業連関表の産業分類（35 部門）と同じ分類に整理したうえで、圏内波及率を算出している。

(圏内・町内に投資資金が波及している産業ニセコ観光圏産業連関表の紐付け)

ニセコ観光圏 産業連関表の 産業部門		コンドミニアム		ホテル	
		建設時	建設後	建設時	建設後
18	建築・土木	建設会社 (孫請)	—	建設会社 (孫請)	—
20	商業	—	—	—	食品
21	金融・保険・不動産	ディベロッパー	不動産運営・管理、不動産賃貸業	ディベロッパー	—
24	公務	—	役場	—	役場
29	対事業所サービス	手続代行業	修繕会社、清掃業	—	修繕会社、清掃業

(事業者ヒアリング結果をもとに集計した圏内波及率)

ニセコ観光圏産業連関表 産業分類 (35部門)		コンドミニアム		ホテル	
		建設時	建設後	建設時	建設後
1	農業				
2	畜産				
3	林業				
4	漁業				
5	鉱業				
6	水産食料品				
7	その他の食料品				
8	繊維				
9	製材・家具				
10	パルプ・紙				
11	印刷・製版・製本				
12	化学製品				
13	石油・石炭製品				
14	窯業・土石製品				
15	鉄鋼				
16	金属製品				
17	その他の製造品				
18	建築・土木	9%		9%	
19	電力・ガス・水道				
20	商業				2%
21	金融・保険・不動産	17%	28%	17%	
22	運輸				
23	情報通信				
24	公務		2%		2%
25	教育・研究				
26	医療・保健・社会保障				
27	介護				
28	その他の公共サービス				
29	対事業所サービス	1%	31%		6%
30	娯楽サービス				
31	飲食店				
32	宿泊業				
33	その他の対個人サービス				
34	事務用品				
35	その他				

この圏内調達率を、上記③で推計した投資資金年間流入額に乗じることで、投資資金のうちどれくらい圏内事業者が獲得できているか、圏内獲得額を算出した。それぞれの算出結果は下記の通りである。なお、ここでは、建築費うちその他分である1,198,571(千円)について、その他に含まれる建築物が、台帳上簡易宿所、別荘、一般住宅等多岐にわたっており、そのそれぞれの実態が事業者ヒアリングを通して把握することが困難であったため、圏内獲得額の推計上除外している。

(コンドミニアム建築時) 単位：千円

コンドミニアム	
建築費	7,771,250

	産業分類	算出式	圏内獲得額
1	農業		
2	畜産		
3	林業		
4	漁業		
5	鉱業		
6	水産食料品		
7	その他の食料品		
8	繊維		
9	製材・家具		
10	パルプ・紙		
11	印刷・製版・製本		
12	化学製品		
13	石油・石炭製品		
14	窯業・土石製品		
15	鉄鋼		
16	金属製品		
17	その他の製造品		
18	建築・土木	$7,771,250 \times 9\%$	699,413
19	電力・ガス・水道		
20	商業		
21	金融・保険・不動産	$7,771,250 \times 17\%$	1,321,113
22	運輸		
23	情報通信		
24	公務		
25	教育・研究		
26	医療・保健・社会保障		
27	介護		
28	その他の公共サービス		
29	対事業所サービス	$7,771,250 \times 1\%$	77,713
30	娯楽サービス		
31	飲食店		
32	宿泊業		
33	その他の対個人サービス		
34	事務用品		
35	その他		

合計 2,098,238

(コンドミニアム運営時) 単位：千円

コンドミニアム	
宿泊費	9,495,442

産業分類	算出式	圏内獲得額
1 農業		
2 畜産		
3 林業		
4 漁業		
5 鉱業		
6 水産食料品		
7 その他の食料品		
8 繊維		
9 製材・家具		
10 パルプ・紙		
11 印刷・製版・製本		
12 化学製品		
13 石油・石炭製品		
14 窯業・土石製品		
15 鉄鋼		
16 金属製品		
17 その他の製造品		
18 建築・土木		
19 電力・ガス・水道		
20 商業		
21 金融・保険・不動産	$9,495,442 \times 28\%$	2,658,724
22 運輸		
23 情報通信		
24 公務	$9,495,442 \times 2\%$	189,909
25 教育・研究		
26 医療・保健・社会保障		
27 介護		
28 その他の公共サービス		
29 対事業所サービス	$9,495,442 \times 31\%$	2,943,587
30 娯楽サービス		
31 飲食店		
32 宿泊業		
33 その他の対個人サービス		
34 事務用品		
35 その他		

合計 5,792,219

(ホテル建築時) 単位：千円

ホテル	
建築費	3,198,868

産業分類		算出式	圏内獲得額
1	農業		
2	畜産		
3	林業		
4	漁業		
5	鉱業		
6	水産食料品		
7	その他の食料品		
8	繊維		
9	製材・家具		
10	パルプ・紙		
11	印刷・製版・製本		
12	化学製品		
13	石油・石炭製品		
14	窯業・土石製品		
15	鉄鋼		
16	金属製品		
17	その他の製造品		
18	建築・土木	$3,198,868 \times 9\%$	287,898
19	電力・ガス・水道		
20	商業		
21	金融・保険・不動産	$3,198,868 \times 17\%$	543,808
22	運輸		
23	情報通信		
24	公務		
25	教育・研究		
26	医療・保健・社会保障		
27	介護		
28	その他の公共サービス		
29	対事業所サービス		
30	娯楽サービス		
31	飲食店		
32	宿泊業		
33	その他の対個人サービス		
34	事務用品		
35	その他		

合計 831,706

(ホテル宿泊費) 単位：千円

ホテル	
宿泊費	23,738,604

産業分類		算出式	圏内獲得額
1	農業		
2	畜産		
3	林業		
4	漁業		
5	鉱業		
6	水産食料品		
7	その他の食料品		
8	繊維		
9	製材・家具		
10	パルプ・紙		
11	印刷・製版・製本		
12	化学製品		
13	石油・石炭製品		
14	窯業・土石製品		
15	鉄鋼		
16	金属製品		
17	その他の製造品		
18	建築・土木		
19	電力・ガス・水道		
20	商業	$23,738,604 \times 2\%$	4,747,721
21	金融・保険・不動産		
22	運輸		
23	情報通信		
24	公務	$23,738,604 \times 2\%$	474,772
25	教育・研究		
26	医療・保健・社会保障		
27	介護		
28	その他の公共サービス		
29	対事業所サービス	$23,738,604 \times 6\%$	1,424,316
30	娯楽サービス		
31	飲食店		
32	宿泊業		
33	その他の対個人サービス		
34	事務用品		
35	その他		

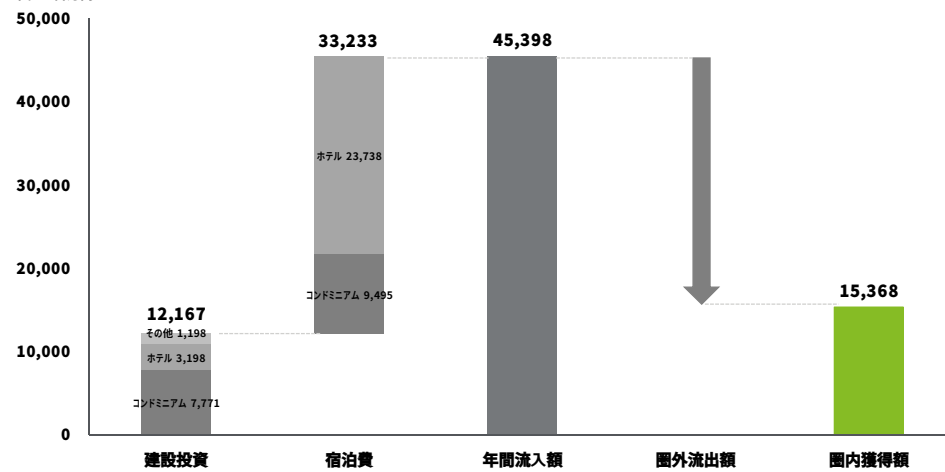
合計 6,646,809

以上より算出した圏内獲得額を合計すると、下記の通り約 150 億円と推計される。(下表の単位：千円)

建築時	コンドミニアム	2,098,238
	ホテル	5,792,219
運営時	コンドミニアム	831,706
	ホテル	6,646,809
合計		15,368,972

民間投資による圏内獲得額 (推計)

単位：百万円



〔注記〕「圏内獲得額」について、ニセコ観光圏（青色）のうちニセコ町（緑色）がどれくらい占めるかまでは把握していないため、投資資金の獲得額はニセコ観光圏単位で算出。なお端数調整のため、建設投資と宿泊費の合計額は年間流入額と一致しない

【町内需要増加額の推計】

上記で推計した圏内獲得額を活用して、投資資金が圏内及び町内産業に対してどれくらいの影響を及ぼしているか、その波及効果を推計した。ここでは上述した通り、ニセコ観光圏産業連関表を活用し、連関表の「域内生産額」に上記で推計した圏内獲得額を産業別に加算したうえで、圏内需要の増加額（加算前と加算後の差）を算出した。また、圏内への波及効果を蘭越町・本町・倶知安町に按分し、各町への波及効果（町内需要の増加分）も算出した。ニセコ観光圏産業連関表に加算した産業別圏内獲得額及びニセコ観光圏産業連関表への加算結果は下記の通りである。

(ニセコ観光圏産業連関表の「域内生産額」に加算した各産業の圏内獲得額)

単位：千円

産業分類		コンドミニアム		ホテル		加算額
		建築時	宿泊時	建築時	宿泊時	合計
1	農業	0	0	0	0	0
2	畜産	0	0	0	0	0
3	林業	0	0	0	0	0
4	漁業	0	0	0	0	0
5	鉱業	0	0	0	0	0
6	水産食料品	0	0	0	0	0
7	その他の食料品	0	0	0	0	0
8	繊維	0	0	0	0	0
9	製材・家具	0	0	0	0	0
10	パルプ・紙	0	0	0	0	0
11	印刷・製版・製本	0	0	0	0	0
12	化学製品	0	0	0	0	0
13	石油・石炭製品	0	0	0	0	0
14	窯業・土石製品	0	0	0	0	0
15	鉄鋼	0	0	0	0	0
16	金属製品	0	0	0	0	0
17	その他の製造品	0	0	0	0	0
18	建築・土木	699,413	0	287,898	0	987,311
19	電力・ガス・水道	0	0	0	0	0
20	商業	0	0	0	4,747,721	4,747,721
21	金融・保険・不動産	1,321,113	2,658,724	543,808		4,523,644
22	運輸	0	0	0	0	0
23	情報通信	0	0	0	0	0
24	公務	0	189,909	0	474,772	664,681
25	教育・研究	0	0	0	0	0
26	医療・保健・社会保障	0	0	0	0	0
27	介護	0	0	0	0	0
28	その他の公共サービス	0	0	0	0	0
29	対事業所サービス	77,713	2,943,587	0	1,424,316	4,445,616
30	娯楽サービス	0	0	0	0	0
31	飲食店	0	0	0	0	0
32	宿泊業	0	0	0	0	0
33	その他の対個人サービス	0	0	0	0	0
34	事務用品	0	0	0	0	0
35	その他	0	0	0	0	0

(ニセコ観光圏産業連関表の圏内需要合計額の変化 加算前、加算後、増減)

単位：百万円

産業分類		加算前	加算後	増減
1	農業	1,678	1,682	4
2	畜産	1,622	1,622	0
3	林業	869	869	0
4	漁業	264	264	0
5	鉱業	2,059	2,006	(53)
6	水産食料品	760	761	1
7	その他の食料品	7,047	7,062	15
8	繊維	1,127	1,162	35
9	製材・家具	1,034	1,083	49
10	パルプ・紙	1,993	2,051	58
11	印刷・製版・製本	605	688	83
12	化学製品	3,620	3,650	30
13	石油・石炭製品	4,443	4,589	146
14	窯業・土石製品	871	930	59
15	鉄鋼	395	418	23
16	金属製品	1,542	1,654	112
17	その他の製造品	1,852	1,959	107
18	建築・土木	13,650	13,855	205
19	電力・ガス・水道	5,199	5,406	207
20	商業	18,045	18,432	387
21	金融・保険・不動産	16,338	17,191	853
22	運輸	6,007	6,236	229
23	情報通信	6,101	6,624	523
24	公務	16,858	16,858	0
25	教育・研究	3,011	3,036	25
26	医療・保健・社会保障	8,902	8,908	6
27	介護	1,562	1,562	0
28	その他の公共サービス	2,127	2,154	27
29	対事業所サービス	9,468	10,545	1,077
30	娯楽サービス	1,685	1,703	18
31	飲食店	3,399	3,526	127
32	宿泊業	1,110	1,146	36
33	その他の対個人サービス	2,283	2,295	12
34	事務用品	250	227	(23)
35	その他	9,924	10,581	657
合計		157,700	162,736	5,036

上記推計結果により、圏内獲得額が加算されたことによるニセコ観光圏産業連関表上の圏内需要額の増加額は約 50 億円と算出された。

さらに、圏内需要の増加額を町単位でも把握するために下記の按分比率を使用し、圏内需要増加額を按分した。なお按分比率はニセコ観光圏の地域経済の全体像を捉える際に活用した、地域経済循環分析用データをここでも用い、各町地域経済産業連関表を合算したうえで、合算した生産額にしめる各町の生産高の割合を産業毎に算出し、これを按分比率として活用した。

(圏内需要増加額の按分時に用いた按分比率)

産業分類		蘭越町	ニセコ町	倶知安町
1	農業	37.4%	24.1%	38.6%
2	畜産	37.4%	24.1%	38.6%
3	林業	37.4%	24.1%	38.6%
4	漁業	37.4%	24.1%	38.6%
5	鉱業	50.0%	50.0%	0.0%
6	水産食料品	1.5%	30.8%	67.6%
7	その他の食料品	1.5%	30.8%	67.6%
8	繊維	0.0%	0.0%	100.0%
9	製材・家具	0.0%	13.6%	86.4%
10	パルプ・紙	0.0%	0.0%	100.0%
11	印刷・製版・製本	0.0%	0.0%	100.0%
12	化学製品	0.0%	0.0%	100.0%
13	石油・石炭製品	13.9%	21.8%	64.3%
14	窯業・土石製品	0.0%	26.0%	74.0%
15	鉄鋼	13.9%	21.8%	64.3%
16	金属製品	13.9%	21.8%	64.3%
17	その他の製造品	0.0%	13.6%	86.4%
18	建築・土木	15.2%	46.3%	38.5%
19	電力・ガス・水道	2.1%	9.6%	88.3%
20	商業	17.0%	12.1%	70.9%
21	金融・保険・不動産	5.4%	11.7%	82.8%
22	運輸	9.7%	18.2%	72.1%
23	情報通信	9.7%	18.2%	72.1%
24	公務	10.9%	7.5%	81.6%
25	教育・研究	14.4%	20.0%	65.6%
26	医療・保健・社会保障	14.4%	20.0%	65.6%
27	介護	14.4%	20.0%	65.6%
28	その他の公共サービス	14.4%	20.0%	65.6%
29	対事業所サービス	14.4%	20.0%	65.6%
30	娯楽サービス	14.4%	20.0%	65.6%
31	飲食店	14.4%	20.0%	65.6%
32	宿泊業	14.4%	20.0%	65.6%
33	その他の対個人サービス	14.4%	20.0%	65.6%
34	事務用品	14.4%	20.0%	65.6%
35	その他	14.4%	20.0%	65.6%
全産業		13.9%	21.8%	64.3%

※なお、「13.石油・石炭製品」「15.鉄鋼」「16.金属製品」については、各町の地域産業連関表で金額が計上されておらず（0であったため）、ここでは全産業の按分比率を用いて算出した。

(町内需要増加額_蘭越町) 単位：百万円

産業分類		蘭越町		
		加算前	加算後	増減
1	農業	627	628	1
2	畜産	606	606	0
3	林業	325	325	0
4	漁業	99	99	0
5	鉱業	1,030	1,003	(27)
6	水産食料品	12	12	0
7	その他の食料品	109	109	0
8	繊維	0	0	0
9	製材・家具	0	0	0
10	パルプ・紙	0	0	0
11	印刷・製版・製本	0	0	0
12	化学製品	0	0	0
13	石油・石炭製品	616	636	20
14	窯業・土石製品	0	0	0
15	鉄鋼	55	58	3
16	金属製品	214	229	15
17	その他の製造品	0	0	0
18	建築・土木	2,081	2,112	31
19	電力・ガス・水道	111	115	4
20	商業	3,074	3,140	66
21	金融・保険・不動産	889	935	46
22	運輸	583	605	22
23	情報通信	592	643	51
24	公務	1,832	1,832	0
25	教育・研究	433	437	4
26	医療・保健・社会保障	1,280	1,281	1
27	介護	225	225	0
28	その他の公共サービス	306	310	4
29	対事業所サービス	1,362	1,516	155
30	娯楽サービス	242	245	3
31	飲食店	489	507	18
32	宿泊業	160	165	5
33	その他の対個人サービス	328	330	2
34	事務用品	36	33	(3)
35	その他	1,427	1,522	94
合計		21,854	22,551	698

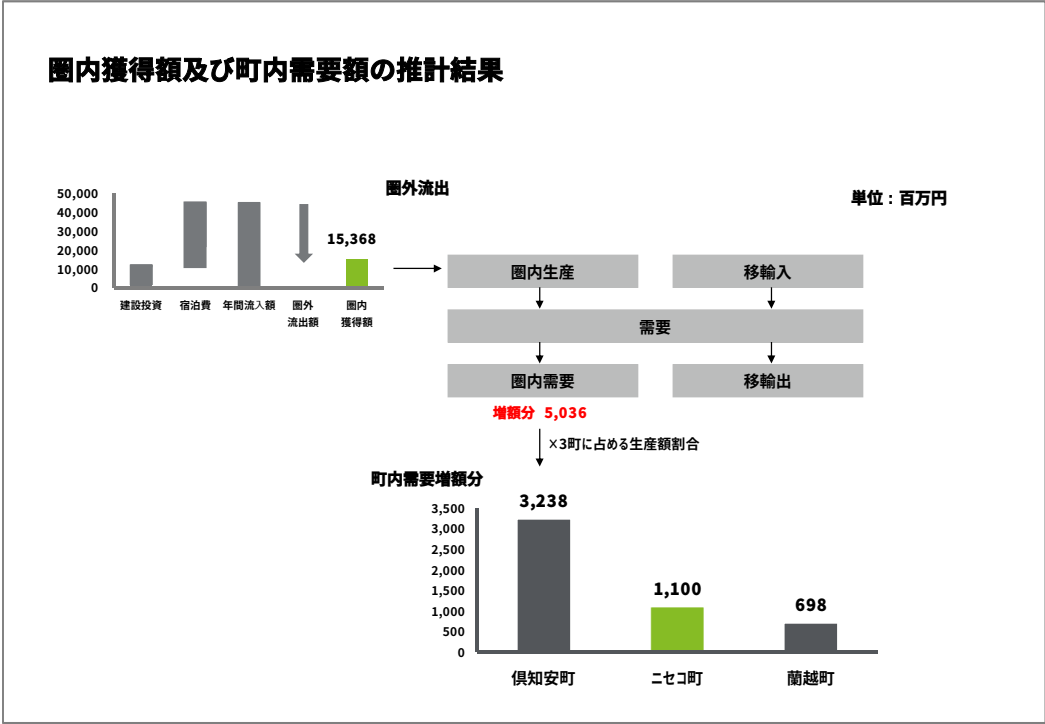
(町内需要増加額_本町) 単位：百万円

産業分類		ニセコ町		
		加算前	加算後	増減
1	農業	404	405	1
2	畜産	390	390	0
3	林業	209	209	0
4	漁業	64	64	0
5	鉱業	1,030	1,003	(27)
6	水産食料品	234	235	0
7	その他の食料品	2,173	2,178	5
8	繊維	0	0	0
9	製材・家具	141	147	7
10	パルプ・紙	0	0	0
11	印刷・製版・製本	0	0	0
12	化学製品	0	0	0
13	石油・石炭製品	970	1,002	32
14	窯業・土石製品	226	241	15
15	鉄鋼	86	91	5
16	金属製品	337	361	24
17	その他の製造品	252	266	15
18	建築・土木	6,317	6,412	95
19	電力・ガス・水道	498	518	20
20	商業	2,182	2,229	47
21	金融・保険・不動産	1,914	2,013	100
22	運輸	1,090	1,132	42
23	情報通信	1,108	1,202	95
24	公務	1,268	1,268	0
25	教育・研究	603	608	5
26	医療・保健・社会保障	1,782	1,783	1
27	介護	313	313	0
28	その他の公共サービス	426	431	5
29	対事業所サービス	1,895	2,110	215
30	娯楽サービス	337	341	4
31	飲食店	680	706	25
32	宿泊業	222	229	7
33	その他の対個人サービス	457	459	2
34	事務用品	50	46	(5)
35	その他	1,986	2,118	131
合計		34,440	35,539	1,100

(町内需要増加額_倶知安町) 単位：百万円

産業分類		倶知安町		
		加算前	加算後	増減
1	農業	647	649	1
2	畜産	626	626	0
3	林業	335	335	0
4	漁業	102	102	0
5	鉱業	0	0	0
6	水産食料品	514	515	1
7	その他の食料品	4,765	4,775	10
8	繊維	1,127	1,162	35
9	製材・家具	893	936	43
10	パルプ・紙	1,993	2,051	58
11	印刷・製版・製本	605	688	83
12	化学製品	3,620	3,650	30
13	石油・石炭製品	2,857	2,951	94
14	窯業・土石製品	645	688	43
15	鉄鋼	254	269	15
16	金属製品	992	1,063	72
17	その他の製造品	1,600	1,693	93
18	建築・土木	5,252	5,331	79
19	電力・ガス・水道	4,591	4,773	182
20	商業	12,789	13,063	274
21	金融・保険・不動産	13,536	14,242	707
22	運輸	4,334	4,499	165
23	情報通信	4,402	4,779	377
24	公務	13,758	13,758	0
25	教育・研究	1,975	1,992	16
26	医療・保健・社会保障	5,840	5,844	4
27	介護	1,025	1,025	0
28	その他の公共サービス	1,395	1,413	18
29	対事業所サービス	6,211	6,918	706
30	娯楽サービス	1,105	1,118	12
31	飲食店	2,230	2,313	83
32	宿泊業	728	752	23
33	その他の対個人サービス	1,498	1,506	8
34	事務用品	164	149	(15)
35	その他	6,511	6,941	431
合計		101,407	104,645	3,238

以上の推計結果より、圏内需要増加額の約 50 億円に占める本町の増加額は約 11 億円と推計される。



3. ニセコ町産農産物の特徴の分析

下記(1)～(4)の通り、「ニセコ町農産物の特徴の分析」を実施した。本分析において活用した主なデータは下記の通りである。なお、「地域経済循環強化戦略」においては、本分析は生産分析の中に位置付けしており、本業務の分析を通じて把握した事実のうち、戦略本文に採用すべき内容を取捨選択したうえで戦略は最終化している。

【ニセコ町産農産物の特徴の分析で活用した主なデータ】

主な定量データ
・ RESAS 産業構造マップ（農業） ・ ニセコビュープラザ売上データ ・ 消費者アンケート結果※ ・ 事業者ヒアリング結果※

※「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」（平成 28 年度、小樽商科大学）の成果物であり、本町担当官から提供を受けて活用した。

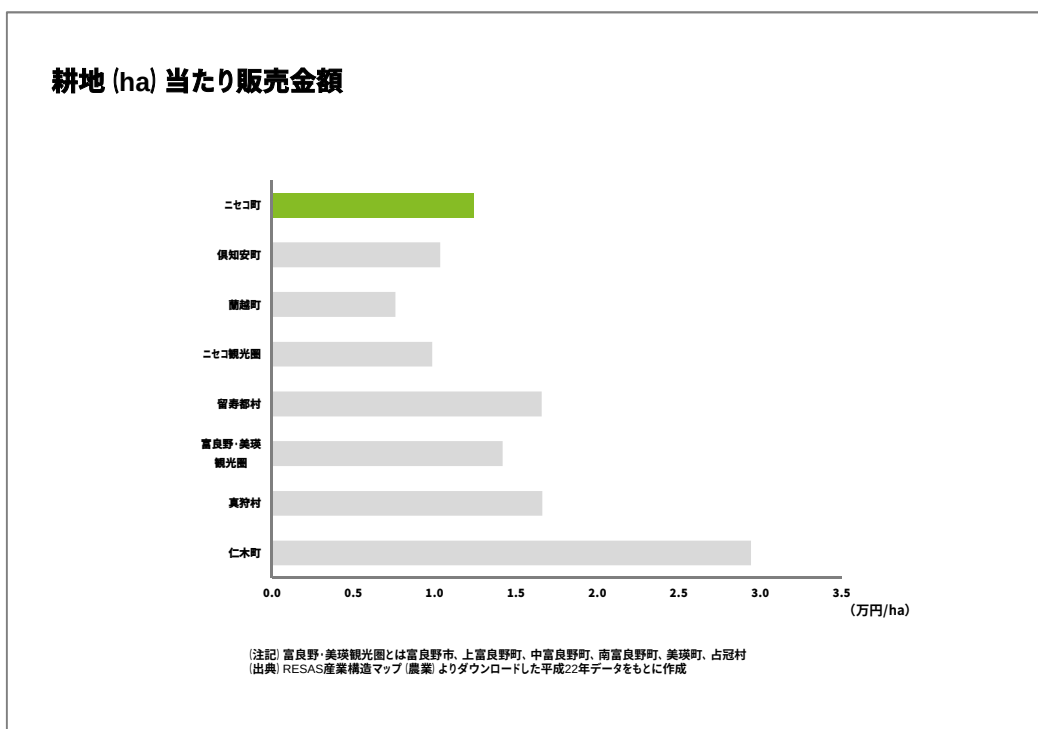
(1) RESAS 産業構造マップ（農業）による現状把握

本町農産物の特徴の分析に当たり、RESAS 産業構造マップ（農業）を活用し、現状把握をした。把握した主な事実と取りまとめた把握結果は下記の通りである。（詳細は 8. (3) を参照のこと。）

【耕地（ha）当たり販売金額】

上記観光消費分析（支出分析）と同様に、留寿都村や富良野・美瑛観光圏に加え、ここでは同じ後志総合振興局内に位置し農業の中でも野菜や果物に特色がある真狩村と仁木町を取り上げ、ニセコ観光圏及び本町と比較している。

耕地当たりの販売金額を比較すると、本町はニセコ観光圏内では最も大きくなっているが、留寿都村、富良野・美瑛観光圏、真狩村、仁木町と比較すると小さくなっていることが分かる。

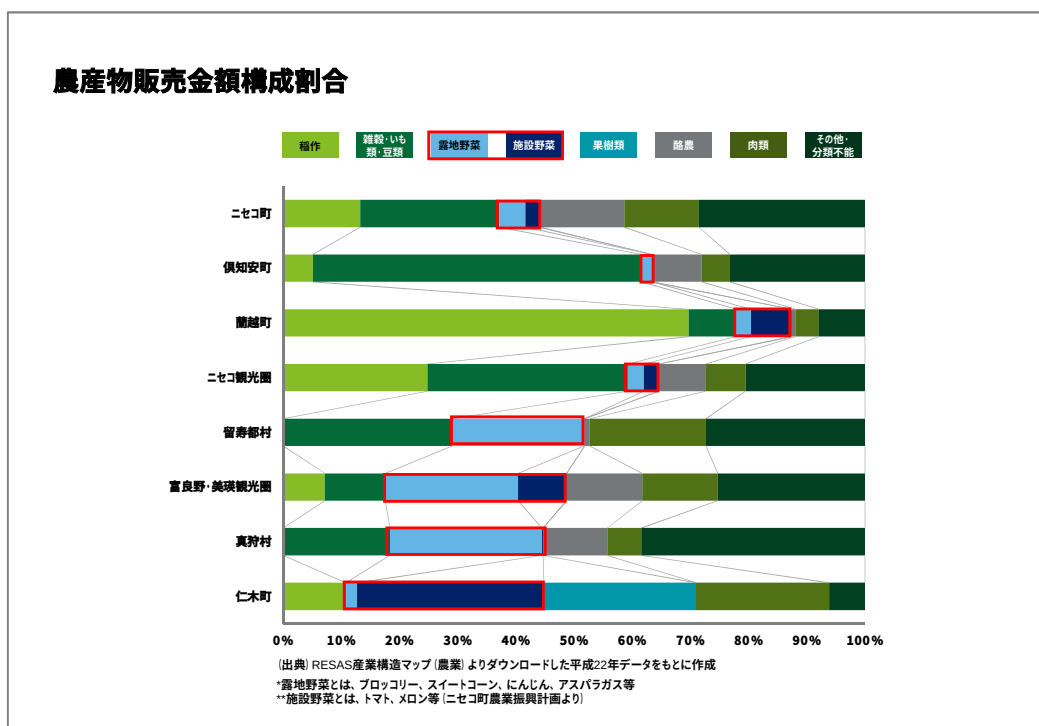


【農産物販売金額構成割合】

本町の耕地当たり販売金額が留寿都村、富良野・美瑛観光圏、真狩村、仁木町と比較して小さいことの要因の分析として、ここでは農産物販売金額に占める各農産物の割合を比較している。

