

**ニセコ町  
地域経済循環強化戦略**

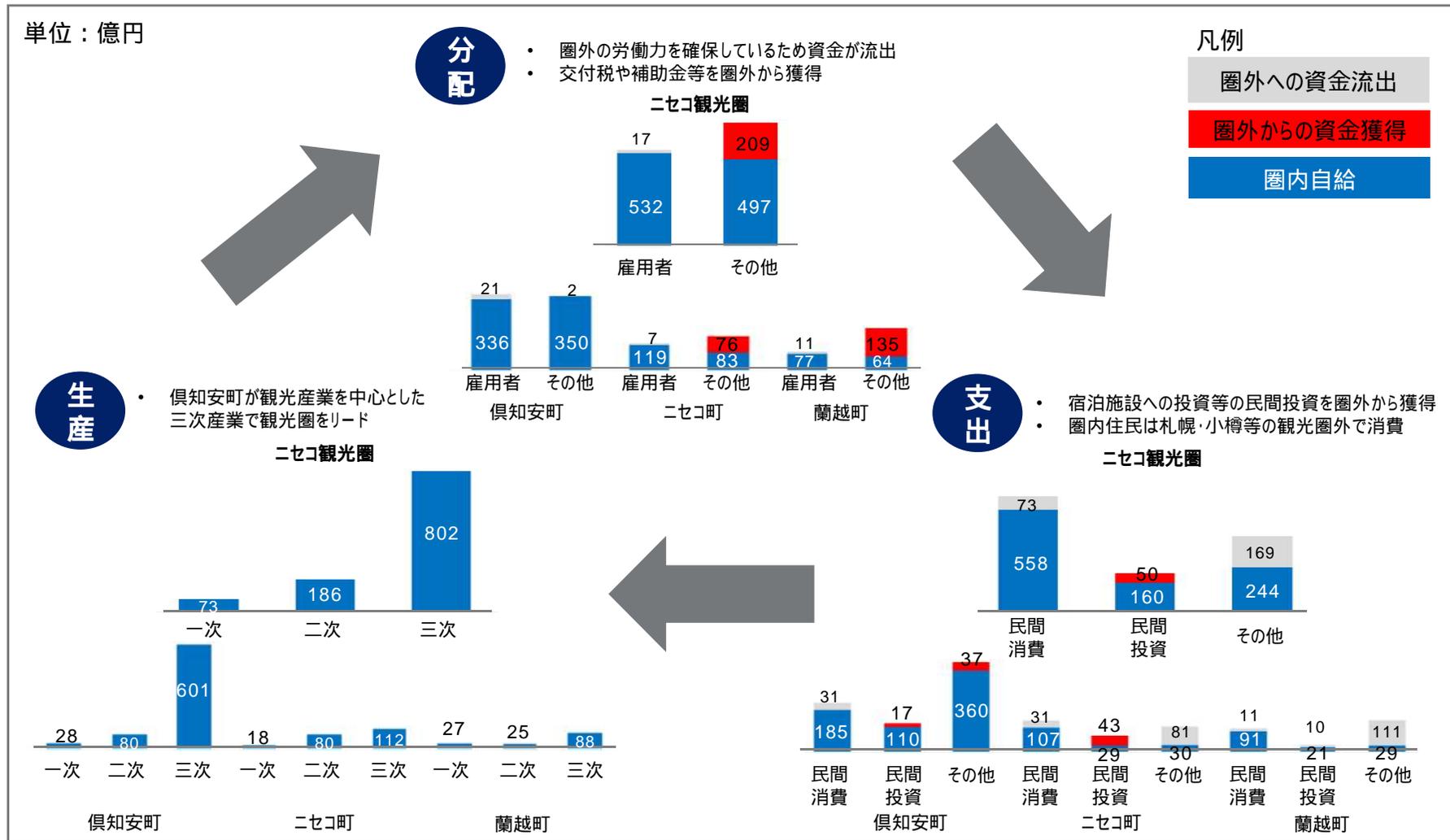
平成29年3月  
ニセコ町

# 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

## ニセコ観光圏の地域経済循環



(注記) 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(生産を所得で除した値)は、ニセコ観光圏では85.7%であり、一定程度他地域から流入する所得に依存しているといえる。なお、地域経済循環率はあくまでその地域における地域経済の特徴を示すもので他地域と比較するものでないため(RESAS地域経済循環マップより)、ここでは参考情報として掲載  
 (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)より、蘭越町、ニセコ町、倶知安町のデータをデータ提供元である価値総合研究所の解説に基づき合算してニセコ観光圏単位で算出

# 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

圏内・町内の主力産業

ニセコ観光圏

ニセコ町

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÷従業員数）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