これを見ると、本町、倶知安町、蘭越町（ニセコ観光圏含む）は稲作や雑穀・いも類・豆類の構成割合が高く、野菜（露地野菜・施設野菜）の構成割合が低いのに対して、留寿都村、富良野・美瑛観光圏、真狩村、仁木町では野菜（露地野菜・施設野菜）の全体に占める構成割合が高くなっていることが分かる。

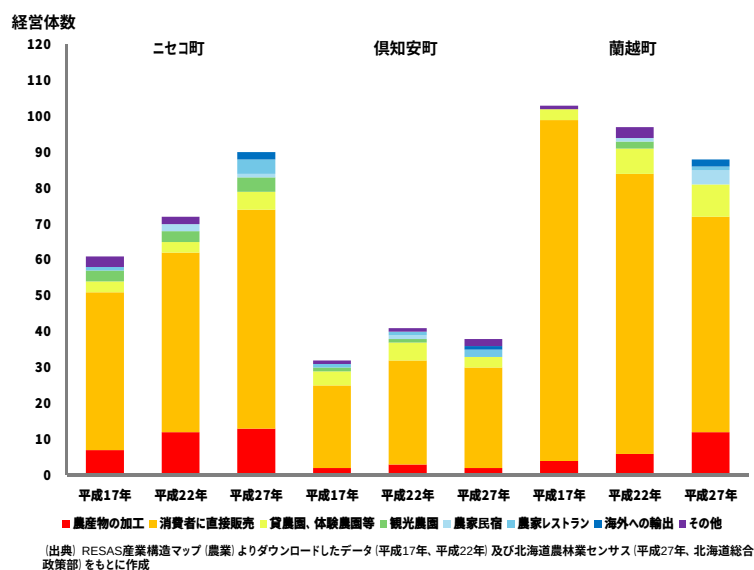
これより、野菜（露地野菜・施設野菜）の構成割合の低さが、耕地当たり販売金額の低さの要因の一つとして考えられる。



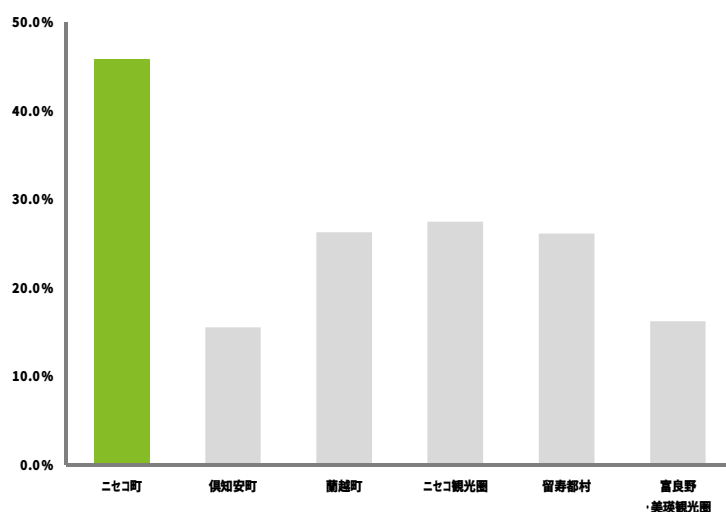
【農業生産関連事業の内訳／農業生産関連事業への関与率（平成27年）】

農産物の加工等の農業生産関連事業を実施する経営体数を比較すると、本町は関連事業を実施する経営体数が増加しており、特に「消費者に直接販売が最も大きくなっている。また関与率も他と比べて本町は高く、本町農業の特色の一つと考えられる。

農業生産関連事業の内訳



農業生産関連事業への関与率(平成27年)



【RESAS 産業構造マップ（農業）から把握した事実のまとめ】

現状把握結果サマリ①

RESAS産業構造マップ(農業)

農産物販売金額

農産物販売金額における主な事実

カテゴリ	ニセコ町	倶知安町	蘭越町
農業部門別販売金額	- 販売金額総額は約26億円(平成22年) 「農作業請負収入」が、最も販売金額が大きい(平成22年) - 多部門にわたる農産物を生産している(多品種少量生産)	- 販売金額総額は約43億円(平成22年) 「雑穀・いも類・豆類」が、最も販売金額が大きい 「雑穀・いも類・豆類」が販売金額全体の半分以上を占めている	- 販売金額総額は約26億円(平成22年) 「稲作」が、最も販売金額が大きい 「稲作」が販売金額全体の約7割を占めている
経営体数	平成17年から平成27年にかけて、約14%減少している	平成17年から平成27年にかけて、約34%減少している	平成17年から平成27年にかけて、約27%減少している
経営体あたり販売金額	1,717万円(平成22年)	1,868万円(平成22年)	864万円(平成22年)
1haあたり販売金額	118万円(平成22年)	94万円(平成22年)	73万円(平成22年)
販売金額帯別経営体割合	「1,000万円以上5,000万円未満」の経営体数が最も多い(平成22年)	「1,000万円以上5,000万円未満」の経営体数が最も多い(平成22年)	「100万円以上1,000万円未満」の経営体数が最も多い(平成22年)
出荷先別経営体割合	出荷先が「卸売市場」「消費者に直接販売」の経営体が多い(平成27年)	出荷先が「農協」の経営体が多い(平成27年)	出荷先が「農協以外の集出荷団体」「小売業者」の経営体が多い(平成27年)

*ニセコ観光圏単位でみると、約18億円と全体の約20%を占めている(平成22年)

現状把握結果サマリ②

RESAS産業構造マップ(農業)

農地分析

農地分析における主な事実

カテゴリ	ニセコ町	倶知安町	蘭越町
経営耕地総面積	約2,200ha(平成27年)	約4,200ha(平成27年)	約3,200ha(平成27年)
経営耕地規模別経営体割合	「10ha以上30ha未満」(平成22年)の経営体数が最も多い - 平成17年から平成22年にかけて「30ha以上」の割合が増加している	「10ha以上30ha未満」(平成22年)の経営体数が最も多い - 平成17年から平成22年にかけて「30ha以上」の割合が増加している	「1ha以上10ha未満」(平成22年)の経営体数が最も多い
農地流動化率*	約27%(平成27年)	約17%(平成27年)	約40%(平成27年)
耕作放棄地率**	2.2%(平成27年)	3.3%(平成27年)	2.8%(平成27年)

*農地流動化率＝借入耕地面積÷経営耕地面積

**耕作放棄地率＝(総農家の耕作放棄地面積＋土地持ち非農家の耕作放棄地面積)÷(総農家の経営耕地面積＋総農家の耕作放棄地面積＋土地持ち非農家の耕作放棄地面積)

現状把握結果サマリ③

RESAS産業構造マップ(農業)

農業者分析

農業者分析における主な事実

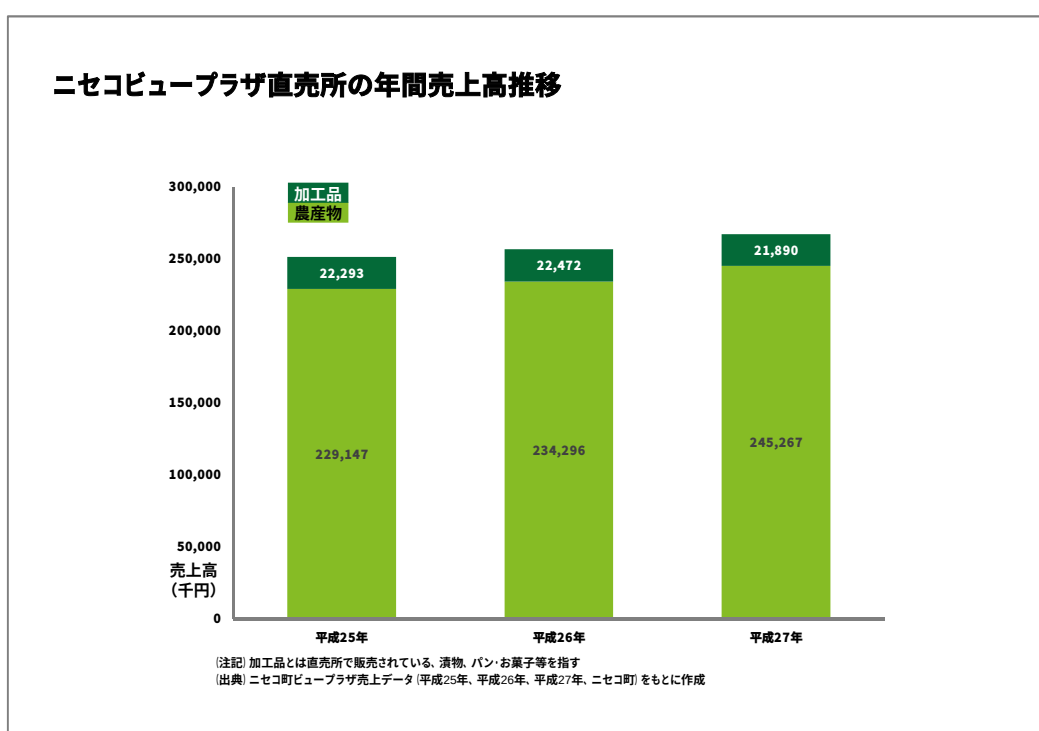
カテゴリ	ニセコ町	倶知安町	蘭越町
農業経営者 年齢構成	➢ 65歳以上割合:25% (平成22年)	➢ 65歳以上割合:23% (平成22年)	➢ 65歳以上割合:27% (平成22年)
農業就業人口 年齢構成	➢ 65歳以上割合:34% (平成22年)	➢ 65歳以上割合:30% (平成22年)	➢ 65歳以上割合:38% (平成22年)
農業経営者 平均年齢	➢ 58歳 (平成27年)	➢ 58歳 (平成27年)	➢ 59歳 (平成27年)
農業就業人口 平均年齢	➢ 59歳 (平成27年)	➢ 56歳 (平成27年)	➢ 59歳 (平成27年)
法人化率	➢ 6.7% (平成27年)	➢ 9.9% (平成27年)	➢ 5.5% (平成27年)
農業生産関連 事業実施状況	➢ 平成17年から平成27年にかけて、農業生産関連事業を実施する経営体が約48%増加している ➢ 「農産物の加工」、「消費者に直接販売」を実施する経営体が増加している	➢ 平成17年から平成27年にかけて、農業生産関連事業を実施する経営体が約19%増加している ➢ 「消費者に直接販売」を実施する経営体が最も多くなっている	➢ 平成17年から平成27年にかけて、農業生産関連事業を実施する経営体が約15%減少している ➢ 「消費者に直接販売」を実施する経営体が減少する一方で、「農産物の加工」を実施する経営体が増加している

(2) ニセコビュープラザ直売所売上データの分析

本町担当官より提供を受けたニセコビュープラザ直売所の売上データを分析した。把握した主な事実と取りまとめた把握結果は下記の通りである。(詳細は 8. (3) を参照のこと。)

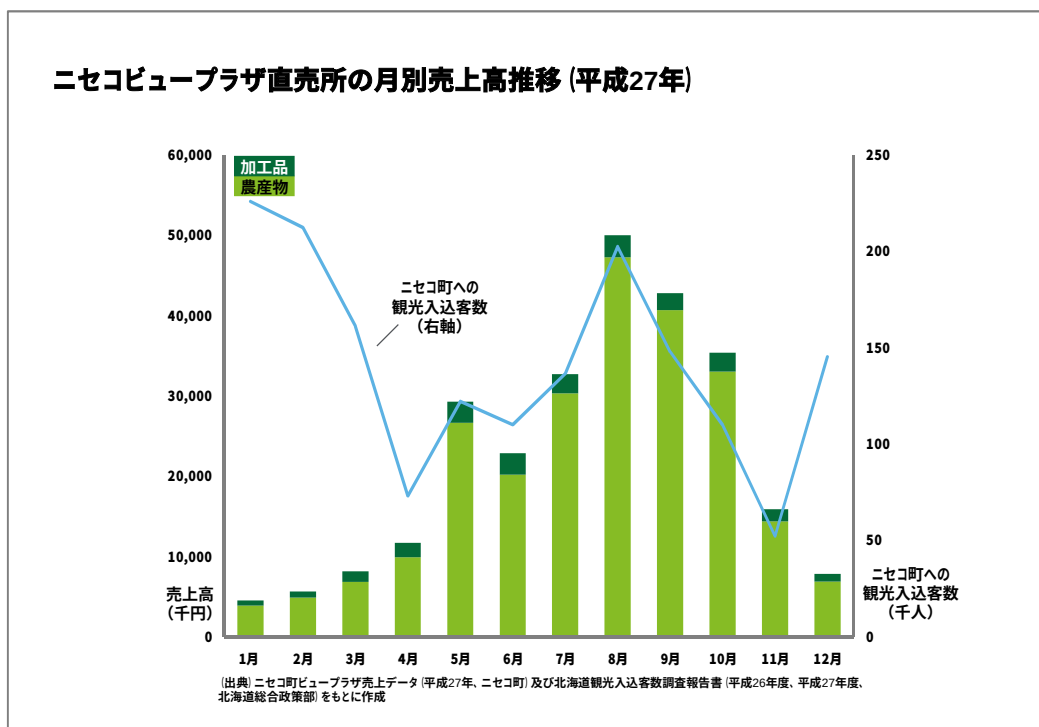
【ニセコビュープラザ直売所の年間売上高推移】

ニセコビュープラザ直売所の年間売上高（加工品含む）は平成 25 年から平成 27 年にかけて増加している。



【ニセコビュープラザ直売所の月別売上推移（平成27年）】

ニセコビュープラザ直売所の売上高をみると、農産物の収穫時期に合わせ、春から夏場にかけて売上高が増加することが分かる。一方で本町に多くの観光客が訪れる冬季（12月～3月）に、ニセコビュープラザ直売所の売上高は減少しており、冬期間の販売（販売品や販売方法）に改善の余地があると考えられる。



【ニセコビュープラザ直売所売上データ分析結果のまとめ】

現状整理サマリ

ニセコビュープラザ直売所売上データ

カテゴリ	ニセコビュープラザ直売所売上データ
売上高	➤ 直売店の売上高は近年毎年増加している (平成25年から平成27年まで)
出荷者数	➤ 出荷者数は100を超えており、近年毎年増加している (平成25年から平成27年まで)
取扱品数	➤ 取扱品数は900品程度だが、近年減少傾向にある (平成25年から平成27年まで)
季節別売上高	➤ 6~11月に直売所売上全体の約80%が販売されている
Yesクリーン農産物	➤ かぼちゃを除くYesクリーン農産物の売上成長率が年々低下している
観光客の取り込み具合	➤ 冬期間にニセコ町内に訪れた観光客を購買につなげられていない

(3) 農家ヒアリングの実施

上記(1)(2)で把握した事実をもとに、定量データ分析結果では把握しきれなかった点について、データ分析の補完としてニセコ町アグリトラストにヒアリングを実施した。ヒアリング項目及びヒアリング結果は下記の通りである。

【ヒアリング項目】

-農家ヒアリングの実施- ヒアリング項目 (1/2)	
農産物販売金額	■ 倶知安町同様「雑穀・いも類・豆類」の販売金額が最も大きくなっていますが、同じ生産物でもニセコ町と倶知安町で生産方法や販路に違いはあるのでしょうか？ ■ 「その他の畜産」が平成17年から平成22年にかけて大幅に増加していますが、何か心当たりはありますか？ (例) ダチョウ
農産物の販路	■ 農協への出荷額が小さく、直接販売や卸売市場への出荷が大きくなっていますが、どのような背景があるのでしょうか？ビュープラザが大きな影響を与えているのでしょうか？
道の駅 ニセコビュープラザ直売所	■ ビュープラザの売上高が増加傾向にありますが、ビュープラザへの出荷品目や量に変化はありますか？ (例) ビュープラザ向けにYES!Cleanのブロックリーを作るようになった等 ■ ビュープラザへ出荷することで良い事はどんなことですか？(逆に困っていることはありますか？) ■ ビュープラザを訪れる観光客と直接交流する機会はありますか？ ■ ビュープラザを活性化するために、もっとこうしたらよいのではと思うことはありますか？ (例) 陳列棚を大きくしてほしい、加工品を販売したらもっと売上が伸びる、農業イベントを開催したい
ニセコ町産農産物の特徴	■ 美味しさや成分等、ニセコ町産農産物の他産地と比較した特質はありますか？ (例) ニセコ町産のじゃがいもは甘みが強い
安心、安全な農産物	■ YES!Clean農業に取り組まれている背景には、消費者からのニーズの高まりがあるのでしょうか？

-農家ヒアリングの実施-
ヒアリング項目 (2/2)

農地	■ 平成22年から平成27年にかけて耕作放棄地率が大幅に減少していますが、何か要因があるのでしょうか？ (＝農地面積が維持できているのには、何か要因があるのでしょうか？) ■ 農地の集積化は進んでいますでしょうか？その要因と効果はどのようなものなのでしょうか？ ■ 農地の流動化（借入）は進んでいますでしょうか？その要因と効果はどのようなものなのでしょうか？
農業従事者	■ 農家の減少率が低くなっていますが、何か要因があるのでしょうか？ (例) 技術が高い、経営がうまい、新規就農が多い等 ■ 農産物の加工や直接販売を手掛ける農家が増えていますが、実感はありますか？また、何か要因があるのでしょうか？ ■ 全国的・全道的に農家の高齢化が進んでいます、対応策は実施されているのでしょうか？ (例) IT技術の導入、新規就農者の積極的受入、農作業請負の活用 ■ 農業生産法人等、農家の法人化は進んでいるのでしょうか？またどのような点にその効果が現れているのでしょうか？
農作業請負収入	■ 「農作業請負収入」とは、例えば収穫作業の代行（手伝い）のことを指すのでしょうか？ ■ 平成22年のデータで販売額が最も大きくなっておりませんが、実際にニセコ町では増えているのでしょうか？ ■ ニセコ町農家の農業技術水準と「農作業請負収入」が大きいことは何か関係があるのでしょうか？ ■ 農作業請負を利用することで大幅なコストの削減等、農作業の効率化につながっているのでしょうか？

(ヒアリング結果)

-農家ヒアリングの実施-
ニセコ町アグリトラスト ヒアリング結果 (1/3)

農産物販売金額	■ 農産物販売金額の中で農作業請負収入が一番大きいのは実態とかけ離れている印象を受ける。農作業請負収入は稲刈り等を手伝った際にもう手間賃のようなもので、それが他の農産物の販売金額より大きくなることは考えられない。 ■ データ上は具体的な野菜がはっきりとわからないが、ニセコ町ならではの野菜といえば、「アスパラ」と「ブロッコリー」ではないか。 ■ 「雑穀・いも類・豆類」はニセコ観光圏で最も販売金額が大きくなっているが、ニセコ町と倶知安町では販路やこだわりといった点で違いがある。また同じニセコ町内の農家であっても、山に近い農地では、朝と夜で寒暖差が大きいため、同じじゃがいもでも他のじゃがいもと比較してより甘みが強くなる。 ➢ 販路 倶知安町の農家は主に農協向けに大規模生産している農家が多いが、ニセコ町は札幌、東京、九州の卸売市場向け生産している農家が多い(下記「販路」に詳述)。 ➢ 味、品質、評判へのこだわり 倶知安町の農家は農協向けに量をどれくらい作ったかで収入が変わってくるため、味や品質よりも量が重要になってくる。一方でニセコ町は倶知安町に比べそもそも農地が小さいため量を拡大することが難しいこともあり、量よりも味や品質、単価や収益性にこだわって生産をしている農家が多いのではないかと。また、卸売市場と直接取引をしている農家が多いため、消費者の目線、評判に非常に敏感である。袋詰めするじゃがいもの選定に時間をかける等、市場の評価を落とさないよう、こだわりをもって生産している。
---------	--

-農家ヒアリングの実施-

ニセコ町アグリトラスト ヒアリング結果 (2/3)

農産物の販路	■ ニセコ町で農協以外への販売金額が大きいのは歴史的背景がある。約30年前から、ニセコ町の農家の中で出荷組合を作る動きが出始め、農協ではなく卸売市場に対し直接販売をするようになった。卸売市場に販売をしていく中で、市場からの信頼を得てさらに取引先を紹介してもらうこともあり、取引量が拡大していった。 ■ 個別で独自の販路を持っている農家が多く、倶知安町や蘭越町の農家に比べれば、販路数は圧倒的に多く、多岐にわたっている。卸売市場との取引の積み重ねにより、「ニセコ町産」という指名をされるようになっており、一定程度ブランド化しているのではない。 ■ 事業者ではなく卸売市場との取引を拡大していった背景には、事業者との間に信用に関わる取引上の問題が過去に発生したことがあるから。したがって、今でも事業者から直接契約をしたいと言われてもあまり前向きにはとらえられない。 ■ ニセコ観光圏のホテル事業者からも過去から何度も直接取引をしたいという話は出ている。実際に取引をしたこともあったが、条件面（価格、量）で折り合いがつかず、頓挫すること多い。原料用に規格外野菜でもいいから取引したいと言われるが、ただでさえ忙しいのに手間がかかりその割に得られる収入が少ない。 ■ 食品加工業者からも声がかかることもあるが、量の問題に加えて輸送コストがかかるため、取引につながらないケースが多い。
安心、安全な農産物	・ YES!Clean農産物は生協等では少し高く買ってくれるが、一般的に広く認知されておらず、手間ばかりかかる。手間に見合う価格で売れなければなかなか力を入れて生産はできない。ビュープラザでYES!Cleanの取扱量が減少している理由になるのではない。 ・ そもそも有機野菜と言われても、農家から見れば本当にそれは有機なのかと思うようなこともある。大きな畑で農業を使わずに生産することは大変難しく、ビニールハウスで生産するにしても農業無しではなかなか難しいだろう。また、有機野菜だからおいしいとは限らない。

-農家ヒアリングの実施-

ニセコ町アグリトラスト ヒアリング結果 (3/3)

道の駅 ニセコビュープラザ直売所	■ 直売所で販売している農産物の中でも、アスパラの売上高成長率が平均よりも高いのはビュープラザでの販売単価が他と比較して高いことが要因として考えられる。 ■ ネギもビュープラザの販売単価が高く、また冬でも倉庫で寝かせておけるため、ビュープラザでの取扱量が減る時期を見越して出荷する農家も出てきており、売上高が成長しているのではない。 ■ 平成16年にビュープラザで「これだすシステム」を導入した。このシステムの導入により、モバイル端末でビュープラザで今日何がどれくらい売れているかをリアルタイムで知ることができるようになった。また月間、年間農産物の売上ランキングを発表しており、各農家はそれを見ながら、次の年の種まきを考え、売上を伸ばそうとしている。 ■ ビュープラザ訪れる消費者は安心、安全よりも、安さ、新鮮さ、美味しさを求めている。 ■ ビュープラザでの販売単価は、高すぎたり安すぎたりしないように全体を見ながら調整している。ビュープラザを訪れる消費者は安さを目的にしている人も多いため、あまりにも安いとその農家の農産物だけが売れるようになってしまう。 ■ ビュープラザの売上が午前中に集中しているのは、農家の多くが朝にビュープラザに搬入するためと考えられる。生産をする一方で搬入するのはなかなか手間がかかり、朝搬入するだけでも大変である。昼間や夕方にビュープラザの品物が減少するのは十分認識しているが、生産作業をないがしろにするわけにはいかない。
その他	■ ゆくゆくは農家が共同で加工する仕組みをつくるということも考えている。思い込めて生産している農家としては、ブランドがあるニセコ町の農産物を、原料としてではなく加工品という形で流通させたいと思っている。ただし、事業者を介するとコストがかかるし、自分たちでやろうにも時間と手間がかかってしまうため、ジレンマを抱えている。 ■ 外国人のニセコ町産の野菜への評価は正直わからない。検疫等様々な問題が考えられるが、役場等と協力して仕組化できるのであれば、取り組んでみたい。

(4) 「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」結果の活用

本町担当官より提供を受けた「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」結果より、消費者アンケートや事業者ヒアリングの結果等を活用し、本町産農産物の特徴を分析する際の検討材料とした。活用した主な研究結果は下記の通りである。また、本業務の遂行過程では、アンケート及びヒアリング方法の検討等、適宜小樽商科大学とも連携を取りながら、分析を実施している。

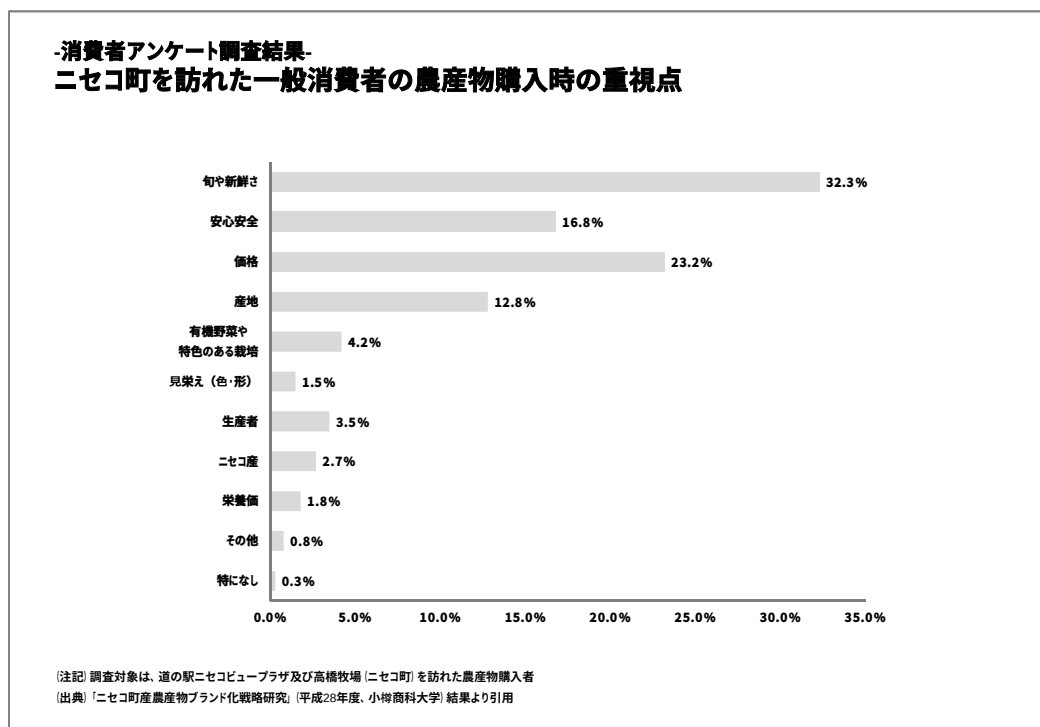
【小樽商科大学実施業務との連携】

回数	開催日	主な内容
第1回	平成28年 8月16日	・全体スケジュール及び役割分担の確認
第2回	平成28年 8月30日	・消費者アンケート及び事業者アンケート実施内容の確認
第3回	平成28年 11月7日	・中間報告内容の共有
第4回	平成29年 1月30日	・最終報告内容の共有

なお、「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」では、研究対象である農産物をニセコ町産ではなくニセコ産としており、ニセコ観光圏全体の農産物について研究し結果を取りまとめている。

【ニセコ町を訪れた一般消費者の農産物購入時の重視点】

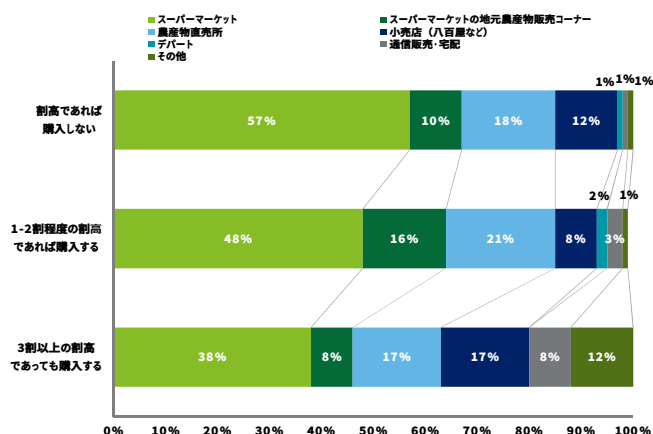
本町を訪れた一般消費者が農産物購入時に重視する点は、旬や新鮮さが32.3%で最も多く、価格23.2%、安心安全16.8%が続いた。一方で、生産者は3.5%、ニセコ産は2.7%となっており、農産物購入時に生産者やニセコ産を重視して購入していないことが分かる。



【ニセコ町を訪れた一般消費者の農産物購入手段】

農産物の購入場所は、割高であれば購入しないが、スーパーマーケット 57%、農産物直売所 18%、小売店（八百屋など）12%、1 - 2 割程度の割高であれば購入するが、スーパーマーケット 48%、農産物直売所 21%、スーパーマーケットの地元農産物販売コーナー16%、3割以上の割高であっても購入するが、スーパーマーケットが 38%、農産物直売所 17%、小売店（八百屋など）17%となっている。1 - 2 割程度の割高であれば購入するセグメントは、スーパーマーケットの比率が低下する一方で、スーパーマーケットの地元農産物販売コーナー、農産物直売所の比率が増加、3割以上の割高であっても購入するセグメントは、小売店（八百屋など）、通信販売・宅配、の比率が増加している。このことから、価格が割高であっても購入するセグメントは、スーパーマーケットでの購入に加え、農産物直売所や小売店（八百屋など）、通信販売・宅配など多様なルートを使い分けていることがわかる。

-消費者アンケート調査結果-
ニセコ町を訪れた一般消費者の農産物購入手段



(注記) 調査対象は、道の駅ニセコビュラザ及び高橋牧場（ニセコ町）を訪れた農産物購入者
(出典) 「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」(平成28年度、小樽商科大学) 結果より引用

【ニセコ観光圏事業者からのニセコ産農産物へのニーズ】

ニセコ観光圏の事業者からのニセコ産農産物に対するニーズ調査結果を踏まえると、ニセコ観光圏事業からあった主なニーズは、冬の野菜の種類・量、農産物の安定供給、安心、安全である。

-事業者ヒアリング調査結果-

ニセコ観光圏事業者からのニセコ産農産物へのニーズ

業種	事業者からのニーズ	主なニーズ
宿泊業	必ずしも旬である必要はなく、観光客の多い冬に利用できる農産物を生産して欲しい 消費者に訴求できる、ニセコのパウダースノーや羊蹄山麓の肥沃な大地等を活用したストーリー性のある農産物を作って欲しい 宿泊客から「ニセコ農産物といえば、新鮮さ」という声をよく聞く。鮮度が良い野菜であれば、価格が少々高くても購入したい	冬の野菜の種類・量 農産物の安定供給 安心、安全
飲食業	安心、安全にこだわって欲しい。生産者の顔が見えると提供する側も安心して消費者に提供できる 個人農家と直接契約した場合でも、配達や発注単位（ロット）の問題があり、安定供給してほしい 配送や手配にコストがかかるが、小ロットでも対応できる配送体制を整えて欲しい	
卸売業・小売業	「ニセコ産の野菜を使っている」というだけで、お客さんに喜んでもらえる。夏だけでなく、スキー客がたくさん訪れる冬にも種類や量を確保したい アスパラやイチゴのように、季節を問わず常に利用者からニーズがあるものを、通年で供給してほしい 「ニセコ」という地名はスキー客を通じて全国に知れ渡っており、その知名度を生かして本州に売り出していきたい。そのためには安定供給が不可欠である	

[注記] 調査対象は、ニセコ観光圏内に所在する事業者26件（宿泊業11件、飲食業10件、卸売業・小売業5件）

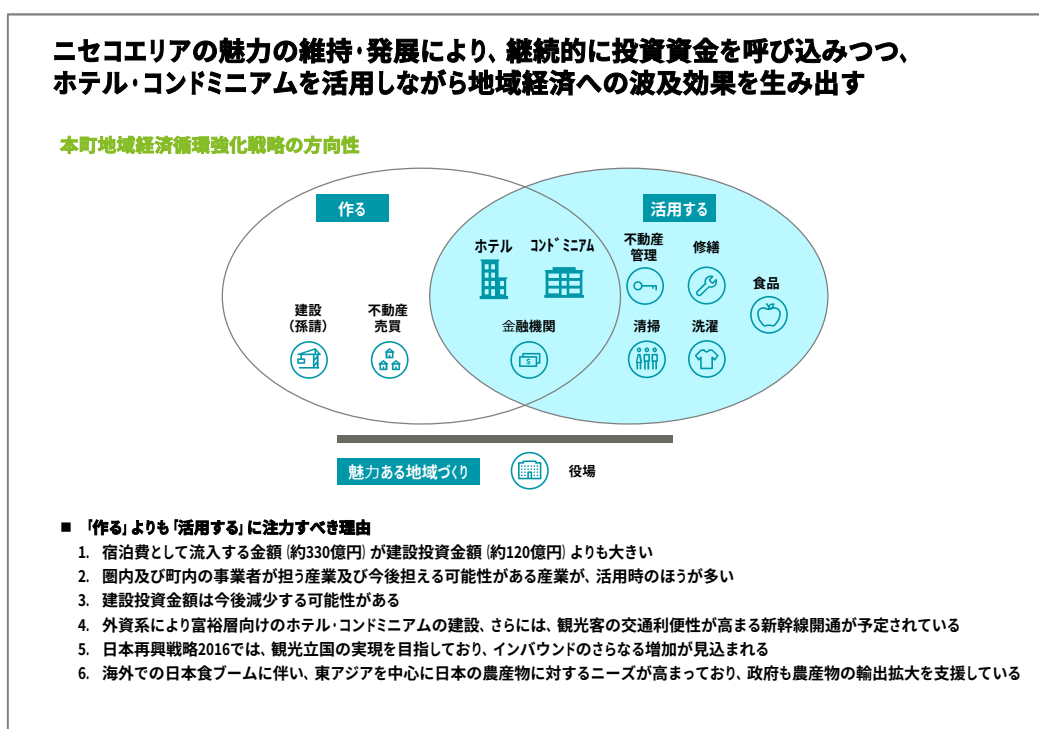
[出典] 「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」（平成28年度、小樽商科大学）結果より引用

4. 地域経済循環強化戦略の策定

下記(1)～(3)の通り、「地域経済循環強化戦略の策定」を実施した。なお、本業務においては、これまで把握した事実から本町地域経済循環強化戦略が目指す方向性を設定したうえで、強み及び課題を導出し、それに対する方向性の策定と施策（案）の検討を行った。また引き続きこれまでの分析過程と同様にワーキンググループでの検討も行ったが、戦略策定過程ではニセコ観光圏の事業者等への情報共有を行い検討内容の妥当性の検証を行ったうえで、戦略に反映させるべきものは反映し最終化をした。（詳細は 8. (1) を参照のこと。）

(1) 地域経済循環強化戦略の方向性

上記 2. 及び 3. の分析結果を踏まえて、地域経済循環強化戦略の方向性を下記の通り導出した。



(2) 強み及び課題の導出

上記(1)で定めた方向性を踏まえ、これまでの分析結果より地域経済循環を強化するうえでの強み及び課題を、ニセコ観光圏と本町とに分けて下記の通り導出した。

(地域経済循環を強化するための強み)

地域経済循環を強化するための強み			
凡例:		観光圏共通	ニセコ町
生産	ニセコ観光圏をリゾート地だけではなく、ビジネスの場としてとらえて新規参入してくる事業者が多い	農業や宿泊業など、圏外の需要を獲得できる「稼ぐ力」を持つ産業が存在する	
	農業は、圏外から資金を獲得しているだけではなく、他産業と比べ圏内での取引が多く、圏内で資金を循環させている	一般消費者は、購入時に他産地農産物との差別化となる「安心安全」というイメージをニセコ産農産物に対してもっている	農業生産関連事業に関与する農家が多く、その代表的な事業所であるニセコビュープラザは、消費者へのニセコ産農産物のPR及び販路として確立している
分配	ニセコ町の生産年齢人口は増えている	生活関連サービス業は、コンドミニアムの増加に伴う清掃・洗濯ニーズが増え、雇用力を拡大できている	
支出	ニセコ観光圏の観光客数は年々増加しており、投資先としての魅力が高い。また、新幹線開通(予定)により、観光客がアクセスしやすい環境が整備予定である	ヒラフエリアには、建設投資をマネージメントするプレイヤーが存在している	観光消費単価の高い中国や香港・シンガポール、宿泊日数の多いオーストラリアやアメリカの観光客を取り込めている

(地域経済循環を強化するための課題)

地域経済循環を強化するための課題

凡例:

観光圏共通

ニセコ町

圏外への資金
流出防止

圏外からの
資金獲得

圏内循環を
強化

	全般	農業	
生産	③ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	
	分配	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿
	支出	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

(3) 課題に対する方向性の導出

(1) の課題に対し、5 つのテーマに沿って本町としての課題解決の方向性を導出した。導出した方向性は下記の通りである。

(課題解決に向けたニセコ町の方向性)

課題解決に向けたニセコ町の方向性		
テーマ	方向性	課題
地域経済循環強化のための担い手確保	ニセコ観光圏及びニセコ町のニーズの情報発信による圏外投資家及び事業者の獲得	1 7 12
	起業や既存事業者による新規事業立上げ支援を通じた圏内での担い手育成・確保	14 15 16
	主力産業である観光業を活用した、観光ビジネスに特化した高等教育機関の創設	8 18
	圏外事業者による住宅建設や既存住居の改修を通じた、町内住宅の整備・確保	19
継続的に投資・消費を呼び込む魅力ある観光地域作り	ニセコエリア滞在者に対する魅力的な消費機会の提供を通じた、観光消費額の拡大	9 10
	目的税導入等事業者と一体となった東山エリアの魅力ある地域づくりに向けた取組の実施	10 17 18
	既存事業者のサービス内容拡充及び新規交通手段導入による二次交通の更なる充実	11 12 13
町外への資金流出阻止に向けた再生可能エネルギーの活用・普及	農業や公共施設以外への再生可能エネルギーの利用を通じた、エネルギーの地産地消	2
農家の稼ぐ力(収益性)の強化	高付加価値農産物の生産を通じた、農産物販売額の拡大	3 4
	IT技術等を活用した、農作業労働生産性の改善	4
ニセコ産農産物ファンの獲得に向けた地域商社の活用	農家と事業者のマッチングを通じた地産地消の拡大	3 4 5
	配送体制の整備を通じた町内外からのニーズへの対応	6
	販路開拓によるニセコ産農産物供給拡大	
	町民、町内事業者を巻き込んだPR強化	

(4) 施策（案）の導出

上記で定めた方向性に沿って、ワーキンググループ等で方向性実現に向けた具体的な施策（案）の検討し、下記の通り導出した。

（地域経済循環強化のための担い手の確保）

方向性	施策（案）
ニセコ観光圏及びニセコ町のニーズの情報発信による圏外投資家及び事業者の獲得	・中央倉庫群を用いた情報収集やマッチングイベントの実施 →事業者・投資家・起業家にニセコ町のニーズ（ビジネスチャンス）を情報提供及びコーディネート支援 →地域金融機関と連携した投資家や事業者のニーズ発掘及び情報提供 ・専門サービス（税会計・法務等）や知的財産権（特許）の活用支援の実施 ・外部機関を活用した海外投資家向けセミナーの実施
起業や既存事業者による新規事業立上げ支援を通じた圏内での担い手育成・確保	・地域金融機関や大学等と連携したビジネスコンテストやビジネススクールの実施 ・ニセコ高校での実践的ビジネス教育の実施 →事業者の掘起こし及び事業化に向けたサポート →ベンチャー立ち上げ等の取組を通じた起業方法やノウハウの習得
主力産業である観光業を活用した、観光ビジネスに特化した高等教育機関の創設	・観光系大学誘致による国内外からの人材獲得及びニセコエリア事業者を活用した観光ビジネスの実践的教育の実施
圏外事業者による住宅建設や既存住居の改修を通じた、町内住宅の整備・確保	・住宅建設の担い手確保に向けた町外への情報発信 →ニセコ町民間資金活用集合住宅建設等促進条例の活用推進 ・しりべし空き家バンクと連携した既存住宅（公営住宅含む）の空き家状況の把握と情報発信等マッチングの実施 ・既存住宅（公営住宅含む）の改修による長期的活用

（継続的に投資・消費を呼び込む魅力ある観光地域作り）

方向性	施策（案）
ニセコエリア滞在者に対する魅力的な消費機会の提供を通じた、観光消費額の拡大	・地元事業者（チーズ、ビール、ワイン、農業等）を活用したニセコグリーンツーリズム（体験型観光メニュー）の開発 ・農宿施設や農家レストラン等関連施設の整備
目的税導入等事業者と一体となった東山エリアの魅力ある地域づくりに向けた取組の実施	・町民（外国人含）、ホテル事業者やコンドミニアムオーナーと一体となった事業計画策定及び推進 →エリアコンセプトの策定やターゲット選定 ・開発援助金や目的税の導入検討及びそれらを活用したインフラ整備等の実施
既存事業者のサービス内容拡充及び新規交通手段導入による二次交通の更なる充実	・交通アプリ開発、夜間の増便、外国人対応（英語対応）、決済システム拡充等既存事業者のサービスの向上 ・ローカルスマート交通構築事業の実施 ・ビュープラザを拠点とした自動走行システムやウーバー等次世代交通システムの実現に向けた実証実験の実施 ・ニセコ町を訪れる外国人観光客の利便性向上に向けたニーズ調査の実施

（町外への資金流出阻止に向けた再生可能エネルギーの活用・普及）

農業や公共施設以外への再生可能エネルギーの利用を通じた、エネルギーの地産地消	・雪氷熱倉庫・雪室等の導入及び雪氷グリーン熱証書制度の活用による資金獲得 →雪氷グリーン熱証書を排出量取引のクレジットに活用し、町内外事業者との取引実施 ・クリーンエネルギー（地熱バイナリー発電、木質バイオマス発電等）を活用した交通手段（バス・タクシー）の導入
--	--

（農家の稼ぐ力（収益性）の強化）

方向性	施策（案）
高付加価値農産物の生産を通じた、農産物販売額の拡大	・一般消費者からのニーズが高い、安心・安全な有機野菜の栽培 ・事業者からのニーズが高い、冬季の農産物の地中熱ヒートポンプによるビニールハウスを活用した栽培
IT技術等を活用した、農作業労働生産性の改善	・農作業ロボットやドローンを活用した農作業効率化に向けた実証実験の実施 ・IoT関連ベンチャー企業の先端技術（センサー導入によるビックデータ取得等）を活用した栽培手法構築に向けた実証実験の実施

（ニセコ農産物ファンの獲得に向けた地域商社の活用）

方向性	施策（案）
農家と事業者のマッチングを通じた地産地消の拡大	・食品加工工場（皮むき・洗浄等）を活用した、事業者（ホテルや飲食店等）のニーズへの対応 ・事業者の地元農産物利用度の見える化 ・ニセコ産農産物利用度の高い事業者への割引等のインセンティブ付与
配送体制の整備を通じた町内外からのニーズへの対応	・既存交通手段（デマンドバス、シャトルバス、タクシー等）を活用した、町内事業者（ホテルや飲食店等）への配送システムの構築に向けた実証実験の実施
販路開拓によるニセコ産農産物供給拡大	・JETRO北海道、JAようていと連携した海外輸出に向けた海外バイヤーとのマッチングイベントの開催 ・ビュプラザ直売所の通信販売取扱品目の拡充（加工品含む）
町民、町内事業者を巻き込んだPR強化	・JAようてい青年部、ニセコ高校生、地元農家と連携したニセコ農産物加工品の開発とビュプラザでの販売 ・地元有名ホテルやレストランでのニセコ産農産物を活用したダイニングアウトの実施

5. 町外へ情報発信すべき内容・方法の提案

本町に優良な投資を呼び込む際に、投資家等に情報発信すべき内容及びそれらの発信方法を検討した。検討の結果、上記 4 で策定した本町地域経済循環強化戦略を活用し、戦略本文に記載されている分析結果のうち、特に現状すでに観光業を中心として投資資金が流入していたり、外国人観光客を取り込めたりしているにもかかわらず、担い手不足により地域経済循環の強化に繋げる機会を逸している点を本町のニーズとして、町内外の関係者を積極的に巻き込みつつ、投資家及び事業者等に発信していく必要があるという結論に至った。主な内容は下記の通りである。

また、発信方法としては、ニセコ中央倉庫群を活用しての発信を念頭に置きつつ、担うべき機能等について検討をしたが、ここではニセコ中央倉庫群が現状立ち上げ段階にあることも踏まえ、あくまでも活用（案）として取りまとめをしている。したがって、本業務内容に関しては、次年度以降も引き続き検討を進め、情報発信内容の精査や情報発信するに当たっての課題の抽出及び対応方針のとりまとめをする必要がある。

【主な発信すべき内容】

分析項目	分析から把握できた主なニーズ
生産分析（農業分析）	・ニセコ観光圏事業者（宿泊業、飲食業、卸売業・小売業）はニセコ産農産物に対し、「冬の野菜の種類・量」「農産物の安定供給」「安心、安全」を求めている
観光消費分析	・外国人観光客の圏内及び町内での消費を拡大するためにも、タクシーの増車や周遊バスの既存サービス内容の拡充が必要である
民間投資分析	・コンドミニウムやホテルの運営時に必要となる清掃業や洗濯業等宿泊関連産業が圏内及び町内に不足している

【ニセコ中央倉庫群の活用方法（案）】

- | |
|---|
| ・上記のような本町ニーズの収集及び発掘
・事業者、投資家、起業家等への情報発信及びコーディネート支援 等 |
|---|

6. 検討用資料の作成

(1) 検討用資料の取りまとめ

上記 1～3 で実施した業務内容を、検討用資料としてとりまとめ、ワーキンググループやまちづくり町民講座等で活用した。資料の取りまとめに当たっては、取りまとめ内容が専門的な内容であることを踏まえ、可能な限り平易な表現を用い分かりやすい内容となるように努めた。

(2) 第 5 回ニセコ町自治創生協議会議事概要の作成

議事概要作成を実施した協議会は、下記の通りである。（議事概要は 8. (4) を参照のこと。）

回数	開催日	議事
第 5 回※	平成 28 年 8 月 26 日	(1) 第 4 回協議会以降の取組状況（報告） (2) ニセコ町自治創生協議会の設置・運営方針 (3) ニセコ町自治創生総合戦略のフォローアップ (4) 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の活用方針 (5) 今後のスケジュール

※平成 27 年度に実施された 4 回のニセコ町自治創生協議会に引き続いて 5 回目の開催となる。

7. 業務報告書の作成

(1) 業務報告書

本報告書の通り。仕様書に基づき、20 部作成した。

(2) 上記 (1) の電子データ一式 (CD-ROM)

上記成果物の電子データ一式を (CD-ROM) に取りまとめた。仕様書に基づき 2 枚作成した。

8. 参考資料

(1) ニセコ町地域経済循環強化戦略

**ニセコ町
地域経済循環強化戦略**

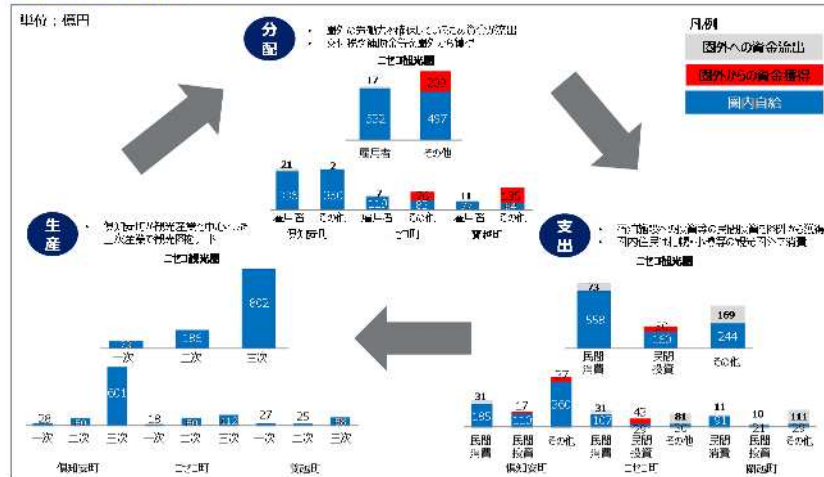
平成29年3月
ニセコ町

目次

ニセコ観光圏の地域経済循環	3
生産分析	4
－ 農業分析	9
分配分析	16
支出分析	
－ 観光消費	20
－ 民間投資	27
地域経済循環強化戦略	35

ニセコ観光圏は、圏外から民間投資等の資金が流入しているが、圏外労働力の活用による圏外分配と圏内住民の圏外消費により資金が流出している

ニセコ観光圏の地球経済循環



(注記) RESAS:地域経済循環マップで採用されている地球経済循環率(生産を所得で割った値)は、ニセコ観光圏では85.7%であり、一定割合を超えて流入する所得に代表しているといえる。なお、地域経済循環率はあくまでも地域における地球経済の稼働を示すものであり、比較するものでないため、RESAS:地域経済循環マップより、この数値を算出している。

(単位) 地球経済循環率(生産を所得で割った値)は、ニセコ観光圏では85.7%であり、一定割合を超えて流入する所得に代表しているといえる。なお、地域経済循環率はあくまでも地域における地球経済の稼働を示すものであり、比較するものでないため、RESAS:地域経済循環マップより、この数値を算出している。

(単位) 地球経済循環率(生産を所得で割った値)は、ニセコ観光圏では85.7%であり、一定割合を超えて流入する所得に代表しているといえる。なお、地域経済循環率はあくまでも地域における地球経済の稼働を示すものであり、比較するものでないため、RESAS:地域経済循環マップより、この数値を算出している。

生産分析

ニセコ観光圏・ニセコ町ともに、農業、建設業、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業が主力産業となっているが、労働生産性は全産業で全国と比べて低い

産業別売上高の推移

売上高（百万円）	ニセコ観光圏				ニセコ町			
	平成24年	平成26年	成長率	特化係数* （労働生産性）	平成24年	平成26年	成長率	特化係数* （労働生産性）
全産業	72,110	83,565	↑ 116%	0.53	12,607	15,767	↑ 125%	0.40
農林漁業	10,335	10,683	↑ 103%	0.95	2,727	2,598	↓ 95%	0.61
建設業	11,833	13,933	↑ 118%	0.79	1,459	2,423	↑ 166%	0.75
製造業	5,570	6,459	↑ 116%	0.73	117	※	—	0.30
運輸業、郵便業	1,706	5,019	↑ 294%	0.64	748	1,015	↑ 136%	0.87
卸売業、小売業	22,682	26,289	↑ 116%	0.55	1,666	2,941	↑ 177%	0.40
金融業、保険業	381	1,356	↑ 356%	0.23	—	—	—	—
不動産業、物品賃貸業	2,339	1,560	↓ 67%	0.76	180	※	—	0.28
学術研究、専門・技術サービス業	791	587	↓ 74%	0.60	31	25	↓ 81%	0.15
宿泊業、飲食サービス業	7,822	9,643	↑ 123%	0.80	4,522	5,525	↑ 122%	0.85
生活関連サービス業、娯楽業**	1,923	3,404	↑ 177%	0.54	177	384	↑ 217%	0.46
教育、学習支援業	215	233	↑ 108%	0.43	—	—	—	—
医療、福祉	3,450	2,702	↓ 78%	0.91	516	453	↓ 88%	0.87
その他サービス業	3,063	1,697	↓ 55%	0.72	464	403	↓ 87%	0.40

*特化係数（労働生産性）とは、各産業の労働生産性（付加価値額÷従業者数）を全国の各産業の労働生産性で除したものの、1.0を超えていれば、当該産業の全国に比べて特化している産業とされる（RESAS産業構造マップ（稼ぐ力分析）より） **生活関連サービス業、娯楽業には洗濯業が含まれる
 ※ニセコ町の平成26年の製造業、不動産業、物品賃貸業は経済センサス上で該当データが取得できないため未集計
 [注記] 鉱業、採石業、砂利採取業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、複合サービス事業は、経済センサス上で該当データが取得できないため未集計
 [出典] 経済センサス（平成24年、平成26年、経済産業省）、RESAS産業構造マップ（稼ぐ力分析）よりダウンロードした平成24年データをもとに作成。農林漁業はRESAS産業構造マップ（農業・林業・水産業）よりダウンロードした平成17年、平成22年データをもとに作成

ニセコ観光圏・ニセコ町では全体として事業所数は増加している。減少している産業でも新設が多いため、産業内での事業者間の競争が激しいものと考えられる

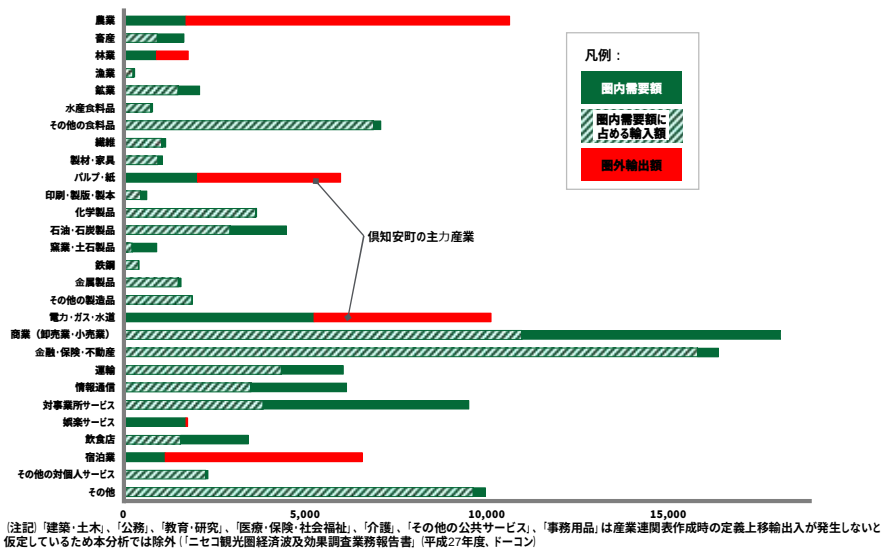
産業別事業所数の推移

	ニセコ観光圏					ニセコ町				
	平成24年	新設	廃業	平成26年*	（増減数）	平成24年	新設	廃業	平成26年*	（増減数）
全産業	1,403	245	199	1,449	↑ 46	250	48	36	262	↑ 12
農業、林業	38	1	3	36	↓ 2	7	0	1	6	↓ 1
鉱業、採石業、砂利採取業	4	0	0	0	0	2	0	0	2	0
建設業	117	7	3	121	↑ 4	17	1	0	18	↑ 1
製造業	42	3	7	38	↓ 4	10	0	2	8	↓ 2
電気・ガス・熱供給・水道業	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0
情報通信業	8	8	7	9	↑ 1	2	2	2	2	0
運輸業、郵便業	36	7	7	36	0	9	1	2	8	↓ 1
卸売業、小売業	330	43	51	322	↓ 8	51	5	9	47	↓ 4
金融業、保険業	16	1	3	14	↓ 2	3	0	1	2	↓ 1
不動産業、物品賃貸業	103	26	11	88	↑ 15	7	4	1	10	↑ 3
学術研究、専門・技術サービス業	39	14	6	47	↑ 8	3	4	1	6	↑ 3
宿泊業、飲食サービス業	327	64	71	320	↓ 7	86	15	13	88	↑ 2
生活関連サービス業、娯楽業	102	34	13	123	↑ 21	20	9	3	26	↑ 6
教育、学習支援業	32	11	3	40	↑ 8	4	3	0	7	↑ 3
医療、福祉	68	17	3	82	↑ 14	10	3	0	13	↑ 3
複合サービス事業	16	0	2	14	↓ 2	3	0	0	3	0
その他サービス業	121	9	9	121	0	16	1	1	16	0

*平成26年＝平成24年＋新設－廃業で算出（事業内容等不詳の事業所数は含めていない） [出典] 経済センサス（平成24年、平成26年、経済産業省）より作成

ただし、ニセコ観光圏の産業の多くは「移輸入型」であり、圏内需要による資金を圏外事業者が獲得している

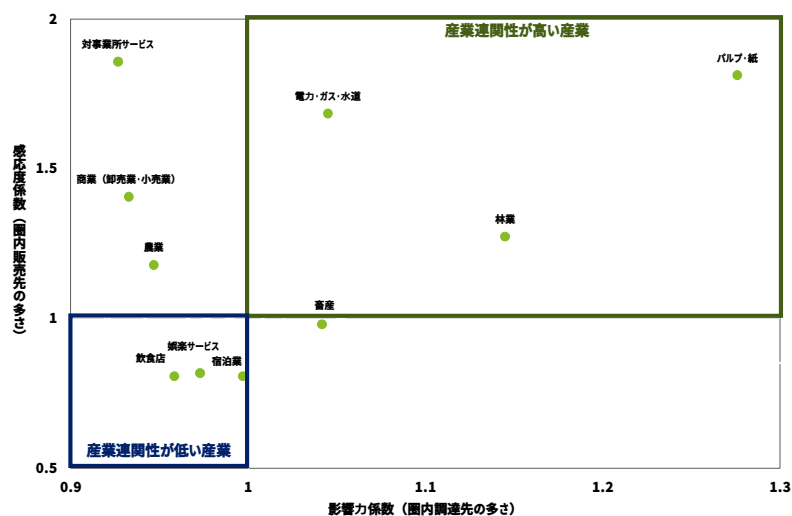
ニセコ観光圏の圏内需要額と輸出入状況(単位:百万円)



7

俱知安町の主力産業は圏内産業との連関性*が高い一方、ニセコ町の主力産業は連関性が低いため、ニセコ町の経済循環率が高まらない要因になっている

ニセコ観光圏の産業連関性



*連関性とは、当該産業が圏内他産業にどれくらい販売先や調達先を有しているかを指す。連関性が高い場合、当該産業の圏内他産業に対する影響力が強い
 (出典)「ニセコ観光圏経済波及効果調査業務報告書」(平成27年度、ドーコン)より引用。上記は報告書掲載の35部門の産業より、圏内及び町内の主力産業のみを抽出して掲載

8

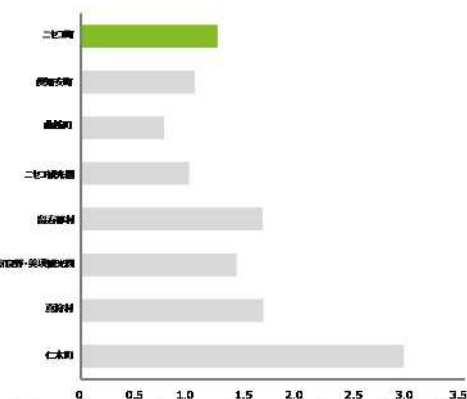
生産分析＜農業分析＞

9

農業は移輸出型産業であるが、他地域と比べ中山間地域の限られた農地で収益性を高められていない。付加価値の高い野菜の販売比率の低さが要因だと考えられる

耕地(ha)当たり販売金額(万円)

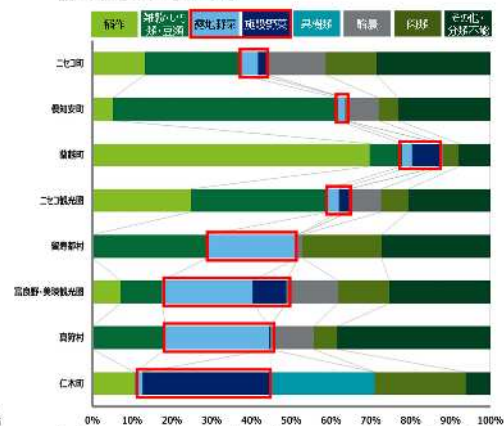
- ・ 周辺市町村や同じ中山間地域かつスキーリゾート地である富良野・美瑛観光圏と比べ、耕地当たりの販売金額が低い
- ・ ニセコ町は、観光圏内においては収益性が高い



(出典) RESAS産業構造マップ：農業による付加価値の向上(平成22年データ)を基に作成
* 富良野・美瑛観光圏は富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、天来町、占冠町

農産物販売金額構成割合

- ・ 留寿都村や真狩村、富良野・美瑛観光圏では、野菜(露地・施設)の販売金額割合がニセコ観光圏より高く、耕地当たり販売金額が高い要因と考えられる

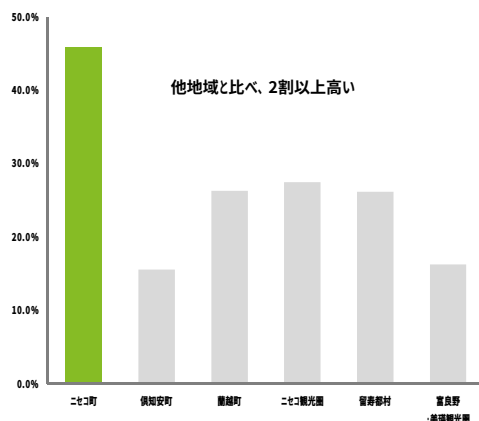


(出典) RESAS産業構造マップ：農業による付加価値の向上(平成22年データ)を基に作成
* 露地野菜は、ブロッコリー、スプラウト、アスパラガス等
* 施設野菜は、トマト、ナス等(ニセコ町農業振興計画より)

10

ニセコ町では、農業生産関連事業を行っている経営体数の割合が他地域よりも高く、 その中でも消費者への直接販売が主要事業となっている

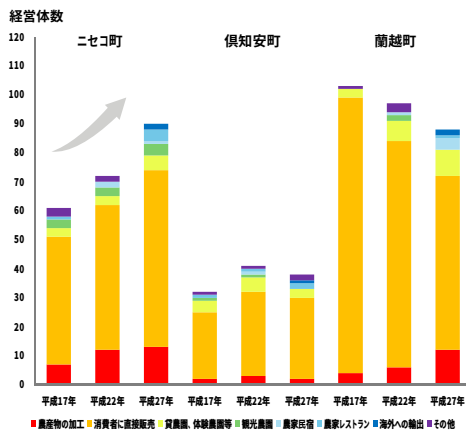
農業生産関連事業への関与率 (平成27年)



[注記] 農業生産関連事業への関与率とは、全農業経営体数に占める農業生産関連事業実施経営体数の割合
[出典] 北海道農林業センサス (平成27年、北海道総合政策部) をもとに作成

農業生産関連事業の内訳

- ニセコ町は、観光圏で唯一、農業生産関連事業を行う経営体が増えており、その中でも「消費者に直接販売」が一番大きい

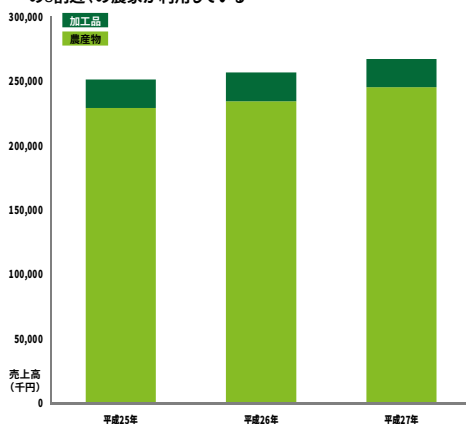


[出典] RESAS産業構造マップ (農業) よりダウンロードしたデータ (平成17年、平成22年) 及び北海道農林業センサス (平成27年、北海道総合政策部) をもとに作成

ニセコビュプラザ直売所の売上高は年々伸びており、消費者への直接販売機能を担っているが、冬期間の活用には改善の余地がある

ニセコビュプラザ直売所の年間売上高推移

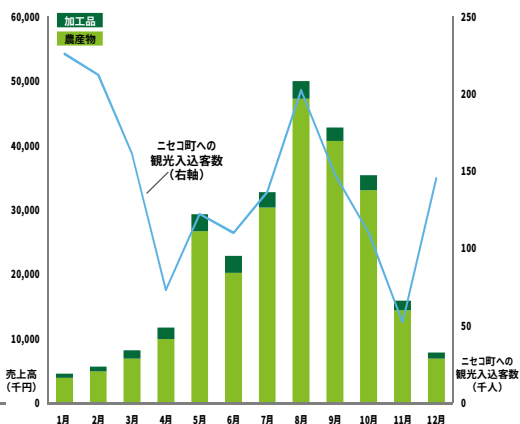
- 農産物を利用した加工品を含め、売上高は年々増加している
- ビュプラザで直接販売している農家は70を超え、ニセコ町全体の8割近くの農家が利用している



[注記] 加工品とは直売所で販売されている、漬物、パン、お菓子等を指す
[出典] ニセコビュプラザ売上データ (平成25年、平成26年、平成27年、ニセコ町) をもとに作成

ニセコビュプラザ直売所の月別売上高推移 (平成27年)

- 農産物の収穫時期に合わせ売上高が積み上がっているが、観光入込客数の多い冬期に売上高が落ち込んでいる



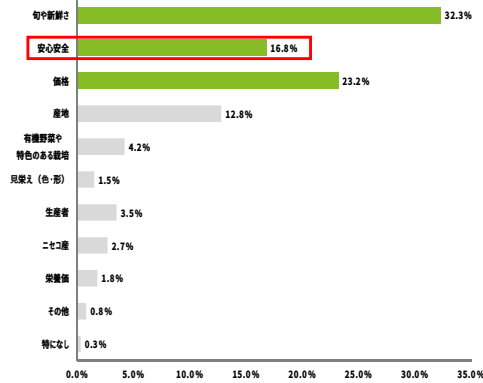
[出典] ニセコビュプラザ売上データ (平成27年、ニセコ町) 及び北海道観光入込客数調査報告書 (平成26年度、平成27年度、北海道総合政策部) をもとに作成

ニセコ町を訪れた一般消費者は農産物購入時に「安心安全」を重視しており、ニセコ産農産物イメージと合致している

一般消費者*の農産物購入時に重視する点 (アンケート結果) ニセコ産農産物に対するイメージ (アンケート結果)

- 一般消費者は「旬や新鮮さ」、「価格」に続き、「安心安全」を気にかけている
- 「見栄え (色・形)」を気にしている一般消費者は少ない

- 安心安全
- 美味しい
- 香りがよく新鮮
- 価格が安い
- めずらしい物が多い 等

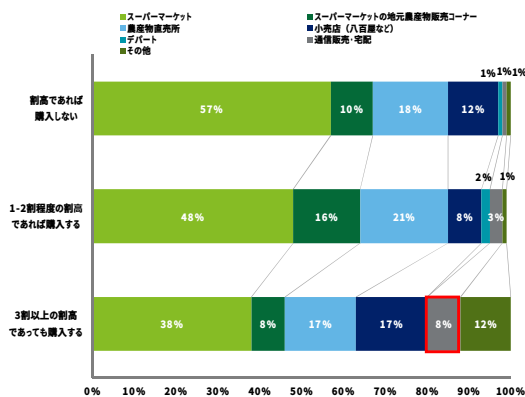


*調査対象は、道の駅ニセコビュラザ、高橋牧場 (ニセコ町) を訪れた農産物購入者 (下記調査結果より)
 (出典)「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」(平成28年度、小樽商科大学) 結果より引用
 13

農産物に対してこだわりのある一般消費者は、通販や宅配による購入割合が高いが、ニセコビュラザでは、すべての農産物が通販で購入できない状況にある

一般消費者*における農産物購入手段

- 3割以上の割合であっても農産物を購入するような、こだわりのある一般消費者は、通販や宅配による購入割合が高い



ニセコビュラザ取扱農産物の通販対応状況

対応している	対応していない
✓ メロン ✓ じゃがいも ✓ 米 ✓ アスパラ ✓ トマト ✓ とうもろこし ✓ かぼちゃ ✓ 人参 ✓ ミニトマト ✓ ゆり根 ✓ 玉ねぎ	✓ キャベツ ✓ 大根 ✓ ねぎ ✓ ブロッコリー ✓ 茄子 ✓ きのこと類 ✓ きゅうり ✓ いちご

*調査対象は、道の駅ニセコビュラザ、高橋牧場 (ニセコ町) を訪れた農産物購入者 (下記調査結果より)
 (出典)「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」(平成28年度、小樽商科大学) 結果より引用

(出典) ニセコビュラザ売上データ (ニセコ町) 及びニセコビュラザ直売会協同組合 HP を参照

ニセコ産農産物への宿泊業、飲食業、卸売業・小売業からのニーズに対し、品揃えの確保や配送方法の確立等により、圏内調達率を向上できる余地がある

ニセコ観光圏事業者からのニセコ産農産物へのニーズ（インタビュー結果）

業種	事業者からのニーズ	主なニーズ
宿泊業	必ずしも旬である必要はなく、観光客の多い冬に利用できる農産物を生産して欲しい 消費者に訴求できる、ニセコのパウダースノーや羊蹄山麓の肥沃な大地等を活用したストーリー性のある農産物を作って欲しい 宿泊客から「ニセコ農産物といえば、新鮮さ」という声をよく聞く。鮮度が良い野菜であれば、価格が少々高くても購入したい	冬の野菜の種類・量 農産物の安定供給 安心安全
飲食業	安心、安全にこだわって欲しい。生産者の顔が見えると提供する側も安心して消費者に提供できる 個人農家と直接契約した場合でも、配達や発注単位（ロット）の問題があり、安定供給してほしい 配送や手配にコストがかかるが、小ロットでも対応できる配送体制を整えて欲しい 「ニセコ産の野菜を使っている」というだけで、お客さんに喜んでもらえる。夏だけでなく、スキー客がたくさん訪れる冬にも種類や量を確保したい	
卸売業・小売業	アスパラやイチゴのように、季節を問わず常に利用者からニーズがあるものを、通年で供給してほしい 「ニセコ」という地名はスキー客を通じて全国に知れ渡っており、その知名度を生かして本州に売り出していきたい。そのためには安定供給が不可欠である	

（出典）「ニセコ町産農産物ブランド化戦略研究」（平成28年度、小樽商科大学）結果より引用

15

分配分析

16

ニセコ観光圏・ニセコ町ともに従業者数は減少している。近年、新設事務所が増加傾向にあるが、現時点では雇用力向上に繋がっていないと考えられる

産業別従業者数の推移

	ニセコ観光圏				ニセコ町				国内で雇用力が大きい産業
	平成24年	平成26年	増加率	売上成長率	平成24年	平成26年	増加率	売上成長率	
全産業	13,046	12,027	↓ 92%	↑ 116%	2,368	2,219	↓ 94%	↑ 125%	1 運輸業、郵便業の従業者数減少の理由
農業、林業	2,814	2,274	↓ 81%	↑ 103%	632	530	↓ 84%	↓ 95%	✓ 全国的に人手不足の業界であり、従業者確保が困難
鉱業、採石業、砂利採取業	16	19	↑ 119%	—	10	19	↑ 190%	—	✓ 限られた人材は、資金の高い本州に流出していると考えられる
建設業	1,002	1,027	↑ 102%	↑ 118%	122	140	↑ 115%	↑ 166%	
製造業	342	446	↑ 130%	↑ 116%	33	19	↓ 58%	—	
電気・ガス・熱供給・水道業	90	98	↑ 109%	—	—	—	—	—	2 宿泊業、飲食サービス業の従業者数減少の理由
情報通信業	26	18	↓ 69%	—	4	4	100%	—	✓ ホテル・旅館と比べ少人数でサービス提供が可能なコンドミニアムの建設が増えている
運輸業、郵便業	1,064	525	1 ↓ 49%	↑ 294%	96	66	1 ↓ 69%	↑ 136%	✓ 従って、宿泊業の従業者数が減る一方、コンドミニアムに必要な清掃業、洗濯業といった生活関連サービス業の従業者数が増えていると考えられる
卸売業、小売業	1,857	1,996	↑ 107%	↑ 116%	203	204	100%	↑ 177%	
金融業、保険業	132	141	↑ 107%	↑ 356%	18	17	↓ 94%	—	
不動産業、物品賃貸業	368	359	↓ 98%	↓ 67%	28	29	↑ 104%	—	
学術研究、専門・技術サービス業	139	147	↑ 106%	↓ 74%	7	14	↑ 200%	↓ 81%	
宿泊業、飲食サービス業	2,175	1,796	2 ↓ 83%	↑ 123%	882	687	2 ↓ 78%	↑ 122%	3 医療、福祉の従業者数増加の理由
生活関連サービス業、娯楽業	603	649	↑ 108%	↑ 177%	105	144	↑ 137%	↑ 217%	✓ 売上を高めにくい業界である一方、高齢化に伴い需要が増え、従業者数も増えていると考えられる
教育、学習支援業	123	126	↑ 102%	↑ 108%	15	18	↑ 120%	—	
医療、福祉	1,077	1,236	3 ↑ 115%	↓ 78%	86	227	3 ↑ 264%	↓ 88%	
複合サービス事業	316	384	↑ 122%	—	39	30	↓ 77%	—	
その他サービス業	902	786	↓ 87%	↓ 55%	88	71	↓ 81%	↓ 87%	

〔注記〕 漁業は、経済センサス上で該当データが取得できないため未集計
〔出典〕 経済センサス（平成24年、平成26年、経済産業省）をもとに作成。農林漁業はRESAS産業構造マップ（農業、林業）よりダウンロードした平成17年、平成22年データをもとに作成
17

ニセコ観光圏（特に倶知安町）の雇用力は、圏外労働力を必要とするほど大きいですが、ニセコ町は、運輸・通信業とサービス業以外は小さく、町外で労働している町民もいる

産業別労働者数と流出入数

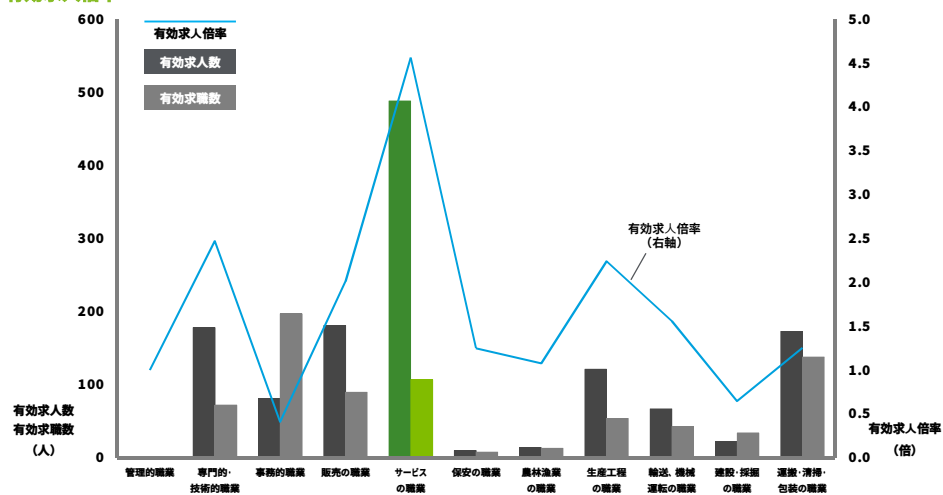
	ニセコ観光圏				ニセコ町				町民の雇用力が大きい産業
	売上高（百万円）	従業者	就業者	流出入数* 1人当り生産高	従業者	就業者	流出入数* 1人当り生産高		
全産業	13,169	12,940	12,940	↑ 229	12	2,270	2,316	↓ -46	16
農林水産業	1,991	2,003	2,003	↓ -12	7	479	491	↓ -12	7
鉱業	4	6	6	↓ -2	30	2	0	↑ 2	30
製造業	397	481	481	↓ -84	15	56	64	↓ -8	18
建設業	1,164	1,082	1,082	↑ 82	30	166	162	↑ 4	98
電気・ガス・水道業	94	99	99	↓ -5	102	9	11	↓ -2	102
卸売・小売業	1,723	1,633	1,633	↑ 90	6	209	248	↓ -39	6
金融・保険業	154	148	148	↑ 6	16	21	25	↓ -4	16
不動産業	268	253	253	↑ 15	35	30	44	↓ -14	35
運輸・通信業	640	597	597	↑ 43	14	116	105	↑ 11	14
公務	1,318	1,266	1,266	↑ 52	22	99	109	↓ -10	22
サービス業	5,416	5,372	5,372	↑ 44	7	1,083	1,057	↑ 26	7

*流出入数=従業者数-就業者数、従業者とは当該地域内で生産活動に従事する者（圏外からの通勤者を含む）を、就業者とは当該地域に居住して生産活動に従事する者（圏外への通勤者を含む）を指す。従業者数>就業者数よりも多い場合、地域外から当該地域へ通勤している労働者が多く、逆に従業者数<就業者数の場合、当該地域から地域外へ通勤している労働者が多いことになる

〔出典〕 「地域経済循環分析用データ」（平成22年、価値総合研究所、国勢調査（平成22年、総務省））をもとに作成

ニセコ町で雇用力のある宿泊業における有効求人倍率は、ハローワーク岩内管内において他の職業に比べ非常に高く、人手不足が顕著である

有効求人倍率



(注記) ハローワーク岩内の管轄: ハローワーク岩内 [岩内町、神恵内村、共和町、黒松内町、島牧村、寿都町、泊村、蘭越町]、ハローワーク倶知安分室 [喜茂別町、京極町、倶知安町、ニセコ町、真狩村、留寿都村]
サービスの職業: 家庭生活支援、介護、保険医療、生活衛生、飲食物調理、接客・給仕、居住施設・ビル等の管理、その他
(出典) 管内雇用失業情勢 (平成27年1月、ハローワーク岩内) をもとに作成

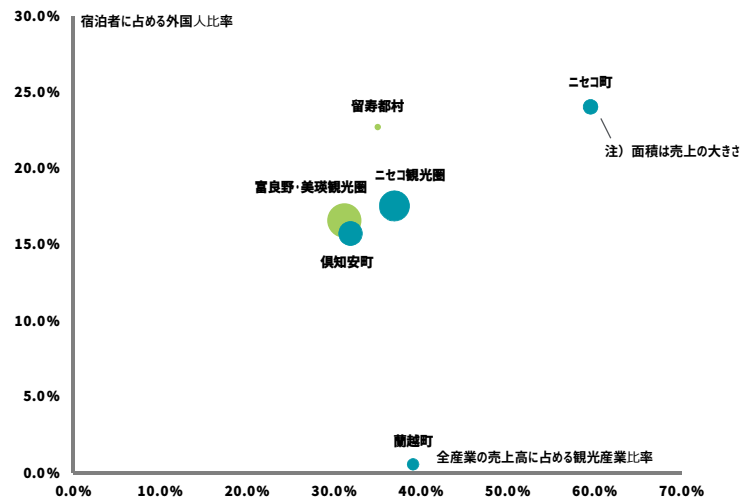
19

支出分析＜観光消費＞

20

ニセコ町は、他地域より宿泊・飲食業、小売業の観光産業比率や外国人宿泊客の比率が高く、外国人宿泊客による観光消費の影響が大きい

観光産業と外国人宿泊客との関係性

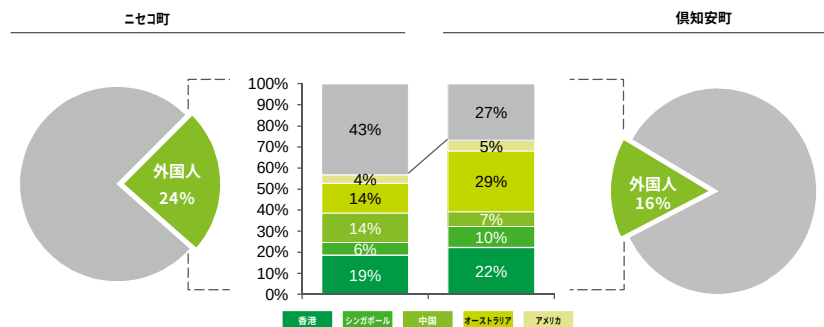


(出典) 北海道観光入込客数調査報告書 (平成26年度、北海道経済部観光局)、経済センサス (平成26年、経済産業省) をもとに作成

21

ニセコ町・倶知安町の外国人宿泊客数は、観光消費単価が高い国又は平均泊数が多い国が半数以上を占める

外国人宿泊客数の構成割合比較

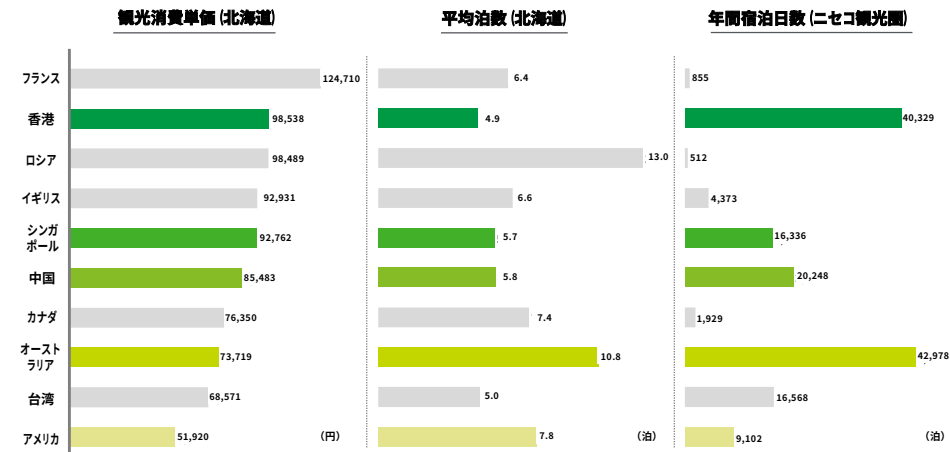


(出典) 北海道観光入込客数調査報告書 (平成27年度、北海道経済部観光局) をもとに作成
観光消費単価が高く、平均泊数及び年間宿泊日数が多い(次頁参照)、香港、シンガポール、中国、オーストラリア、アメリカを抽出し、上記で比較

22

参考資料

外国人観光客の比較

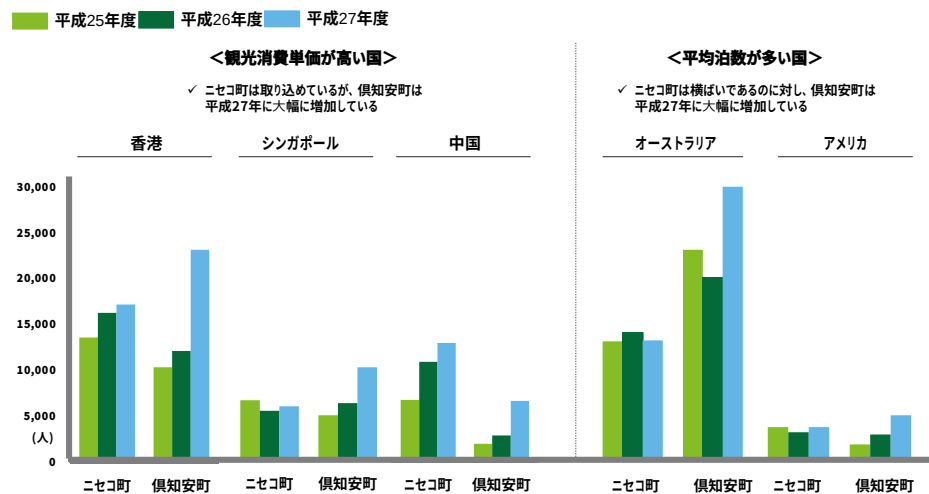


(出典)
観光消費単価: 「訪日外国人消費動向調査」(平成28年1-3月、4-6月、7-9月、10-12月、観光庁)より、訪問地(北海道)1人当たり1回当たり旅行消費単価を引用し通期平均を算出のうえ作成
平均泊数: 「訪日外国人消費動向調査」(平成28年1-3月、4-6月、7-9月、10-12月、観光庁)より、訪問地(北海道)平均泊数を引用し通期平均を算出のうえ作成
年間宿泊日数: 北海道観光入込客数調査報告書(平成27年度、北海道経済部観光局)をもとに作成

23

コンドミニアムが多い倶知安町が、中国を除いた観光消費単価が高い国又は平均泊数が多い国の宿泊客の受け皿となっている

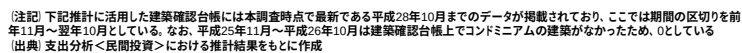
宿泊客数の推移比較



(出典) 北海道観光入込客数調査報告書(平成25年度、平成26年度、平成27年度、北海道経済部観光局)をもとに作成

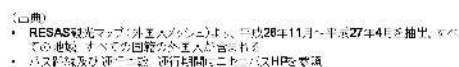
24

コンドミニアム建築額の推移(推計)



25

外国人の滞在場所分布(冬期間)



- ✓ シャトルバスや周遊バスは冬期間のみの運行である
- ✓ ニセコ周遊バスは本数が少ない上に、17:30分以降の運行に
限られている

- ✓ 外国人観光客にとっては、バスの乗車方法の分かり辛さ・運行自体を知らない等の理由により、バス利用率が低い
- ✓ ニセコ町ではデマンドバスが運行されているが、2台しか稼働しておらず、予約を取りにくい
- ✓ 路線バスについては、ニセコ町市街地とトラフエリアを直結する路線バスがない

- ✓ オフシーズンに稼働率が低くなるため、地元タクシー会社ではタクシーを増車していない(オンシーズンのみ他エリアの事業者がニセコ観光圏内で営業)
- ✓ 観光圏内でタクシーがつかまりにくく、一部の観光客が長時間に渡りタクシーを確保し続けているため、さらに観光圏内の台数が不足している

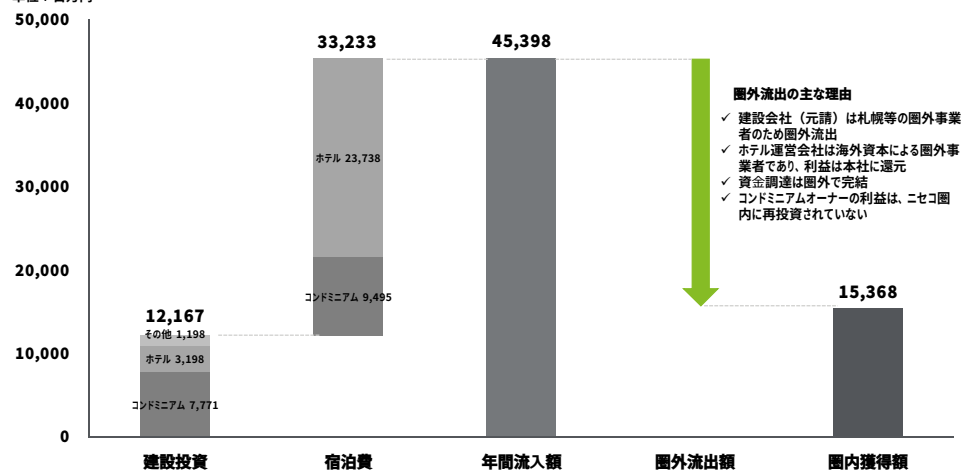
支出分析＜民間投資＞

27

ニセコ観光圏内には年間約450億円（推計）の資金が流入しているが、
圏内生産力が不足しているため、約7割の資金を圏外事業者が獲得している

民間投資による圏内獲得額（推計）

単位：百万円

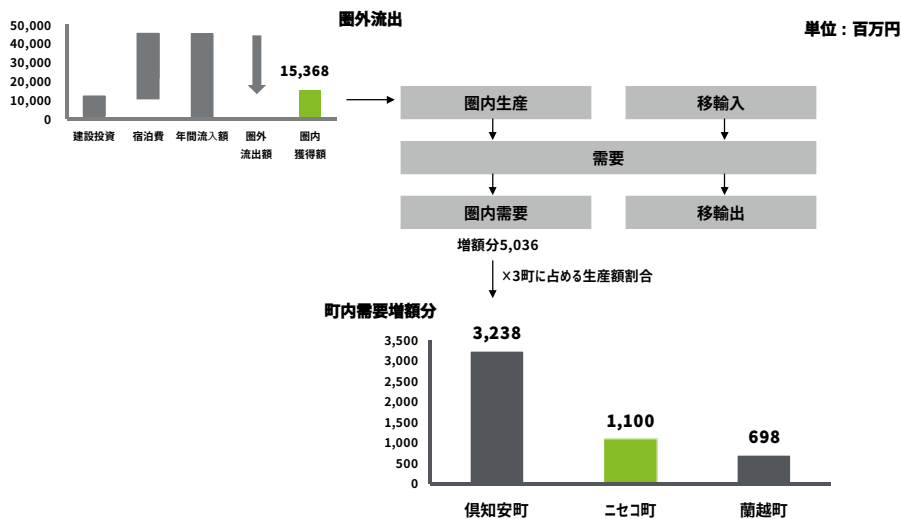


〔注記〕事業者ヒアリング結果（p30-p33）を基に推計を実施。「圏内獲得額」について、ニセコ観光圏（青色）のうちニセコ町（緑色）がどれくらい占めるかまでは把握していないため、投資資金の獲得額はニセコ観光圏単位で算出。なお端数調整のため、建設投資と宿泊費の合計額は年間流入額と一致しない

28

ニセコ観光圏内に残った資金による地域経済波及効果により、約50億円(推計)の新規需要額が発生するが、6割以上は倶知安町に集中し、ニセコ町には2割程度のみ

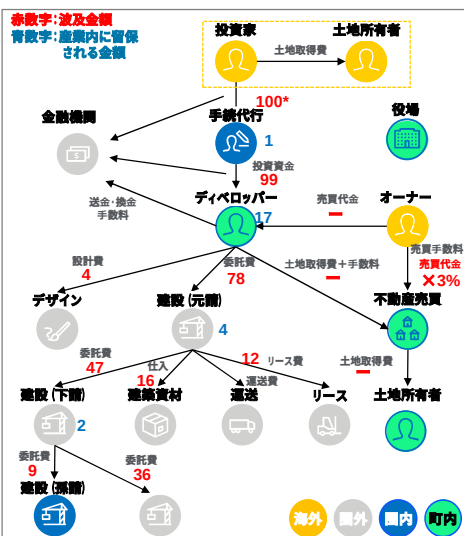
地域経済波及効果(推計)



29

(参考資料) 事業者ヒアリング結果__コンドミニアム建設

コンドミニアム建設時の関連産業と波及金額



赤字：課題(後頁)につながる箇所

[左図の補足説明]

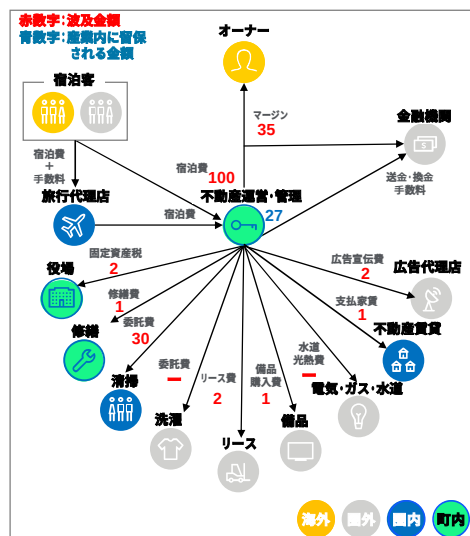
- 投資家の投資資金は、手続代行業者(司法書士や土地家屋調査士等)経由でディベロッパーに渡る。
- 投資対象となる土地は、町内の不動産売買業や町民が保有する場合もあるが、既に9割以上が外国人所有であり、売買が海外で行われている場合がほとんどである。
- ディベロッパーは、現地でのマネジメントフィーとして、投資資金の約17%を取得し、残り(99-17=82)の95%を元請、5%をデザイン会社に発注する。(上記の通り、投資対象となる土地は海外で売買されているため、不動産売買業への波及金額は0としている)
- 建設会社(元請)の粗利は約5%。粗利を除いた金額は、委託費(外注費)60%、建築資材仕入20%、諸経費(運送、リース)15%で波及する。
- 建設会社(元請)は、札幌近郊の大手建設会社が元請となるケースが多く、ここから建設会社(下請)に発注をしている。運送会社、建築資材会社、リースも建設会社(元請)が一括して海外に発注している。圏内業者が元請となるのは難しい(一部小規模のコンドミニアムは圏内事業者が元請となるケースもある)。
- 建設会社(下請)は、建設後の管理も考え建設会社(孫請)にインフラ関連業務を発注しており圏内業者が担うこともある(水道や電気工事)が、その割合は下請からの外注費のうち2割程度である。
- 投資資金の送金、日本円への換金は金融機関を通じて行われ、送金手数料、換金手数料が金融機関に支払われる。投資資金は海外で調達され、国内で借入されることはない。
- コンドミニアムは平均7,000~8,000万程度で売買され、仲介手数料として不動産売買業に売買代金の3%が支払われる。買主は外国人が大部分を占める。
- 建設時に役場に波及する金額はない。今後開発援助金や目的税の導入により、役場への波及をより大きくすることができると考えられる。

*投資家からの波及金額100には、手続代行業者に支払う手数料も含まれているものと仮定している。
[注釈] 土地取得費、売買代金は案件によって投資資金に占める割合が大きく(変化することから、取引自体は確認できているものの本調査では「—」としている。

30

(参考資料)
事業者ヒアリング結果__コンドミニアム運営

コンドミニアム建設後の関連産業と波及金額



赤字: 課題 (後頁) につながる箇所

[左図の補足説明]

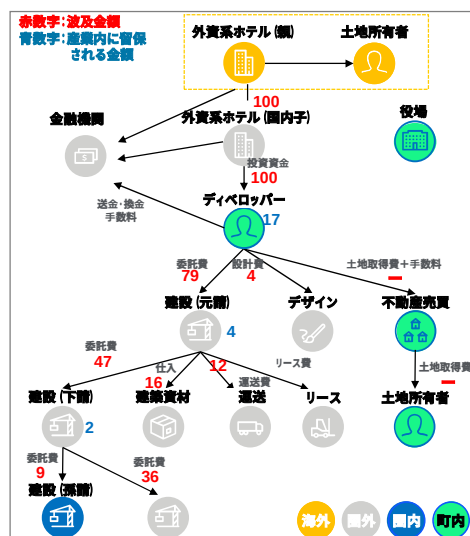
- 不動産運営・管理を経由して、主に海外及び圏外から訪れる宿泊客の宿泊費が関連産業に波及していく。不動産運営・管理は圏内及び町内に複数存在し、建設後の投資の元出となっている。
- 宿泊費は全て不動産運営・管理に入り、そのうち約35%はマージンとしてオーナーに支払われる。不動産運営・管理には約27%が従業員への賃金分等として留保されるが、従業員のうち定住者は10%弱で大部分が季節労働者である。
- 宿泊費のうち、町内には役場への固定資産税や修繕会社への修繕費として波及する。建設後のメンテナンスは機動的に対応可能な地域の業者を利用しており、今後できるだけ町内業者を使いたいという意向がある。
- 不動産運営・管理から圏内及び町内に波及する金額のうち、清掃業が約30%と最も多い。
- コンドミニアム内の清掃は圏内事業者を利用しているが、圏内のホテルやコンドミニアムの数に対して、人手不足となっている。また、コンドミニアムのリネンを扱う洗濯業も、清掃業同様圏内に事業者が少なく、配送費を負担して圏外の洗濯業に依頼をしている。
- 担い手を確保したいが、圏内で従業員の住居を確保することが難しく、結果的に人手不足となってしまう。
- リース、備品、電気・ガス・水道は、本州や札幌に本社のある企業の圏内支店を利用しており、圏内及び町内に投資は波及していない。
- 不動産運営・管理からオーナー及び関連産業への送金や換金は圏内に支店のある金融機関を通して行われ、送金・換金手数料が支払われる。
- 役場には固定資産税分のみ波及しているが、今後開発補助金や目的税の導入により、役場への波及をより大きくすることができると考えられる。

[注釈] 洗濯への「委託費」、電気・ガス・水道への「水運・光熱費」は、取引自体は確認できているものの取引金額が少額であったため、本調査では「-」としている。

31

(参考資料)
事業者ヒアリング結果__ホテル建設

ホテル建設時の関連産業と波及金額



赤字: 課題 (後頁) につながる箇所

[左図の補足説明]

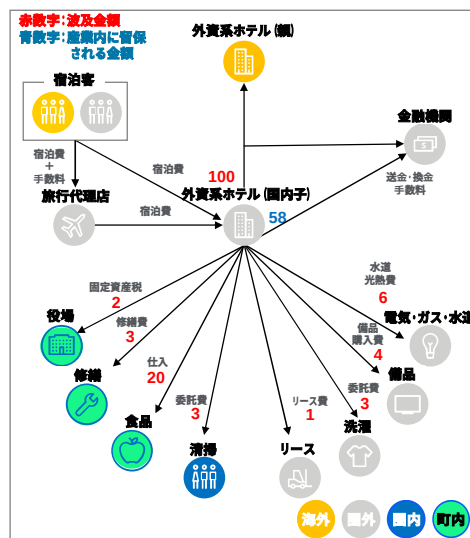
- コンドミニアム建設時とは異なり、投資資金は手続代行業者経由ではなく、国内子会社経由でディベロッパーに渡り、建設会社 (元請)、デザイン会社に波及する。
- ディベロッパーからの先の関連産業は上述のコンドミニアム建設時と同様となっている。ただし、案件数はコンドミニアム建設と比較して少なく、海外有名ホテルチェーンの建設に限られている。
- 事業規模が大きいホテルの建設案件の場合、町内の建設会社 (孫請) の中には、大手建設会社の発注条件の厳しさから孫請として参加したくないと考える業者もいる。
- 建設時に役場に波及する金額はない。今後開発補助金や目的税の導入により、役場への波及をより大きくすることができると考えられる。

[注釈] 土地取得費は案件によって投資資金に占める割合が大きく変化することから、取引自体は確認できているものの本調査では「-」としている。

32

(参考資料)
事業者ヒアリング結果_ホテル運営

ホテル建設後の関連産業と波及金額



赤字: 課題 (後頁) につながる箇所

[左側の補足説明]

- 上述のコンドミニアム建設後の関連産業に加えて、ホテルで提供する食品の仕入が発生し、その分が国内及び町内に波及する。農産物はホテルからの仕入の対象となるが、外国人に対して地元産であることを売りにする等売り方を工夫すれば、より町内からの仕入量が多くなると考えられる。
- 国内ホテルには地元産農産物へのニーズがあり、すでに活用しているホテルもある。大衆客向けには仕入の安さ、富裕層向けには品質を重視して仕入先を選別している。
- 宿泊費は全て国内子会社に入り、そのうち約58%が、親会社へのマージンや従業員への賃金分等として留保される。(公表されている財務諸表等を活用)
- 関連産業へ波及する金額のうち、最も割合が大きいのは食品となっており、上記の通り、ホテルのニーズに合わせた地元産品の販売方法の工夫が必要と考えられる。

33

(参考資料)

直近5年間の建設費及び土地取得費 (推計、単位:千円)
コンドミニアム

期間	建設費	土地取得費
平成23年11月～平成24年10月	379,780	11,068
平成24年11月～平成25年10月	3,785,185	145,667
平成25年11月～平成26年10月	-	-
平成26年11月～平成27年10月	8,210,749	312,511
平成27年11月～平成28年10月	25,346,728	664,566
合計	37,722,441	1,133,812
平均	7,544,488	226,762

ホテル

期間	建設費	土地取得費
平成23年11月～平成24年10月	250,476	48,760
平成24年11月～平成25年10月	971,205	315,168
平成25年11月～平成26年10月	2,515,735	366,801
平成26年11月～平成27年10月	3,200,665	825,380
平成27年11月～平成28年10月	6,624,585	875,564
合計	13,562,665	2,431,672
平均	2,712,533	486,334

その他 (例: 簡易宿所、住宅、別荘 等)

期間	建設費	土地取得費
平成23年11月～平成24年10月	538,009	283,284
平成24年11月～平成25年10月	313,777	210,548
平成25年11月～平成26年10月	1,225,943	375,223
平成26年11月～平成27年10月	1,134,350	431,881
平成27年11月～平成28年10月	927,515	532,330
合計	4,139,593	1,833,264
平均	827,919	366,653

その他の建設費の計算式

構造	算出式
木造	単価154,100円×木造建築面積
RC	単価173,300円×RC建築面積
S	単価305,200円×S建築面積

(出典) 単価は「建築着工統計」(平成27年、国土交通省)を参照

土地取得費算出式及び算出結果

町名	エリア	m ² /田	敷地面積(m ²)	地価(単位:円)
ニセコ町	曽我	3,636	12,349	44,906,073
ニセコ町	ニセコ	7,600	18,803	142,900,216
ニセコ町	東山	11,395	9,092	103,606,292
倶知安町	高砂	5,390	0	0
倶知安町	花園	8,500	9,874	83,930,360
倶知安町	旭	8,515	19,126	162,856,610
倶知安町	比羅夫	9,697	5,862	56,846,448
倶知安町	樺山	21,000	48,073	1,009,531,110
倶知安町	山田	33,636	112,193	3,773,768,134
倶知安町	倶知安町	14,900	0	0
蘭越町	湯里	2,480	8,228	20,402,947
蘭越町	日出	2,575	0	0

(出典) 地価は「全国地価マップ」(平成28年度、一般財団法人資産評価システム研究センター)より固定資産税路線価等を参照

宿泊費平均金額

季節	平均金額(単位:円)
夏季	25,041
冬季	35,495

(出典)「観光圏・顧客満足度調査」(ニセコ観光圏)報告書(平成27年度、株式会社アンド・ディ)

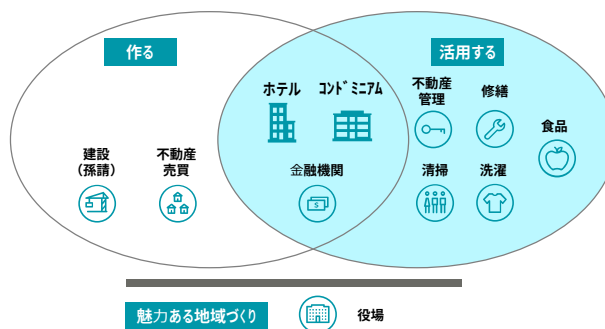
34

地域経済循環強化戦略

35

ニセコエリアの魅力の維持・発展により、継続的に投資資金を呼び込みつつ、ホテル・コンドミニアムを活用しながら地域経済への波及効果を生み出す

地域経済循環強化戦略の方向性



■ 「作る」よりも「活用する」に注力すべき理由

1. 宿泊費として流入する金額 (約330億円) が建設投資金額 (約120億円) よりも大きい
2. 圏内及び町内の事業者が担う産業及び今後担える可能性がある産業が、活用時のほうが多い
3. 建設投資金額は今後減少する可能性がある
4. 外資系により富裕層向けのホテル・コンドミニアムの建設、さらには、観光客の交通利便性が高まる新幹線開通が予定されている
5. 日本再興戦略2016では、観光立国の実現を目指しており、インバウンドのさらなる増加が見込まれる
6. 海外での日本食ブームに伴い、東アジアを中心に日本の農産物に対するニーズが高まっており、政府も農産物の輸出拡大を支援している

36

各分析結果から考えられるニセコ町（観光圏共通を含む）の強みは下記の通り

強み

凡例： 観光圏共通 ニセコ町

生産	ニセコ観光圏をリゾート地だけではなく、ビジネスの場としてとらえて新規参入してくる事業者が多い	農業や宿泊業など、圏外の需要を獲得できる「稼ぐ力」を持つ産業が存在する	
	農業は、圏外から資金を獲得しているだけでなく、他産業と比べ圏内での取引が多く、圏内で資金を循環させている	一般消費者は、購入時に他産地農産物との差別化となる「安心安全」というイメージをニセコ産農産物に対して持っている	農業生産関連事業に関与する農家が多く、その代表的な事業所であるニセコビュープラザは、消費者へのニセコ産農産物のPR及び販路として確立している
分配	ニセコ町の生産年齢人口は増えている	生活関連サービス業は、 condominium の増加に伴う清掃・洗濯ニーズが増え、雇用力を拡大できている	
支出	ニセコ観光圏の観光客数は年々増加しており、投資先としての魅力が高い。また、新幹線開通（予定）により、観光客がアクセスしやすい環境が整備予定である	ヒラフエリアには、建設投資をマネジメントするプレイヤーが存在している	観光消費単価の高い中国や香港・シンガポール、宿泊日数の多いオーストラリアやアメリカの観光客を取り込めている

37

圏外への資金流出防止（⚡）、圏外からの資金獲得（↑）、圏内循環を強化（🔄）のための課題は、下記が考えられる

課題

凡例： 観光圏共通 ニセコ町

生産	全般		農業	
	④ 圏内需要に対応できる生産力が圏内になく、労働生産性も低いため、外資や札幌等の圏外事業者が圏内需要を取り込まれている	① ② ③	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧	④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧
分配	⑤ 電力・ガスは町外から輸入しており、町内に活用できる再生可能エネルギーがあるにも関わらず、自給できていない	②	② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧	② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧
	⑥ 宿泊・飲食サービス業等の主力産業にとって、品揃え・ロット・配送ニーズに合う調達先が少なく、町内調達率が低い	③	③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧	③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧
支出	⑦ ニセコ町には、雇用力のある事業者が少なく、町外で労働している町民もいる	⑦	⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱
	観光消費		民間投資	
	① ニセコ観光圏（ヒラフエリアのコンドミニアムや東山エリアのホテル）に滞在中の観光客に対する、消費機会の提供ができていない	⑨	⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱
	② ニセコ観光圏で増加傾向にある富裕層観光客や長期滞在型の観光客を取り込みできていない（倶知安町に流れている）	⑩	⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱
	③ シャトルバスや周遊バスの情報発信不足や乗車方法の分かり辛さ等により、特に外国人観光客の交通利便性が向上していない	⑪	⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱
	④ 飲食店等消費地が広く点在しているが、町内を周遊する手段（バス等）と利用ニーズの不一致により、観光客を誘客できていない	⑫	⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱
	⑤ 担い手不足等により既存タクシー事業者で需要に対応できず、特に冬期は他地域から増車対応をしてもなお供給が不足している	⑬	⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱
			⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱	⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱

38

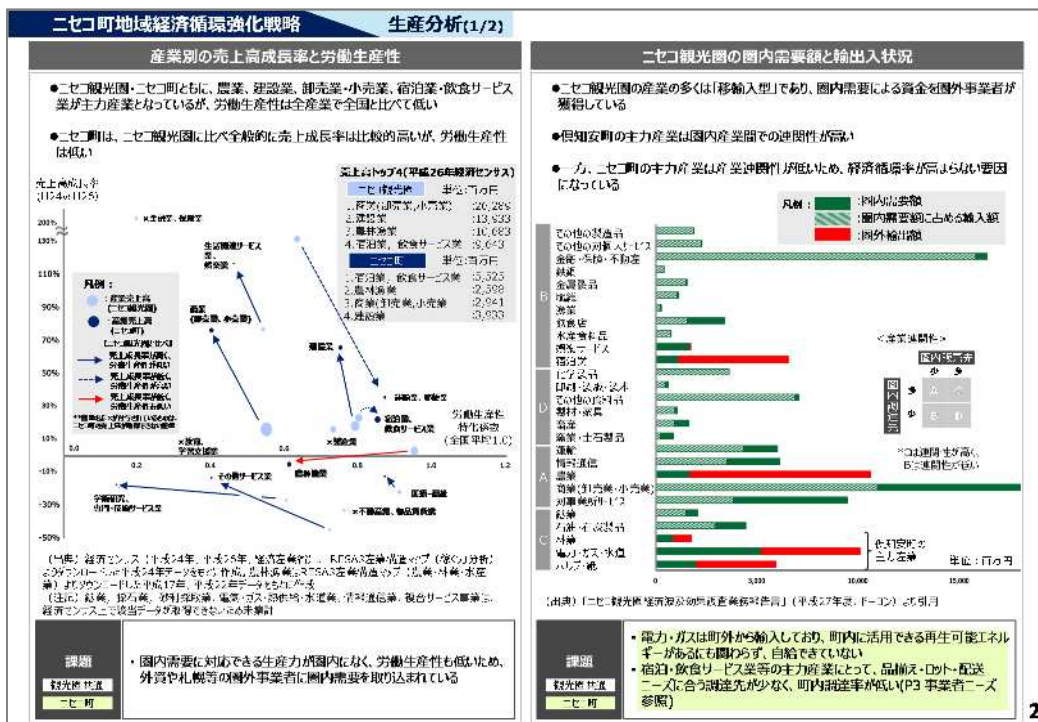
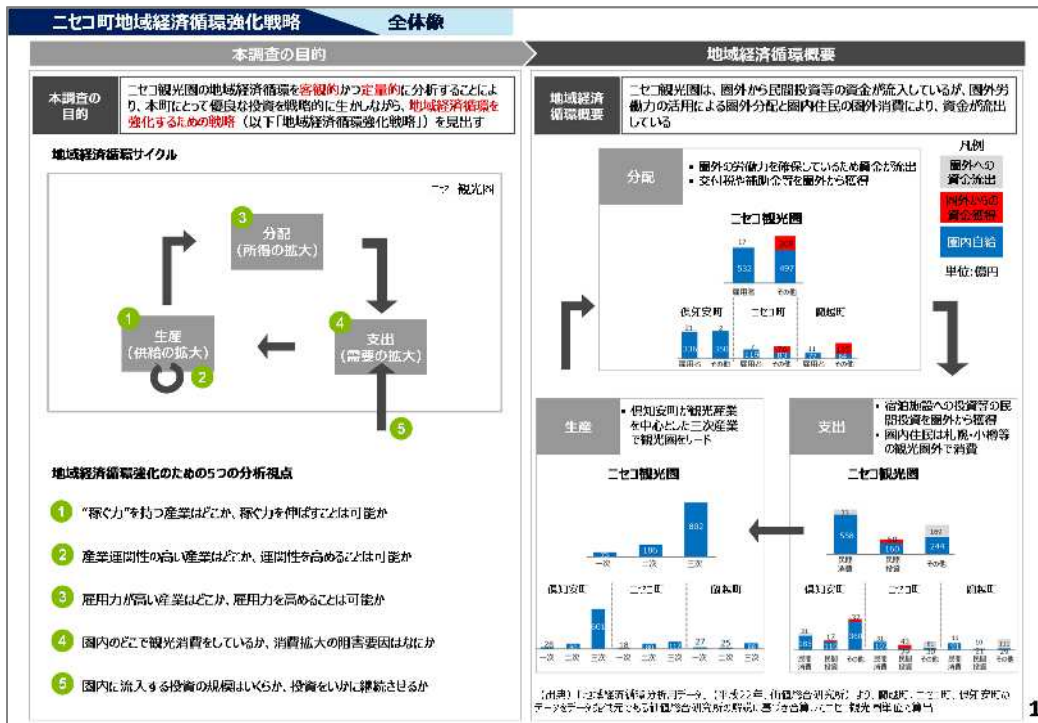
5つのテーマでニセコ町の地域経済循環を強化するための方向性を導出し、その方向性毎に課題の解決を目指す

課題に対するテーマと方向性

テーマ	方向性	課題
地域経済循環強化のための担い手確保	ニセコ観光圏及びニセコ町のニーズの情報発信による圏外投資家及び事業者の獲得	1 7 12
	起業や既存事業者による新規事業立上げ支援を通じた圏内での担い手育成・確保	14 15 16
	主力産業である観光業を活用した、観光ビジネスに特化した高等教育機関の創設	8 18
	圏外事業者による住宅建設や既存住居の改修を通じた、町内住宅の整備・確保	19
継続的に投資・消費を呼び込む魅力ある観光地域作り	ニセコエリア滞在者に対する魅力的な消費機会の提供を通じた、観光消費額の拡大	9 10
	目的税導入等事業者と一体となった東山エリアの魅力ある地域づくりに向けた取組の実施	10 17 18
	既存事業者のサービス内容拡充及び新規交通手段導入による二次交通の更なる充実	11 12 13
町外への資金流出阻止に向けた再生可能エネルギーの活用・普及	農業や公共施設以外への再生可能エネルギーの利用を通じた、エネルギーの地産地消	2
農家の稼ぐ力(収益性)の強化	高付加価値農産物の生産を通じた、農産物販売額の拡大	3 4
	IT技術等を活用した、農作業労働生産性の改善	4
ニセコ産農産物ファンの獲得に向けた地域商社の活用	農家と事業者のマッチングを通じた地産地消の拡大	3 4 5
	配送体制の整備を通じた町内外からのニーズへの対応	6
	販路開拓によるニセコ産農産物供給拡大	
	町民、町内事業者を巻き込んだPR強化	

39

(2) ニセコ町地域経済循環強化戦略（概要版）



農業の収益性分析

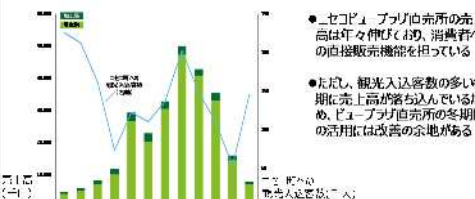
農地の収益性と野菜販売金額割合



0 0.5 1.0 1.5 2.0 2.5 3.0 3.5 (W/F) (s)

(出典) R.F.SAG 著、林道雄・下村謙二訳、ポスターロー・エスエス化成22年データより作成

ニセコピューブラザ直売所の月別売上高推移



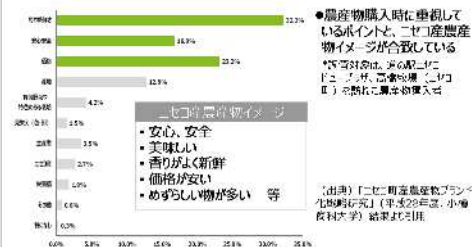
(出典) ニセコ町ニューファミリー上データ(平成27年、ニセコ町)及び北海道観光人込調査報告書

課題	・ 葉物野菜や冬期調の生産量・種類が限られている等、中山間地域農地の収容性改善余地がある ・ 冬期間にニセコユウプラダを活用した農産物や加工品のPRができておらず、機会損失が生じている
----	---

— 10 —

二一ス分析

ニセコ町を訪れた一般消費者*ニーズ（アンケート結果）



事業者ニーズ（インタビュー結果）

●セ 産農産物への宿泊業、飲食業、卸売業・小売業からのニーズに対し、品揃えの確保や配送方法の確立等により、国内調達は向上できる余地がある

畜産業	- 冬に利用できる農産物や消費者に訴求できるストーリー性のある農産物の生産 - 鮮度が良い野菜（価格が高くても可）
飲食業	- 安心安全へのこだわり - 小ロットでも対応できる配送体制整備 - 個人農家と直接契約し、合理的な固定供給の確保 - 冬に利用できる農産物の生産
川魚・小魚業	- 季節を問わずに利用者が「うーん」がある農産物の通年供給 「ここの産物を生かした販路拡大の術」による固定供給

[出典]「ニセ町産農産物ブランド化戦略研究」(平成23年度、小樽医科大学) 結果より引用

課題

- ・ 町外の消費者や事業者に対する、二セコ産農産物の販売方法を確立できていない

二七 町

二ツコ町地域経済循環強化戦略

分配分析

用力分析

●ニセコ観光圏・ニセコ町ともに従業者数は減少している

●近年、新設事務所が増加傾向にあるが、現時点では雇用力向上に繋がっていないと考えられる

●なお、宿泊業・飲食業の従業員数減少の理由は、ホテル・旅館と比べ少人数でサービス提供が可能なコンドミニアムの建設が増えているため、宿泊業の従業員が減る一方で、コンドミニアム維持に必要な清掃業や洗濯業といった生活関連のサービスが増えていると考えられる。

業種	二セ 観光圏				二セ 町			
	平成13年	平成14年	国平均	県平均	平成13年	平成14年	国平均	県平均
農業	10,596	10,102	95%	1,168%	1,827	1,783	98%	1,25%
林業	2,614	2,274	87%	1,03%	632	536	84%	95%
水産業	16	19	119%	-	10	19	190%	-
工業	1,002	1,027	102%	1,18%	122	146	119%	164%
建設業	242	446	70%	1,36%	33	19	58%	-
サービス業・流通業	60	69	115%	-	4	4	100%	-
その他	26	18	69%	-	4	4	100%	-
農業、林業	12,616	12,475	99%	1,04%	1,959	1,919	98%	1,18%
工業、建設業	1,268	1,504	118%	1,19%	203	208	106%	1,22%
サービス業	132	141	107%	1,06%	18	17	94%	-
流通業	369	359	97%	97%	28	28	100%	-
その他	139	147	106%	74%	7	14	200%	-
農業、林業、工業	11,753	11,996	102%	1,21%	1,982	1,967	99%	1,21%
建設業、サービス業	263	449	170%	1,77%	105	144	137%	212%
その他	123	126	102%	1,06%	15	18	120%	-
農業、林業	12,977	12,386	95%	1,06%	1,965	1,927	98%	1,19%
工業、建設業	316	384	122%	-	39	36	92%	-
サービス業	602	786	130%	1,30%	83	71	85%	87%

(注記) 海産物は、経済エンパス上で該当データが取得できなかったため集計
(出典) 経済エンパス（平成24年、平成26年、経済産業省）をもとに作成。農水海産物EASは産地別注
入（農産、水産）の2000～2017年、平成22年データは2010年産

・二ツツ町には、雇用力のある求職者が少なく、町外で労働している町民

知一四一

הַרְבֵּה

流出入分析

●「セ」観光圏の雇用力は、圏外の労働力を必要とするほど大きい。

●特に冬季における宿泊業を中心としたサービス業の有効求人倍率は、全国でもトップレベルの高さである

●一方セコ町では、雇用力のある事業者が少なく、但知安町やセコ観光圏外等で労働している町民がいる



(注記) ニーアガ岩内郡：ニーアガ岩内(古町町、神田町、共和町、黒松町、島松町、赤松町、栗田町)、ローケツ郡(長谷川、海部別荘、京太郎、柳井皮町、ヒビロ、真狩村、笠尋以)ニエーアの施設：家庭生活支援係、介護、保健衛生、生活福祉、食費料理課、安老・幼少、障生施設及び、市の管理。その他

(出典) 札幌市経済開発局データ、「平成22年、市町村合併資料」、昭和館(平成22年、総務省、統計作成)

10

しく、局外からの労働力に頼っている

民間投資分析

- ニセコ観光圏には、ホテル・コンドミニアムの建設資金や、その施設での宿泊費として、年間約450億円の資金が流入していると推計される
- しかし、国内での担い手不足等により生産力が不足しており、流入資金の7割は国外事業者が担行し、国内に資金が波及しない経済構造となっている
- ニセコ観光圏に流入する資金による地域経済波及効果により、約50億円の新規需要額が発生するが、6割以上は県外・国外に流出し、ニセコ町には2割程度のみ

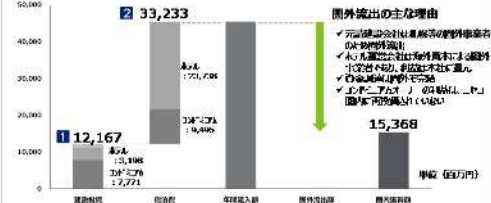
ニセコ観光圏における資金フロー（イメージ）



- ニセコ町では、投資対象としての魅力を維持するための地域一丸となった取り組みができていない
- 建設投資や宿泊費に占める事業者が不足しているが、担い手を獲得・育成できずおらず、投資資金が流出している
- 信託・信託信託や方法が確立しておらず、投資家による再投資の機会が提供できていない

流入資金額・経済波及効果の推計

民間投資による国内総所得（推計）



（注）事業費や材料費等は建設費に含め、国内総所得に計上。ニセコ観光圏（町域）の範囲は、町域に限定し、町域外に流出する資金は、町域外の地域に計上する。

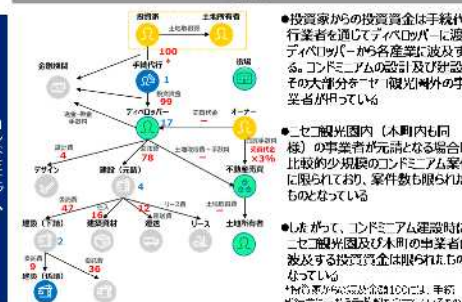
地域経済波及効果（推計）



- ニセコ観光圏での高等教育機会が限られており、事業者や有件者（外国人含）が家族の進学を機に海外に流出する可能性が高い
- 宿泊関連産業の働き手を確保したいが、国内の住人不足により定住させることができない、人手不足になっている
- ニセコ観光圏で不足・対応不可能な、高技能な宿泊関連産業や富裕層の娯楽・送迎等の担い手の獲得・育成ができていない

※参考：資金フロー（事業者ヒアリングをベースに作成）

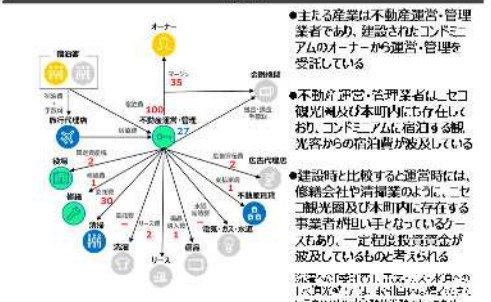
建設時



- 投資家からの投資資金は手続代行業者を通じてディベロッパーに渡り、ディベロッパーから各産業に波及する。コンドミニアムの設計及び建設はその大半分をニセコ観光圏外の事業者が担っている
- ニセコ観光圏内（本町内も同様）の事業者が元請となる場合は比較的小規模のコンドミニアム案件に限られており、案件数も限られている
- また、コンドミニアム建設時にニセコ観光圏及び本町内の事業者は波及する投資資金は限られている

- ホテル建設時には、投資家からの投資資金は国内子会社（現地法人含む）を経由してディベロッパーに波及しており、この点がコンドミニアム建設時とは大きく異なる点である
- ただし、その他の点ではコンドミニアム建設時と同様であり、ホテル建設時にはニセコ観光圏及び本町内の事業者は波及する資金は、投資資金全体に対してごく限られたものである

宿泊時



- 主たる産業は不動産運営・管理業者であり、建設されたコンドミニアムのオーナーが運営・管理を委託している
- 不動産運営・管理業者はニセコ観光圏及び本町内に存在しており、コンドミニアムに宿泊する観光客からの宿泊費が波及している
- 建設時と比較すると運営時には、修繕会社や清掃業のように、ニセコ観光圏及び本町内に存在する事業者が担い手となっているケースもあり、一定程度投資資金が波及しているものと考えられる

- ホテル建設後（運営時）に中心となるのは、現地と建設したホテルを運営する国内子会社（現地法人含む）であり、この点が不動産運営・管理業者を中心に運営されているコンドミニアムとは異なる点である
- また、コンドミニアムと異なり宿泊客がホテル内で食事をすることはあるため、ホテル運営時には食事の提供に必要な仕入れが発生するため、ここにも町内事業者が関連しておりその波及金額割合も大きい

支出分析(3/3)

觀光消費・交通分析

外国人の滞在場所分布（冬期間）

外国人の滞在場所分布（冬期間）

- タクシー不足や国内循環ル
スと利用者ニーズのミスマッチ
が生じてる可能性がある

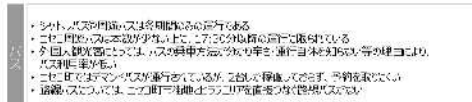


●そのため、観光客は滞在場所である宿泊施設に留まる傾向にあり、国内での消費につながっていないと考えられる。

(古典)

- ・『REBORN』誌元号(外題入「シン」)より、平成28年2月〜平成29年4月迄刊出、すべての号に、すべての頁で「REBORN」が刊出される。
- ・『REBORN』誌元号(外題入「シン」)より、平成28年2月〜平成29年4月迄刊出、すべての号に、すべての頁で「REBORN」が刊出される。

ニセコ観光図の二次交通状況



- ・オアシズへの稼働率と低くなるこの地元タグラー会場では、タグラーを増田してない
- ・観光圏内にタグラーズと関わらず、一部の観光客が長時間に渡りタグラーを確保し続けているため、さらに観光圏内の台数が不足している

- ・この観光業は、北アフリカのコンゴリアムを例にとり、その中で観光客に対する、酒類提供の提供が重要でない。
- ・シニア・アスリート・スに精通する人々の集中方法の強化と、特に外国人観光客の文化慣習に向上している。
- ・飲食店や酒類店など、観光客が利用しているが、その中でも、バス（バス等）と利用ニーズ

ヒゲ

2

戰略策定

5つの戦略テーマ

- ・ ニセコエリアの魅力の維持・発展により、継続的に投資資金を呼び込みつつ、ホテル・コンドミニアムを活用しながら地域経済への波及効果を生み出す

観光圏共通

土産	一般消費者は、購入時に他産地農産物との差別化となる「安心安全」というイメージをネココ農産物に購入してもらっている。	農業生産関連事業に関与する農家が多く、ネココンピュータが、消費者へのネココ農産物のPR及び販路として確立している。
----	---	---

支出	ニセコ観光圏の観光客数は年々増加しており、投資先としての魅力が高い。またトウモロコシは、建設投資をマネージメントするプレイヤーが存在している。	観光消費単価の高い中国や香港・シンガポール、宿泊日数の多いオーストラリアやアメリカの観光客を取り込んでいる。
----	---	--

フード環境

日本食料供給増2016では、観光立国の実現を目指しており、インバウンドのさらなる増加が予想される

海外での日本食ブームに伴い、東アジアを中心に日本の農産物に対するニーズが高まっており、政府も農産物の輸出拡大を支援している

建設 (孫請) 不動産 売買 不動産 管理 不動産 修繕 食品

魅力ある地域づくり 役場

方向性

地域経済循環強化のための担い手確保

2. 目的税導入等事業者と一体となった**東山エリアの魅力ある地域づくり**に向けた取組の実施

3. 町外への資金流出阻止に向けた再生可能エネルギーの活用普及

農家の稼ぐ力(収益性)の強化

3.販路開拓によるセコ産農産物供給拡大

(3) ニセコ町産農産物現状整理

ニセコ町産農産物現状整理

目次

1. 初期仮説	2
2. 把握できた事実	4
3. RESAS産業構造マップ(農業)	10
(1) 農産物販売金額	10
(2) 農地分析	20
(3) 農業者分析	23
4. ニセコピューブラザ売上データ整理	27

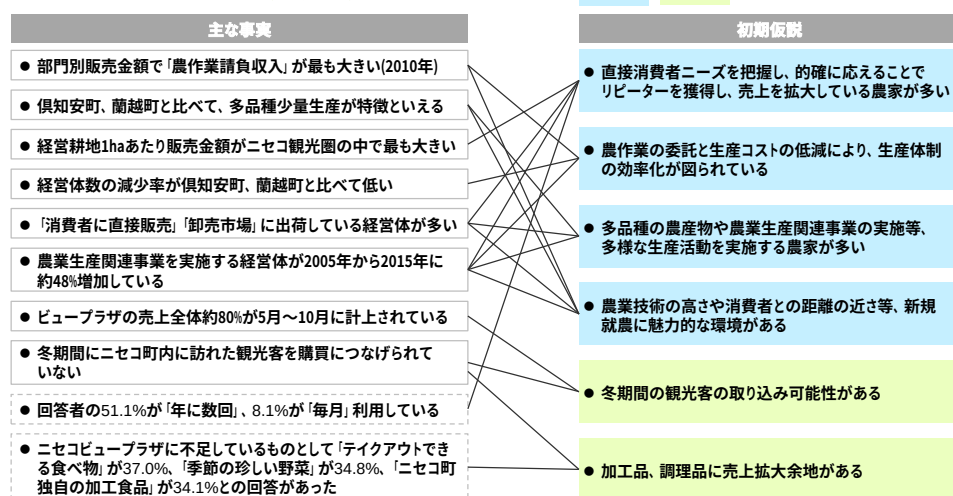
1. 初期仮説

2

初期仮説

RESAS産業構造マップ(農業)とビュープラザ売上データ等から把握した事実を基に、
強み・機会の初期仮説を抽出しました

ニセコ町産農産物の強み・機会(初期仮説)



*ニセコビュープラザ再整備基本構想策定委託業務(平成26年3月、ニセコ町)における来訪者アンケート結果より

3

2. 把握できた事実

4

現状整理サマリ①

RESAS産業構造マップ(農業)

農産物販売金額

農産物販売金額における主な事実

カテゴリ	ニセコ町	倶知安町	蘭越町
農業部門別販売金額	- 販売金額総額は約26億円(2010年) 「農作業請負収入」が、最も販売金額が大きい(2010年) - 多部門にわたる農産物を生産している(多品種少量生産)	- 販売金額総額は約43億円(2010年) 「雑穀・いも類・豆類」が、最も販売金額が大きい 「雑穀・いも類・豆類」が販売金額全体の半分以上を占めている	- 販売金額総額は約26億円(2010年) 「稲作」が、最も販売金額が大きい 「稲作」が販売金額全体の約7割を占めている
経営体数	2005年から2015年にかけて、約14%減少している	2005年から2015年にかけて、約34%減少している	2005年から2015年にかけて、約27%減少している
経営体あたり販売金額	1,717万円(2010年)	1,868万円(2010年)	864万円(2010年)
1haあたり販売金額	118万円(2010年)	94万円(2010年)	73万円(2010年)
販売金額帯別経営体割合	「1,000万円以上5,000万円未満」の経営体数が最も多い(2010年)	「1,000万円以上5,000万円未満」の経営体数が最も多い(2010年)	「100万円以上1,000万円未満」の経営体数が最も多い(2010年)
出荷先別経営体割合	出荷先が「卸売市場」「消費者に直接販売」の経営体が多い(2015年)	出荷先が「農協」の経営体が多い(2015年)	出荷先が「農協以外の集出荷団体」「小売業者」の経営体が多い(2015年)

5

*ニセコ観光圏単位でみると、約18億円と全体の約20%を占めている(2010年)

現状整理サマリ②

RESAS産業構造マップ(農業) 農地分析

農地分析における主な事実

カテゴリ	ニセコ町	倶知安町	蘭越町
経営耕地 総面積	➢ 約2,200ha (2015年)	➢ 約4,200ha (2015年)	➢ 約3,200ha (2015年)
経営耕地規模別 経営体割合	➢ 「10ha以上30ha未満」(2010年)の 経営体が最も多い ➢ 2005年から2010年にかけて「30ha 以上」の割合が増加している	➢ 「10ha以上30ha未満」(2010年)の 経営体が最も多い ➢ 2005年から2010年にかけて「30ha 以上」の割合が増加している	➢ 「1ha以上10ha未満」(2010年)の 経営体が最も多い
農地流動化率*	➢ 約27% (2015年)	➢ 約17% (2015年)	➢ 約40% (2015年)
耕作放棄地率**	➢ 2.2% (2015年)	➢ 3.3% (2015年)	➢ 2.8% (2015年)

*農地流動化率＝借入耕地面積÷経営耕地面積

**耕作放棄地率＝(総農家の耕作放棄地面積＋土地持ち非農家の耕作放棄地面積)÷(総農家の経営耕地面積＋総農家の耕作放棄地面積＋土地持ち非農家の耕作放棄地面積)

6

現状整理サマリ③

RESAS産業構造マップ(農業) 農業者分析

農業者分析における主な事実

カテゴリ	ニセコ町	倶知安町	蘭越町
農業経営者 年齢構成	➢ 65歳以上割合:25% (2010年)	➢ 65歳以上割合:23% (2010年)	➢ 65歳以上割合:27% (2010年)
農業就業人口 年齢構成	➢ 65歳以上割合:34% (2010年)	➢ 65歳以上割合:30% (2010年)	➢ 65歳以上割合:38% (2010年)
農業経営者 平均年齢	➢ 58歳 (2015年)	➢ 58歳 (2015年)	➢ 59歳 (2015年)
農業就業人口 平均年齢	➢ 59歳 (2015年)	➢ 56歳 (2015年)	➢ 59歳 (2015年)
法人化率	➢ 6.7% (2015年)	➢ 9.9% (2015年)	➢ 5.5% (2015年)
農業生産関連 事業実施状況	➢ 2005年から2015年にかけて、農業 生産関連事業を実施する経営体が 約48%増加している ➢ 「農産物の加工」、「消費者に直接販 売」を実施する経営体が増加してい る	➢ 2005年から2015年にかけて、農業 生産関連事業を実施する経営体が 約19%増加している ➢ 「消費者に直接販売」を実施する経 営体が最も多くなっている	➢ 2005年から2015年にかけて、農業 生産関連事業を実施する経営体が 約15%減少している ➢ 「消費者に直接販売」を実施する経 営体が減少する一方で、「農産物の 加工」を実施する経営体が増加して いる

7

現状整理サマリ④

ニセコビュープラザ売上データ

ニセコビュープラザ売上データから把握した主な事実

カテゴリ	ニセコビュープラザ売上データ
売上高	➢ 直売店の売上高は近年毎年増加している (2013年から2015年まで)
出荷者数	➢ 出荷者数は100を超えており、近年毎年増加している (2013年から2015年まで)
取扱品数	➢ 取扱品数は900品程度ありますが、近年減少傾向にある (2013年から2015年まで)
季節別売上高	➢ 6~11月に直売所売上全体の約80%が販売されている
Yesクリーン農産物	➢ かぼちゃを除くYesクリーン農産物の売上成長率が年々低下している
観光客の取り込み具合	➢ 冬期間にニセコ町内に訪れた観光客を購買につなげられていない

8

現状整理サマリ⑤

その他

ニセコビュープラザ再整備基本構想策定委託業務*で把握した主な事実

カテゴリ	ニセコビュープラザ来訪者アンケート調査
個人属性	➢ 回答者の70.4%が「女性」であった
利用目的	➢ 回答者の78.5%が「直売品の買い物」を目的に来訪している
利用頻度	➢ 回答者の51.1%が「年に数回」利用している ➢ 回答者の8.1%が「毎月」利用している
不足機能	➢ 「パン、お菓子など、その他食品の販売」 (回答率23.7%) ➢ 「軽食」 (回答率23.0%)
不足商品	➢ 「テイクアウトできる食べ物」 (回答率37.0%) ➢ 「季節の珍しい野菜」 (回答率34.8%) ➢ 「ニセコ町独自の加工食品」 (回答率34.1%)

*ニセコビュープラザ再整備基本構想策定委託業務 (平成26年3月、ニセコ町) のおいて来訪者アンケートを実施。ニセコ町HPより報告書取得

9

3. RESAS産業構造マップ(農業)

(1) 農産物販売金額

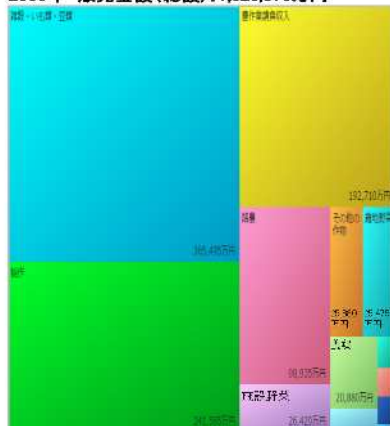
10

ニセコ観光圏(ニセコ町、倶知安町、蘭越町合算)

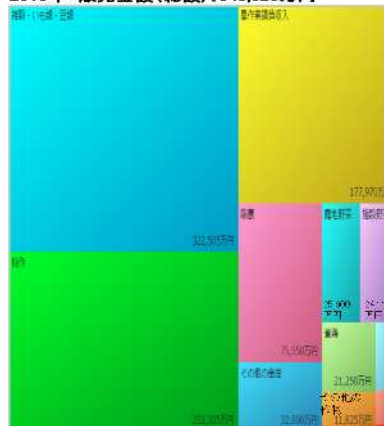
「雑穀・いも類・豆類」、「稲作」がニセコ観光圏の主要農産物として定着しています

農業部門別販売金額(総額)

2005年 販売金額(総額):1,025,375万円



2010年 販売金額(総額):943,525万円



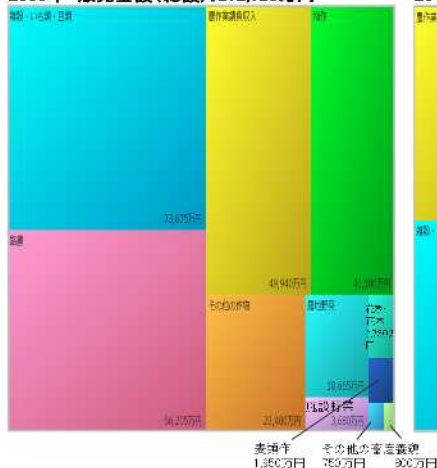
■ ニセコ観光圏でみると、「雑穀・いも類・豆類」、「稲作」、「酪農」が主な農業生産物となっています

ニセコ町

2005年は「雑穀・いも類・豆類」の販売金額が最も大きかったですが、2010年は「農作業請負収入」の販売金額が増加し、最も大きくなっています

農業部門別販売金額*(総額)

2005年 販売金額(総額):272,725万円



2010年 販売金額(総額):259,925万円



■ 販売金額が最も多いのは、2005年は「雑穀・いも類・豆類」、2010年は「農作業請負収入」となっています

■ 2005年から2010年にかけて、「酪農」が約3億円減少する一方、「その他の畜産」が約3億円増加しています

※「農作業請負収入」とは、農家から委託を受けて農作業を行うこととします。※王冠とや、野菜の代行※その他の畜産とは、馬、山羊、めん羊、畜産等をさします。※その他の作物とは、芝、稲、牧草、牧草の加工等をさします

*右式による推定値。販売金額=Σ(各農産物の単価×各農産物の生産量)但し、最上位の単価は10億円として推計(経営者)販売金額の総額を農業部門別販売金額に農作業請負収入を加算

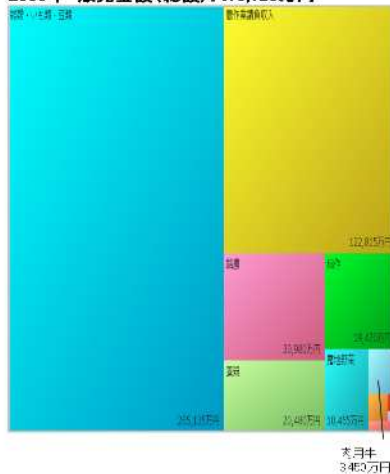
12 出所:農林水産省「農林業センサス」(国勢調査)※FAS(地域経済分析システム)を使用

倶知安町

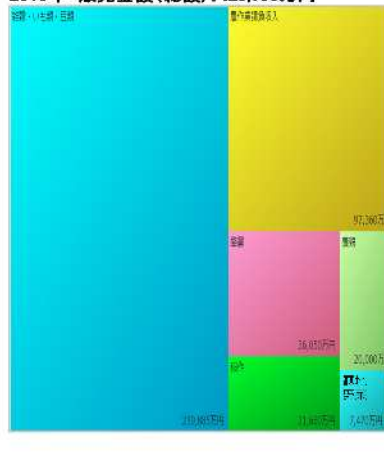
2005年から2010年にかけて販売金額構成に大きな変化はなく、「雑穀・いも類・豆類」が倶知安町の主要農産物として定着しています

農業部門別販売金額*(総額)

2005年 販売金額(総額):479,125万円



2010年 販売金額(総額):425,750万円



■ 販売金額が最も多いのは、2005年・2010年ともに「雑穀・いも類・豆類」となっており、販売金額(総額)の半分以上を占めています

■ 2005年と2010年で、販売金額の構成部門に特段大きな変化はありません

13 出所:農林水産省「農林業センサス」(国勢調査)※FAS(地域経済分析システム)を使用

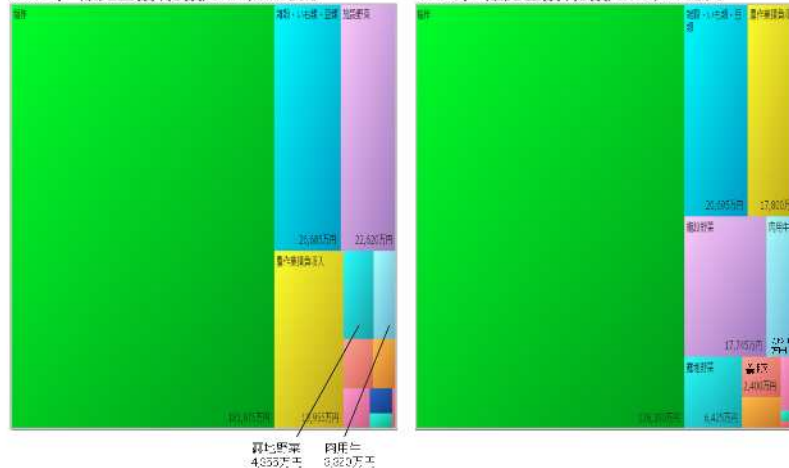
蘭越町

2005年から2010年にかけて販売金額構成に大きな変化はなく、「稲作」が蘭越町の主要農産物として定着しています

農業部門別販売金額(総額)

2005年 販売金額(総額):273,525万円

2010年 販売金額(総額):257,850万円



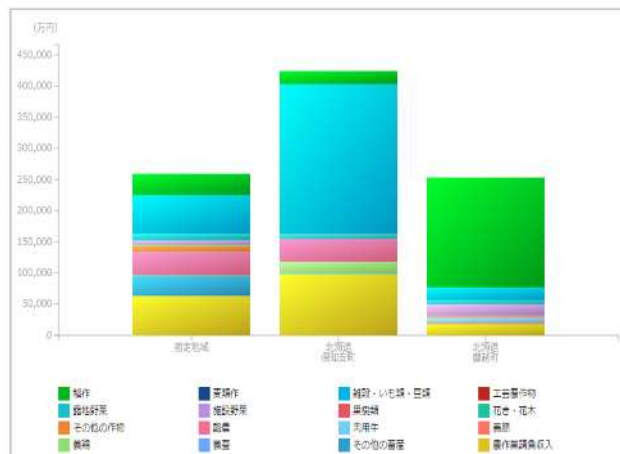
- 販売金額が最も多いのは、2005年・2010年ともに「稲作」となっており、販売金額(総額)の7割を近くを占めています
- 2005年と2010年で、販売金額の構成部門に特段大きな変化はありません

14 出所:農林水産省「農林業センサス」(国研院「E-STAT」(地域経済分析システム)を使用)

農業部門別販売金額(総額)構成の3町比較(2010年)

倶知安町が「雑穀・いも類・豆類」、蘭越町が「稲作」が主要生産物です
一方でニセコ町は「多品種少量生産」が特徴となっています

農業部門別販売金額(総額)の構成比較



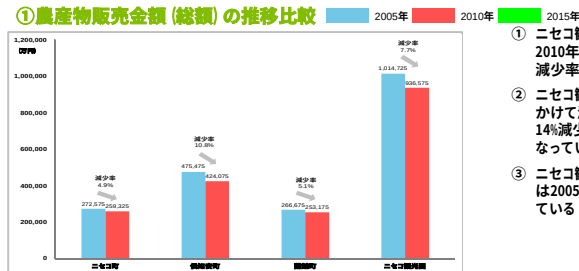
- 販売金額(総額)が最も大きいのは、倶知安町です
- 倶知安町は「雑穀・いも類・豆類」の販売金額が他町と比較して大きくなっていますが、「くっちゃんじゃが」のブランド化に起因するものと考えられます
- 蘭越町は、「稲作」の販売金額が他町と比較して大きくなっています
- ニセコ町は他町と比較して、際立って販売金額の大きい農業部門はありませんが、多部門にわたる農産物を生産していることが分かります

15 出所:農林水産省「農林業センサス」(国研院「E-STAT」(地域経済分析システム)を使用)

農業部門別販売金額（総額）、経営体数、経営体あたり農産物販売金額（総額）の推移比較

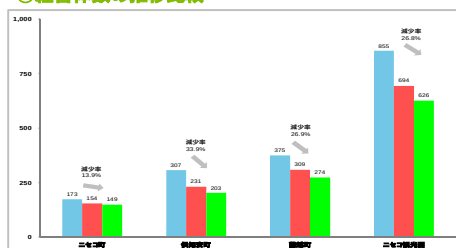
ニセコ観光圏・3町それぞれともに販売金額（総額）は減少していますが、経営体数がそれ以上に減少しているため、経営体あたり販売金額（総額）は増加しています

① 農産物販売金額（総額）の推移比較

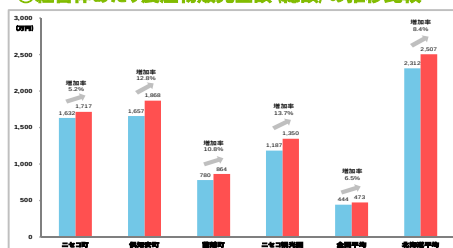


- ① ニセコ観光圏、3町それぞれともに農業販売額（総額）は2005年から2010年にかけて減少しています。倶知安町と蘭越町の経営体数の減少率が農産物販売額（総額）の減少につながっています
- ② ニセコ観光圏、3町それぞれともに経営体数は2005年から2015年にかけて減少しています。ニセコ町は2005年から2015年にかけて、約14%減少していますが、倶知安町、蘭越町と比較すると減少率は低くなっています
- ③ ニセコ観光圏、3町それぞれともに経営体あたり農業販売額（総額）は2005年から2010年にかけて増加しています。経営体数が減少している（上記②の通り）ことが影響していると考えられます

② 経営体数の推移比較



③ 経営体あたり農産物販売金額（総額）の推移比較

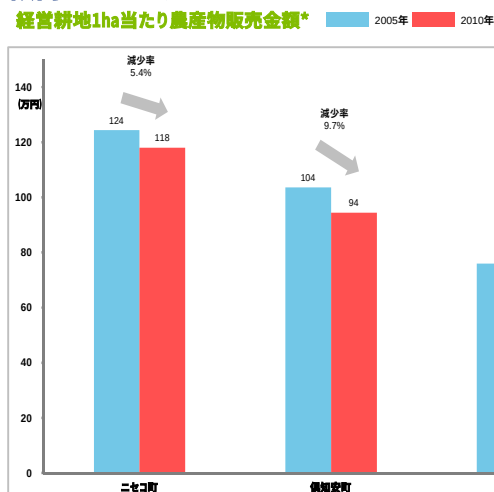


16 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

経営耕地面積あたり農産物販売金額

経営耕地1haあたりの農産物販売金額は3町ともに2005年から2010年にかけて減少傾向にあります

経営耕地1ha当たり農産物販売金額*



- ニセコ町・倶知安町・蘭越町いずれも、経営耕地1haあたりの農産物販売金額は2005年から2010年にかけて減少しています
- 3町の中では、ニセコ町が最も高くなっています

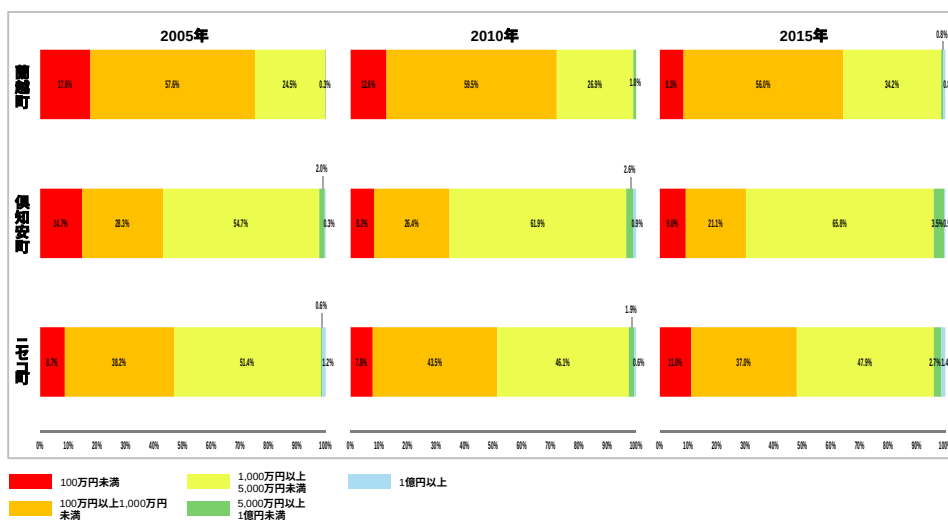
*1ha当たり農産物販売金額＝農産物販売金額（万円）÷経営耕地（ha）

17 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

農産物の販売金額帯別経営体数の割合

3町とも販売金額が「1,000万円以上5,000万円未満」の経営体割合が増加している。
一方蘭越町は「100万以上1,000万円未満」の経営体が最も多くなっています

農産物販売金額帯別の経営体の割合推移比較

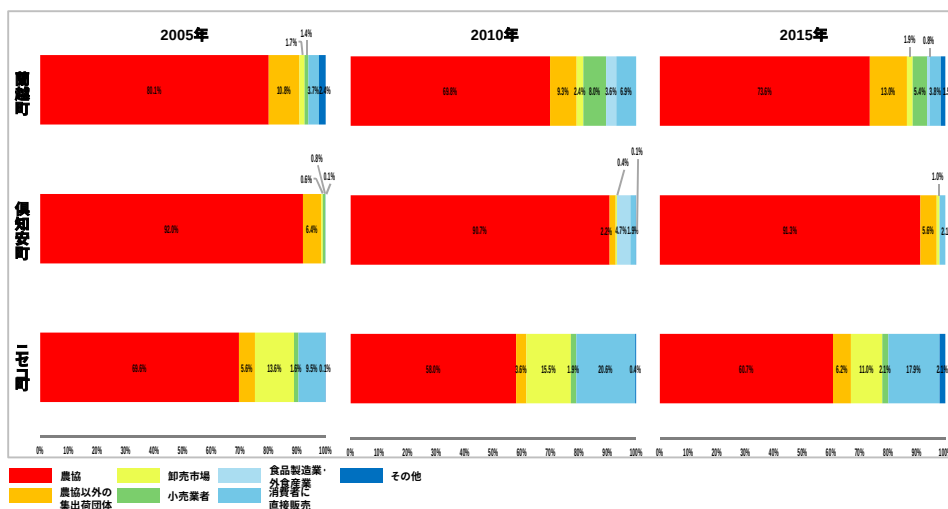


18 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

農産物の出荷先別経営体数の割合

出荷先を比較すると、ニセコ町は「卸売市場」「消費者に直接販売」、倶知安町は「農協」、蘭越町は「小売業者」への出荷割合が高くなっています

農産物の出荷先別・販売金額の割合推移比較



*出荷先は、各経営体において最も出荷している先をカウント

19 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

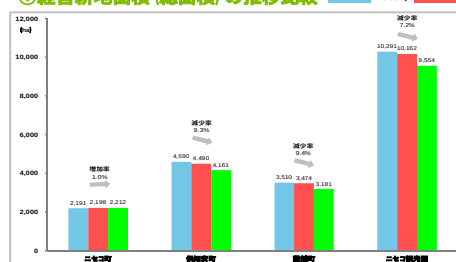
(2) 農地分析

20

経営耕地面積*

経営耕地面積は、ニセコ町は微増傾向、倶知安町・蘭越町が減少傾向にあり、ニセコ観光圏では減少傾向にあります

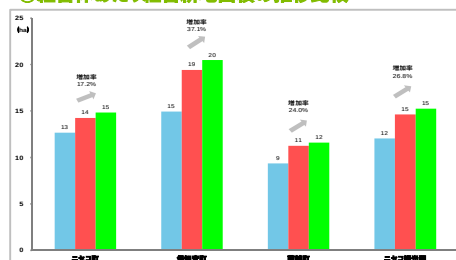
①経営耕地面積（総面積）の推移比較



- ① ニセコ町の経営耕地面積は2015年で約2,200haであり、2005年と比較して微増傾向にあります
 ・倶知安町の経営耕地面積は2015年で約4,200haであり、2005年と比較して減少傾向にあります
 ・蘭越町の経営耕地面積は2015年で約3,200haであり、2005年と比較して減少傾向にあります
 ・ニセコ観光圏の経営耕地面積は2015年で約9,500haであり、2005年と比較して減少傾向にあります

- ② 3町それぞれ及びニセコ観光圏全体ともに経営体あたりの経営耕地面積は、2005年から2015年にかけて増加しています（→同時期に3町それぞれ及びニセコ観光圏で経営体数が減少しているため）

②経営体あたり経営耕地面積の推移比較



*経営耕地面積：農家が耕作して農作物を作る土地、田畑として利用している土地。

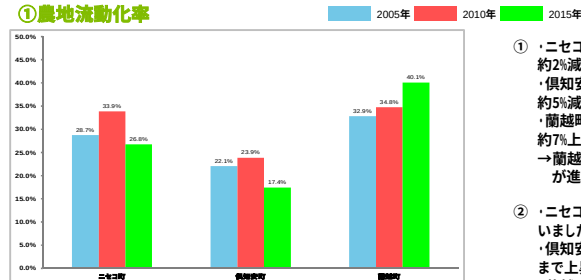
21 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

農地流動化率*、耕作放棄地率*の比較

① 蘭越町では、農地の流動化がニセコ町・蘭越町に比べて進んでいます

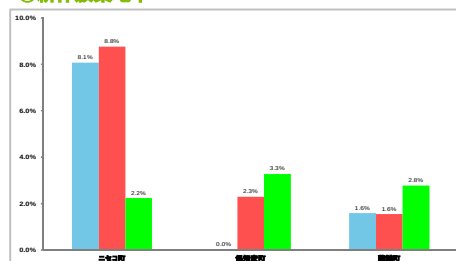
② 2010年から2015年にかけて、ニセコ町で耕作放棄地率が大幅に低下しています

① 農地流動化率



- ① ・ニセコ町の農地流動化率は2005年から2015年にかけて、約2%減少しています
・倶知安町の農地流動化率は2005年から2015年にかけて、約5%減少しています
・蘭越町の農地流動化率は2005年から2015年にかけて、約7%上昇し、40%を超えています
→ 蘭越町では、ニセコ町・倶知安町と比較して農地の流動化が進んでいます
- ② ・ニセコ町の耕作放棄地率は2005年から2010年にかけて上昇していましたが、2010年から2015年にかけて約7%減少しています
・倶知安町では2005年に0%であった耕作放棄地率が、2015年に3.3%まで上昇しています
・蘭越町では2010年から2015年にかけて、耕作放棄地率が約1%上昇しています
→ ニセコ町では2010年から2015年に耕作放棄地率が大幅に減少した一方で、倶知安町・蘭越町では上昇しています

② 耕作放棄地率



* 農地流動化率=借入耕地面積÷経営耕地面積

* 耕作放棄地率

= (総農家の耕作放棄地面積+土地持ち非農家の耕作放棄地面積)

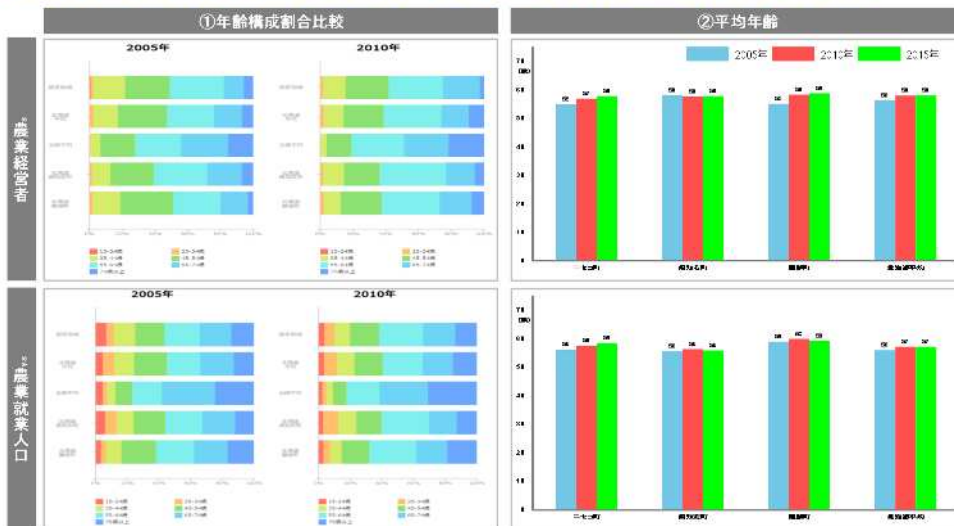
÷ (総農家の経営耕地面積+総農家の耕作放棄地面積+土地持ち非農家の耕作放棄地面積)

22 出所: 農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※ RESAS (地域経済分析システム) からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

(3) 農業者分析

農業経営者及び農業就業人口の年齢構成

- ①3町とも農業経営者の20%以上、農業就業者の30%以上が65歳以上となっています
②3町とも農業経営者・農業就業者いずれも、平均年齢は60歳近くなっています



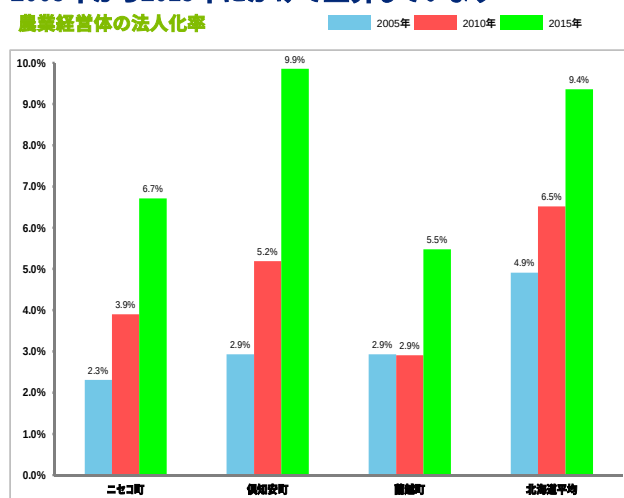
*農業経営者：当該農家の農業経営に責任を持つ者であり、農業に従事する業務の指導を行うだけの者も含める
**農業就業人口：農業従事者のうち、農業に主として従事した者

24 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）を使用

法人化率*

- ニセコ町・倶知安町・蘭越町いずれも農業経営体の法人化率が、
2005年から2015年にかけて上昇しています

農業経営体の法人化率



■ニセコ町・倶知安町・蘭越町いずれも、
法人化率が2005年から2015年にかけて
上昇しています
(経営体数減少の影響あり)

■北海道平均でも、法人化率は2005年から
2015年にかけて上昇しています

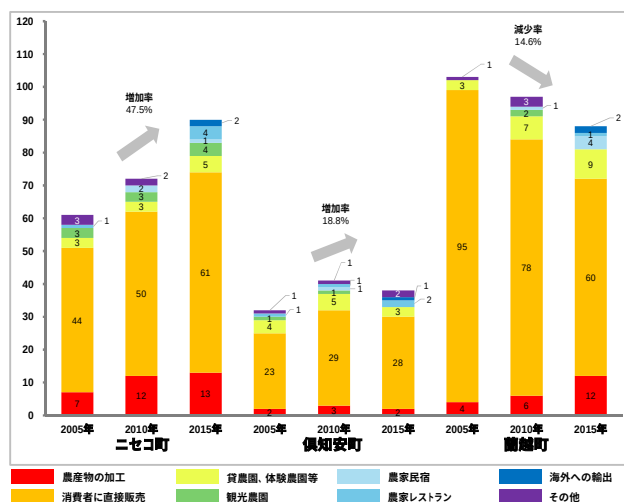
*法人化率＝法人経営体数÷経営体数
法人とは、農事組合法人、会社、農協、森林組合等
**集落営農・複数個別経営の法人化金銭的支援（定額40万円）、法人経営に必要な労務・財務管理の研修等の実施

25 出所：農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS（地域経済分析システム）からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

農業生産関連事業の実施状況(経営体数)

2005年から2015年にかけて、ニセコ町・倶知安町では農業生産関連事業を実施する経営体が増加する一方、蘭越町では減少しています

農業生産関連事業の実施状況



(ニセコ町)

・農業生産関連事業を実施している経営体数が、2005年から2015年にかけて約48%増加しています
・内訳をみると、「農産物の加工」、「消費者に直接販売」を実施する経営体が増加しています

(倶知安町)

・農業生産関連事業を実施している経営体数が、2005年から2015年にかけて約19%増加しています(直近2010年から2015年にかけては減少)
・内訳をみると、「消費者に直接販売」を実施する経営体が多くなっています

(蘭越町)

・農業生産関連事業を実施している経営体数が、2005年から2015年にかけて約15%減少しています
・内訳をみると、「消費者に直接販売」を実施する経営体が増加している一方で、「農産物の加工」を実施する経営体が増加しています

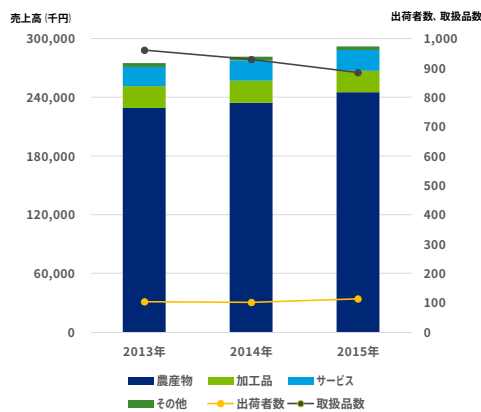
26 出所:農林水産省「農林業センサス」再編加工 ※RESAS(地域経済分析システム)からデータをダウンロードして作成。2015年は北海道農林業センサスより作成

4. ニセコビュープラザ売上データ整理

ファクト抽出:売上高・出荷者数・取扱数の増減

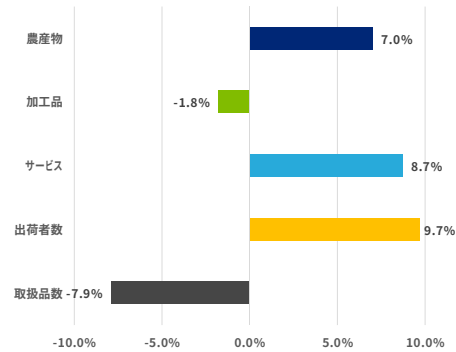
直売所の売上・出荷者数は毎年増えていますが、取扱品数は低下傾向にあります

直売店の売上高・出荷者数・取扱品数の推移



- ・直売所の売上は、毎年10%程度の増収となっており、売上高の約80%は農産物です。
- ・サービスは郵パックが大半を占めており、ニセコ農産物が町外輸出が増えています。
- ・出荷者数は100を超えており、ニセコ町内の7割近い農家が消費者への直売を行っています。

取扱品数別の成長率 (2013年vs 2015年)



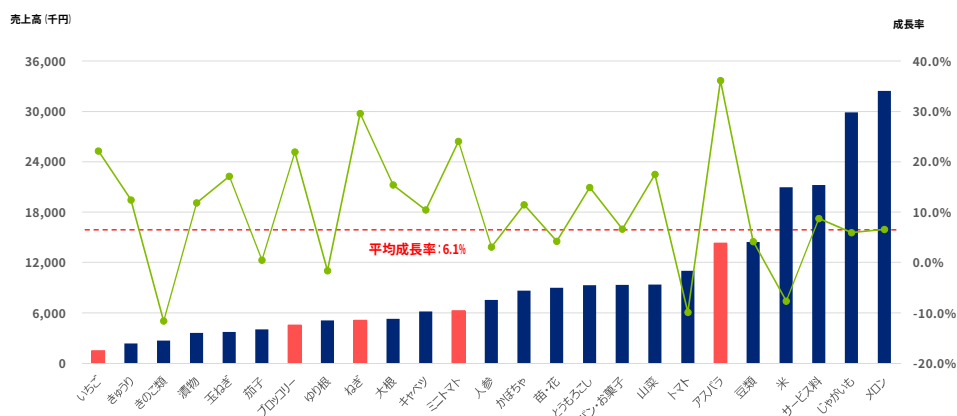
- ・取扱品数は年々減っています。

28 出所:ニセコビュープラザ売上データを使用

ファクト抽出:何が売れているのか

売上高の変動はありませんが、一部の農産物の売上伸び率が高くなっています

取扱品別売上高・成長率



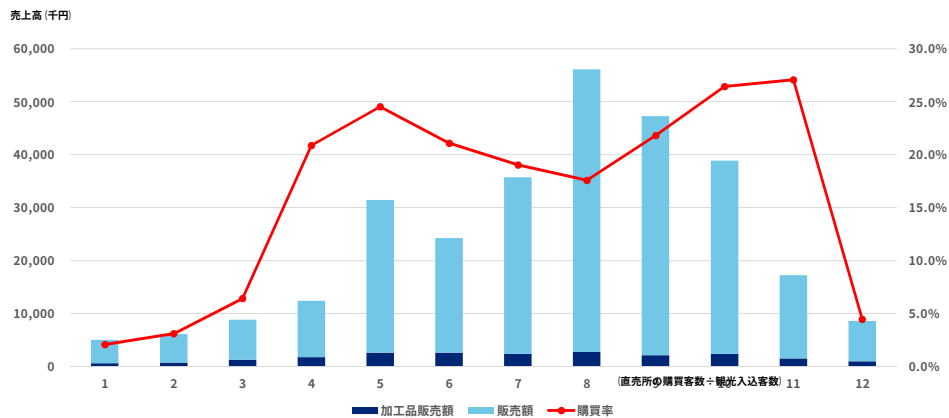
- ・全体の平均成長率が約6%である中、アスパラやミニトマト、ねぎ、ブロッコリー、いちごは、18%を超えています

29 出所:ニセコビュープラザ売上データを使用

月別売上高

冬期間にニセコ町内に集客した観光客を購買に繋げられていない

月別売上高販売額×購買率



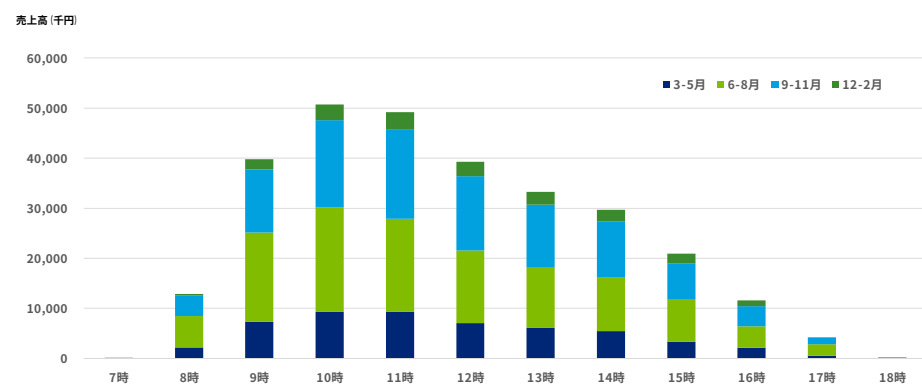
- ・ニセコ町は、冬期間の観光客数が多いに関わらず、直売所の売上高が少なくなっています。
- ・農産物の収穫時期が過ぎていることが要因であると考えられますが、加工品は冬季でも販売可能であり、うまく直売所に観光客を呼び込めていない、かつ、加工品を訴求できていない可能性があります。

30 出所：ニセコビュープラザ売上データ、平成27年度後志総合振興局管内観光入込客数調査データを使用

時間帯別売上高

購買時間帯は午前10時がピークであり、その傾向は通年同様となります

季節別×時間帯別売上高



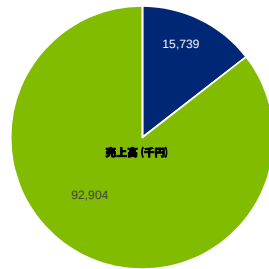
- ・時間経過とともに売上高が減少しているのは、午前中に陳列された農産物が販売後に補充されていないためと考えられます。

31 出所：ニセコビュープラザ売上データを使用

ファクト抽出：農産物に対する安心安全ニーズは高まっているか

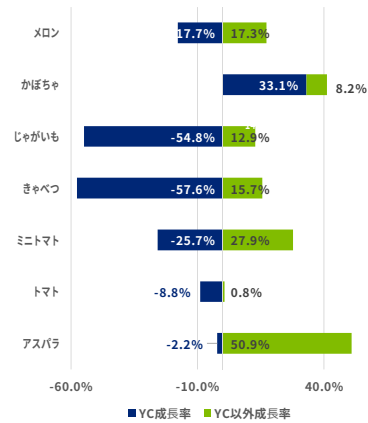
同一農産物の売上のうち約15%を占めていますが、かぼちゃを除くYesクリーン農産物の売上成長率が年々低下しています

Yesクリーン農産物の売上高・割合 (平成27年)



- Yesクリーン農産物の売上割合は年々低下しています

Yesクリーン農産物 (YC農産物) と一般農産物の成長率



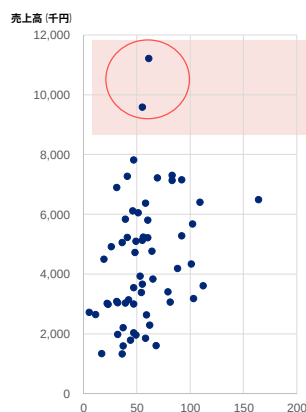
- かぼちゃ以外は、Yesクリーン認定を受けた農産物より、認定を受けていない一般農産物の方が売れています
- 直売所でYesクリーン農産物の販売量を減らしている可能性があり、農家に対するヒアリングが必要です

32 出所：ニセコ町ビュープラザ売上データを使用

ファクト抽出：生産者の特徴で売上に差が出ているか

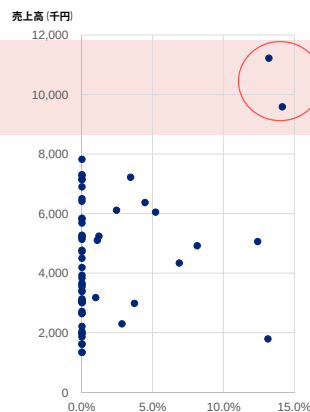
取扱品数・Yesクリーン農産物取込割合、トレンド農産物取込割合と売上高の関係はみられない

売上高×取扱品数



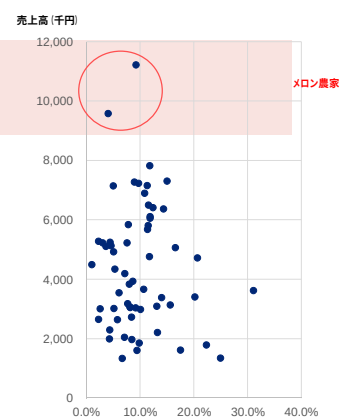
売上高×Yesクリーン農産物取込割合※

※Yesクリーン農産物が総売上高に占める割合



売上高×トレンド農産物取込割合※

※売上高の成長率が平均より高い農産物が総売上高に占める割合



33 出所：ニセコ町ビュープラザ売上データを使用

(4) 第5回ニセコ町自治創生協議会議事概要

第5回ニセコ町自治創生協議会 議事概要

<片山町長冒頭挨拶>

今回の会場であるニセコ中央倉庫群（以下「中央倉庫群」という。）は、当初は取り壊すという話があった。農協から土地を含めて全て購入した後、社会資本整備総合交付金、地方創生加速化交付金等をはじめとした国や北海道の応援を受けながら整備を進めてきた。今後、テレワークの拠点にも使用できるようにする。

かつて綺羅街道の整備をした際、多額の改修費がかかるため、歴史的建造物として非常に由緒ある北海道銀行の狩太支店を取り壊したことがある。現存していれば、どれほどの歴史的価値があっただろうと思っている。壊すのは簡単だが、将来に向かってつなぐということも我々の仕事ではないかと考え、税金の無駄遣いではないか等の様々なご意見もいただいたが、中央倉庫群を再活用することにした。

地方創生加速化交付金の採択にあたっては、中央倉庫群を対日直接投資の交流拠点にするという提案が評価された。我々の小さな試みが、国際社会と連携する場に広がりつつある。また、中央倉庫群の運営はNPOに委託しており、住民と協議しながら運営をしていくということで住民自治の場ともなっているし、ニセコ町の多様な人材や職業が集まりコミュニティを深める拠点となれば、まさに地方創生の核としての意味合いも強くなってくる。

<小磯座長冒頭挨拶>

昨年度のニセコ町自治創生協議会（以下「協議会」という。）の議論を踏まえ、「ニセコ町自治創生総合戦略」（以下「総合戦略」という。）が策定された。今年度からは、総合戦略の推進に向けた協議会となる。

地方創生をめぐる動きについて、国が示した地方創生の流れをどうやって汲んでいくのか、今改めて問われていると感じる。総合戦略をどのように推進していくのかだけではなく、地方創生で問われた人口減少社会に対して、地域がどのように取り組んでいくのかという思いを引き継いでいくことが重要。協議会は、総合戦略の施策の推進に加えて、ニセコ町らしい幅広い議論をしていく場にすべき。

ニセコ町の総合戦略は、策定プロセス自体も含めて全国の関心を集めていたと思うが、総合戦略をどのように推進していくのかについても、同様に関心を持たれていると思う。

<議事（1）第4回協議会以降の取組状況（報告）及び（2）ニセコ町自治創生協議会の設置・運営方針について>

（委員一同）（特になし）

＜議事（３）ニセコ町自治創生総合戦略のフォローアップについて＞

＜フォローアップ方法全般＞

- 総合戦略の策定後、広い範囲で様々な活動がスタートしているという実感を持っており、非常に喜ばしい状況であるが、総合戦略で掲げた事業の中で、実際にスタートした事業とまだスタートできていない事業がある。総合戦略で掲げた事業の全体像を把握しながら、推進が難しい事業（スタートがまだできていない事業）に力点を置いて全体でどのように底上げをしていくかが一番重要。（本間委員）
→資料３－２「ニセコ町自治創生総合戦略」に位置づけた事業の今後の見通し」に、総合戦略に位置づけた事業と数値目標を全てリストアップすることで、今後、事業の進捗状況を一元的に把握できるようにする予定である。次回の協議会では進捗状況を更新した上で、例えば進捗していない事業があった場合には、こうすれば事業を始められるのではないかとといった議論を想定している。（金井参事）
- 資料３－２で総合戦略に掲げた施策の進捗管理をしていくとのことだが、次回協議会（１２月～１月開催予定）に向けて、どのような形でこの資料が共有されていくのか、具体的な方法をお伺いしたい。（本間委員）
→資料３－２の右側に「事業概要、事業実績・成果評価、課題・改善点等を「事業実績書」から転記予定」とあるように、資料３－２の右側に事業実績書から各項目を転記し、総合戦略に掲げた事業の進捗状況が一元管理できるように、資料を更新していく予定である。（金井参事）
- 現状「構想中」となっている施策が多いが、どのようにしてこの施策を着手するのか、具体的な方法をお伺いしたい。（本間委員）
→現状「構想中」となっていて、事業化がうまくできていない場合は、「このように着手しているが行き詰まっている」等のネガティブな自己評価も含めて、協議会等の場で示す工夫ができないかも考えたい。（金井参事）
- フォローアップはPDCAサイクルのC（Check）に相当する部分であり、総合戦略で掲げた事業が正しくなされているのか否か、またどれくらいできているのか否かの洗い出しを進めていきたい。（八木委員）
- 総合戦略のフォローアップは事業実績書を基に進めていくとのことだが、最初に掲げた数値目標に対してどうだったのかという視点が重要ではないか。また、数値目標を達成したから良い、達成できなかったから悪いという評価軸ではなく、達成していない事業の中でも今後非常に成果が現れそうなものは残すといった評価軸をとっていただきたい。（山田委員）
- 資料３－４の「地産地消・販売促進事業」に関し、５月にニセコ町に移住してきた際にPR米をいただき大変嬉しかったが、価格面からすぐにニセコ町のお米を買うとは思えなかった。すぐに成果が出る事業ばかりではなく、将来的に効果が出てくる事業もある。今は効果が出なくても、将来的に効果が見込まれる事業につ

いては継続していく価値があるのではないか。(谷口委員)

- 自治創生の町であるニセコ町には、まちづくり町民講座という町民と意見交換する良い機会があり、そういった場でも発信していくことが重要ではないか。(下田委員)
- 総合戦略の策定を終えて今後どう推進していくのか、特にどう点検しフォローアップをしていくのかという点は、全国や北海道の自治体で大きな課題となっている。地方創生が総合戦略策定で一段落した今、地方が独自の考え方でフォローアップをしていこうという機運を感じる。他の自治体では、1年で全ての成果を出すのは難しいとの考えの下で、事業ごとに継続していくべきか、少し問題のあるものはどういう方針を出すのかというようにシンプルに推進していこうとしているところもある。(小磯座長)
- 資料3-3のNo.7「ニセコエリア総合観光情報発信事業」について、倶知安町のフォローアップ協議会で、デジタルサイネージで観光客にとって魅力ある情報や、観光客が求めている内容が本当に発信されているのかという意見や、誰がどのようにしてデジタルサイネージのコンテンツを発信していくのか、防災情報等をどのように発信していくのかという質問もあった。倶知安町からは、事業内容を前向きに検討していくとの説明があった。ニセコ観光圏の連携事業のため、ニセコ町の協議会の場でも紹介する。(小磯座長)
- 倶知安町のデジタルサイネージの議論は、町民からの投げかけがきっかけで非常に前向きな内容となった。これがまさにフォローアップだと感じている。本当のフォローアップとは、数値目標の達成度ではなくて、数値目標を参考にしながら目指す施策がうまく進んでいるのかどうかを町民の意見も聞きながらしっかり検証していく、ということではないか。(小磯座長)

<ニセコ町自治創生協議会の役割>

- 総合戦略のフォローアップに対する、協議会の位置づけ及び役割は何なのか。(山田委員)
→協議会の位置づけ及び役割は、第三者目線で客観的に事業の進捗状況や効果について自由にご発言をいただくこと。協議会での議論は、町として受け止め、より良い政策に反映をしていくPDCAサイクルに活用する。(金井参事)
- 協議会の役割に関して、どういう役割と責任をもって検証していくかにもつながるが、場合によっては、総合戦略策定時のメンバーよりも大幅にスリム化した方法であってもよいのではないかという議論は現実的にある。実際、北海道庁のフォローアップでは、一部の専門家が検証をするといった非常に柔軟な動きが出てきている。そういった動きの中でニセコ町らしい柔軟な方法を見つけていただきたい。(小磯座長)

<事業予算（資金）の獲得>

- お金がないと事業を推進できないのが現実であり、町の思いだけでは推進できない部分であるため、総合戦略に描いた事業が国や他の支援が受けられるのか、事業と資金の整合性を冷静に分析していくことが必要。（本間委員）
- 総合戦略に掲げた事業は長期的に整合性を見ていくべきであり、事業推進段階から民間の資金を活用しながら継続していく方法を考える必要があるのではないかと。他の自治体では、スキー観光客への指導者不足を解消するために、民間企業に事業の長期的効果を説明し、事業に参画をしてもらうことで長期的に Win-Win な関係を築いている。事業を長期的に推進していくためにも、資金調達も多様に考えて実行していかななくてはならない。（李委員）

<事業実績書の活用>

- 町民には事業実績書は理解が難しいと思われるので、それぞれの事業が将来的にどのように素晴らしいニセコ町の姿につながっているのかという、町民目線のイメージや青写真のようなものが必要なのではないか。（八木委員）
- 事業実績書への記載方法は、個人差が出やすい。誰が事業実績書の完璧さをチェックするのか、誰が総合戦略全体という見地からトータルで事業実績書のクオリティを担保するのかまで考えるべき。（八木委員）
 - 事業実績書への記載は事業推進に関係する部署が行うと思われるが、担当課室自身の評価に対する評価・検証はどこでやるのか。協議会でやるのか。（山田委員）
 - 行政的観点から見て、事業実績書の内容はしっかり書かれており、非常にレベルが高い。行政でフォローアップをする際には、うまくいったという自己評価になりがちであるが、ニセコ町らしく町民と意見交換をしながらフォローアップをしていく際、うまくいかなかった事業の経緯（失敗やトラブル）についても共有してフォローアップできれば、より内容が充実していくのではないかと。（後志総合振興局）
 - 事業実績書は、決算書の付属資料で、議会の評価・検証を受けている。（片山町長）
- 事業実績書は統一感がある評価表であり、今後も活用して欲しい。（下田委員）
- 事業実績書はニセコ町らしいやり方の一つだと感じる。役場の中にも行政評価のような様々な評価方法があるが、一番の肝は、決算結果をいかに次の予算に反映していくかである。他の自治体では、決算結果がすぐに次の予算に反映できるような分かりやすいシートを作成しているところもある。そういった手法を総合戦略のフォローアップに取り入れていくことは、無駄がなく非常に効率的である。

(小磯座長)

- 事業実績書は行政資料ということもあり、事業にどのような効果が見込まれ、どのように評価され分析されているのかという点が、町民に分かりづらいため、今後工夫が必要ではないか。フォローアップを実際に予算に反映させる過程も含めて、町民にも分かりやすく情報発信していくということは、政策手法のブラッシュアップという観点からも、今回は非常に良い機会なのではないか。(小磯座長)
→事業実績書は事前に読み込んだが、なかなか理解が難しい。記載者によってそれぞれ書き方が異なると感じた。(谷口委員)

→フォローアップの事務負担を最小限にする工夫として、事業実績書の活用を提案した。しかし、役場の決算評価として提出しているものであり、行政用語が多く使われている。全町民に配布している「もっと知りたいことしの仕事」のように、本来は町民目線で分かりやすいように、工夫をしていかなければならない。広報「ニセコ」は中学2年生が読んでも分かるような記述を心掛けているが、それと同様に今後は町民にお知らせをするという前提でより分かりやすく記述をするよう、本部会議等でも周知し検討していきたい。(片山町長)

→ニセコ町ではもともと予算を町民に分かりやすく発信していくという伝統があり、ぜひ総合戦略のフォローアップにもこの伝統を生かしてブラッシュアップをしていただきたい。(小磯座長)

→事業実績書は、ニセコ町として15年以上取組を続けてきているが、片山町長も申し上げたとおり行政内部の資料であり、行政用語や行政的な書き方が多い。行政内部では人事異動やそれに伴う引継ぎの際に、これまでの事業の経緯や課題が把握できる点とても役立っているが、より町民に分かりやすい資料となるように対応をしていきたい。(林副町長)

<その他>

- 資料3-3のNo7「ニセコエリア総合観光情報発信事業」の数値目標に来訪者満足度(夏)と(冬)とあり、(冬)のほうが(夏)よりも高くなっているが、夏のニセコ町も素晴らしいので、夏にどのようなことをしていくかということを引き出しながら協力していきたい。(大道委員)
- 資料3-4の「児童生徒スキーリフト券事業」に関して、小中学生や高校生に限らず町民全体にスキーを楽しめるようリフト券の配布をしていただきたい。(谷口委員)

<議事（４）地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）について>

<ふるさと納税制度（個人版ふるさと納税、企業版ふるさと納税双方）全般>

- 長崎市では、地元の造船業を生かした世界遺産を目指すべく、地元財源ではできない幅広い企業に声がけをして、実際外資系企業が地元でコールセンターを作る際に資金提供をする等、資金が集まり出している。ニセコ町として、こういう取組をしていくのでこういう支援をいただきたいということを、付き合いのある企業にメッセージとして発信することが必要なのではないか。（小磯座長）
- 寄付金をいただく意義を考えると、自分の町にこれほど寄付をしてもらっているという気づきにもなると思うし、それほど魅力がある地域に住んでいるだという誇りにもつながるため、寄付金は、町民に見える使い方をしてもらいたい。（谷口委員）
- 検討に当たり、ニセコ町のアイデンティティである有島武郎の相互扶助の精神に立ち返って考える検討プロセスは、目先の利益に囚われずに考えるという点で素晴らしいと思う。検討段階では、行政の意見だけでなく、反対者の意見も取り入れつつ検討することでより良い制度につながるのではないかと。（後志総合振興局）
- 地方における独自財源確保の方法として、ふるさと納税の仕組みをどう活用していくかという議論は重要である。論点は２点あり、既存の制度をニセコ町としていかにうまく活用していくかという点と、発展途上である現在の制度に対してこういう制度であるべきだという提言を地方の立場からどのようにしていくかという点がある。（小磯座長）
- 財源論でいえば、個人版は返礼品フィーバーで湧いている現状もあるものの、大きな流れでいえば、東京に偏在している税財源を地方に還元される仕組みとなっている。例えば、上士幌町では、１０億円以上の税財源を獲得してこれまでできなかった事業ができています。返礼品の部分を除けば、自分がやりたいこれまでできなかったことがその財源でできるということであり、そのような制度があるのになぜ町としてやらないのかという声にどう向き合うかも重要。（小磯座長）
- 財源の確保にあたり一番重要なのは、財源の用途を明確にするという点。財源の用途が明確であれば、納得して払うようになる。阿寒湖温泉地域では、独自の入湯税を導入して年間５,０００万円の自主財源を獲得した。導入の際にあった反対意見に対しては、温泉客に丁寧なアンケートやヒアリングをしながら、計画実現のために財源が必要だという説明をした。（小磯座長）
- まず、ふるさと納税の導入目的を、①ふるさとへの思いに応える手段、②財源確保のどちらにするかを固めるべき。制度設計は、目的に対応した内容を具体化することになる。（金井参事）
→ゴールが何か、何を目的としているのかということが重要であり、財源はその手段でしかないのではないかと。（小磯座長）例えば円山動物園では、オオカミの森が足りなく

てこれくらい植樹が必要だというゴールを明確に定めて寄付を募っている。(八木委員)

→総合戦略には、企業版ふるさと納税について、具体的施策「ふるさとづくり寄付を介した交流人口の拡大」として「自治創生の事業に必要な資金を町外から確保する方法が確立する」、施策が目指す姿に「都市圏などの町外でニセコ町の認知度が向上する」、と位置づけている。なお、総合戦略フォローアップでは、この位置づけ自体を見直すことも含めて議論の対象である。(金井参事)

- 日本には寄付をする伝統が欧米に比べて少ないと思う。今後もっと税金対策としての寄付ではなく健全な寄付制度が盛んになると良いと思う。個人版ふるさと納税に関して、全国の特産品や我が町をアピールするために物・人と交流が盛んになるのは良いと思う。しかし、税金対策としてのふるさと納税を目的とするなら、寄付の額による還付金の制度が見直されることが必要ではないかと思う。(傍聴者)

<個人版ふるさと納税>

- 様々な場面で話題になっており、ニセコ町のこれまでの方針やこれからのスタンス、町民からの様々な意見も踏まえ、個人版と地方創生を一緒にしたまちづくりというテーマで、活発な議論をしていただきたい。(本間委員)
- 本当に対価を払ってでも入手したいという人に、商品が届かないという状況が生じている。自分自身も、例えば、焼尻島のサフォークラムを取材しようとしたところ、生産者から町にふるさと納税の返礼品として全て持っていかれたため対応ができないと言われたことがある。そういった経緯もあり、ニセコ町の個人版に対する考え方に大変ホッとしている。(八木委員)
- 返礼品としてモノをあげるということ自体にふるさと納税制度上の意味はないと考えている。木の実やワイナリーのように、時間とともに育っていく、離れていても楽しめるような返礼品程度ならば、検討の余地はあるのかも知れない。(八木委員)
- 「自分のふるさとのために何かしたい」だけでは嫌で、何か形に見える物に使用したいという市民もいる。ふるさと住民票の提供サービスや取組内容に現状ニセコ町らしさが出ておらず、魅力が感じられない。ニセコ町らしさをキーワードに内容を検討していただきたい。(八木委員)
- もし特産品がなければ無理にやらなくてもいいが、ニセコ町の場合、航空会社の機内食になっているチーズや全国にお取り寄せファンがいる飲むヨーグルト等、全国的な特産品があるので、積極的に導入することもできる。(山田委員)
- 個人版の制度内容について税制の専門家で賛成している人はいない。法人税含め日本の税制全体が縮小している中で、地方交付税を頼りにしている個人版は税制全体にとって果たしてよいのだろうかという危機感がある。また、個人版により

地方税の奪い合いが始まっているが、それは本当に正しいことなのだろうか。さらに、税金の納入が難しい方に対しても分納という形で何とか税金を納入いただいているのに、お金があって個人版をしている人は減税されていることは、税負担の公平性の観点から真っ当ではない。個人版が導入されてから、返礼品を出せない NPO 等への寄付金は減ってきている。そもそも寄付とは見返りを求めるものではない。それに自治体に加担するというのは、自治体の気構えが問われているという問題意識があり、導入を躊躇している。ふるさと住民票は、飯舘村の避難住民の人と心をつなぐ方法として考案されたアイデア。返礼品合戦ではなく、ふるさと住民票等のような地域とのつながりを含めて、ニセコ町らしい仕組みの検討を続けていきたい。(片山町長)

- 返礼品として実際にニセコ町に足を運んでもらえるような、ニセコ町と関わり合いのある仕組みとして検討を続けていきたい。(林副町長)

＜ニセコ町ふるさとづくり寄付＞

- 資料 4-2 「ニセコ町ふるさとづくり寄付の状況」を見ると約 2,700 万円の寄付金が集まっているが、この事業が開始されたのはいつになるのか？(大道委員)
→ニセコ町ふるさとづくり寄付条例は、平成 16 年 9 月に制定された。(金井参事)
- ニセコ町ふるさとづくり寄付の用途状況を企業にアピールすることが、企業版の獲得にもつながる。(大道委員)

＜企業版ふるさと納税＞

- まだ制度内容の具体的なイメージが湧かず、町民目線でどのようなプラスの効果が生まれるのか、まだ制度の意味合いを理解できていない。まずは町民の勉強が必要である。(本間委員)
- 夕張市と株式会社ニトリホールディングス（以下、ニトリ）⁵の関係は、何か魅力的な政策やプレゼンテーションがあったのか。(下田委員)
→町としては、内閣府の公表資料（下記脚注 1 参照）で把握しているのみ。夕張市とニトリがどのような調整したかまでは不明である。(金井参事)

⁵ 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の対象事業として、北海道夕張市で認定された事業。

事業名：コンパクトシティの推進加速化と地域資源エネルギー調査

事業概要：市の人口減少に対応するためまちのコンパクト化を目指し、主要幹線の中心にある清水沢地区の拠点施設を整備するとともに、企業進出や雇用創出を見据え、地域資源を活用するための足掛かりとなる調査を行う。

寄付予定者：株式会社ニトリホールディングス

寄付額：(H28) 64,416 千円、(全体) 500,000 千円

→北海道では、4自治体で企業版の事業が採択されているが、夕張市へのニトリの寄付金額は突出している。企業版はそもそも、自治体が事業内容を個別に企業に提案して資金提供をしてもらう、ということであったが、夕張市の場合はやや変則的で、ニトリからの5億円という資金が先にあって、それに対し、夕張市がそれを使うための地域再生計画をまとめたという経緯がある模様。夕張市以外の道内3自治体の採択事業を見ると、金額的にも少額で、それまである程度付き合いがあった企業の資金を地域のまちづくりに生かしているようだ。ニトリのような企業が出てくる前提での事業形成は、難しいのではないかと。(小磯座長)

- ニセコ町の特色として、交流人口が非常に多いということと、ニセコ町で育った若者が高等教育の段階で町外に流出してしまうという人口動態がある中で、企業版を活用して、町立ニセコ高校の活性化や大学との連携を将来的に実現してはどうか。(下田委員)

→町立ニセコ高校の活性化に関しては、実際に東洋大学や立教大学と連携を深めようとしているところである。(片山町長)

- 企業版の導入に向けた取組を進めていただけるようお願いしたい。(木下委員)
- 日本の場合、民間企業の資金は非常に豊富であり、それを自治体の財源に使えることは画期的。民間企業の資金を地方自治体の財源としてまちづくりや具体的な地方創生の取組に活用できるという点は、非常に重要な制度である。しかし、今回の企業版の制度は、非常に使いづらい。現実的な仕組みとしては、非常にハードルが高い制度だと思う。期待していた反面、普及していないのが現状ではないか。(小磯座長)
- また、制度の運用上、企業との癒着を防ぐため、企業名が公表されない場合もある。企業版は公募ではなく、個別で自治体がアプローチをしていかななくてはならないが、これは自治体にとって至難の業である。より使いやすい制度になるために、地方から発信していく必要がある。(小磯座長)
- ターゲットをどこに設定して事業内容を練っていくのが重要。例えば、数年内に電気自動車100%にするというメッセージで大手自動車会社から資金を獲得するような、昨年度、総合戦略の策定過程で議論してきたニセコ町らしさを生かして、まずはターゲティングをしていくべき。子育て支援やふるさと住民票は、ニセコ町に限らずできる事業であり、ターゲットを絞り込みにくい。(八木委員)
- バブル時代は税金対策等で寄付があったが、現在はほとんどなく、企業がなかなか資金提供できない状況。よほど魅力がある事業でないと、企業は寄付をしてくれない。八木委員の言うようにニセコ町らしい事業でPRすべきであり、例えば、環境や有島記念館の英語対応への活用が考えられる。有島記念館の強化は、夏のニセコの魅力向上や、海外へのPRにもつながる。(李委員)
- 寄付をしてくれる企業が1社でも見つければ、地域再生計画の認定の要件を満た

すことになるが、現時点で企業を見つけておらず、見込みもないのであれば、無理して導入する必要はないのではないかと。逆に、企業のイメージアップや CSR 等の観点で、1社だけで億単位の金額獲得を期待するならば、ターゲットも自ずと決まってくるし、ニセコ町という名前を使いながら自社のブランドを PR するような企業も絞られてくる。経済的利益の要件があるため、大企業中心になるだろう。例えば、テレビ CM を流している企業の中で、自社の商品を大々的に宣伝していない、いかにも CSR といった企業や億単位での寄付獲得が期待できる企業をターゲットにすることも考えられる。ただし、事業形成には相当な準備が必要。(山田委員)

- 事業内容から考えるより、先に企業のターゲットをイメージして、その企業を対等なパートナーとして連携できる事業を考えていく方が、ニセコ町らしい事業を見出しやすいのではないかと。(後志総合振興局)
- 企業版は、積極的に導入したいと考えている。例えば、ニセコ町にはインターナショナルスクールがあり、国際社会に打って出るようなリゾートを目指しているし、環境モデル都市の取組も進めている。それらに共感している企業を呼び込む方法を検討したい。(片山町長)
- コンサルティングで企業と話す機会が多いが、社会に良いことをしながらしっかり稼ぎましょうという考え方が企業に浸透してきていると感じる。地方創生に置き換えると、地方に良いことをしながらお金も稼ぐということに言い換えることができると思っており、そういった機会を実際に企業は欲していると感じている。したがって、例えば、ニセコ町であれば、観光の大学を作るということを仕掛けていって、他の補助金やふるさと納税を組み合わせながら、事業を進めていくというアプローチが今後必要だと思う。ふるさと納税単体を議論するというよりは、企業をいかに巻き込むかという考え方が必要ではないかと。(デロイトトーマツコンサルティング合同会社)

<その他>

- ニセコ町には、東京ニセコ会という協力的な組織がある。そういった組織や来町者に対して、ふるさと住民票への登録を進めてみてはと思うが、現状あまり登録のメリットがないと感じる。今後、この取組が魅力的になるように期待したい。(大道委員)
- ニセコエリアでも法定外目的税の導入の議論がされているが、その進捗状況はどうなっているのか。(下田委員)
→住民の 8 割近くが外国人になり、これまで町内会で維持していた施設の維持が難しくなったことを契機に、ヒラフ地区のエリアマネジメントの議論が始まった。新たな財源確保策を作るのはなかなか難しく、引き続き検討がされている状況で

ある。観光関連の成功事例は、東京都の宿泊税。ニセコ町、倶知安町においてもたくさん訪れる観光客による消費、投資の一部を安定財源としてどう確保していくかという観点は非常に重要ではないか。(小磯座長)

→ニセコ観光局の検討の場で議論をしている最中である。引き続き、倶知安町と議論を進めていきたい。(林副町長)

<議事(5) 今後のスケジュールについて>

(委員一同)(特になし)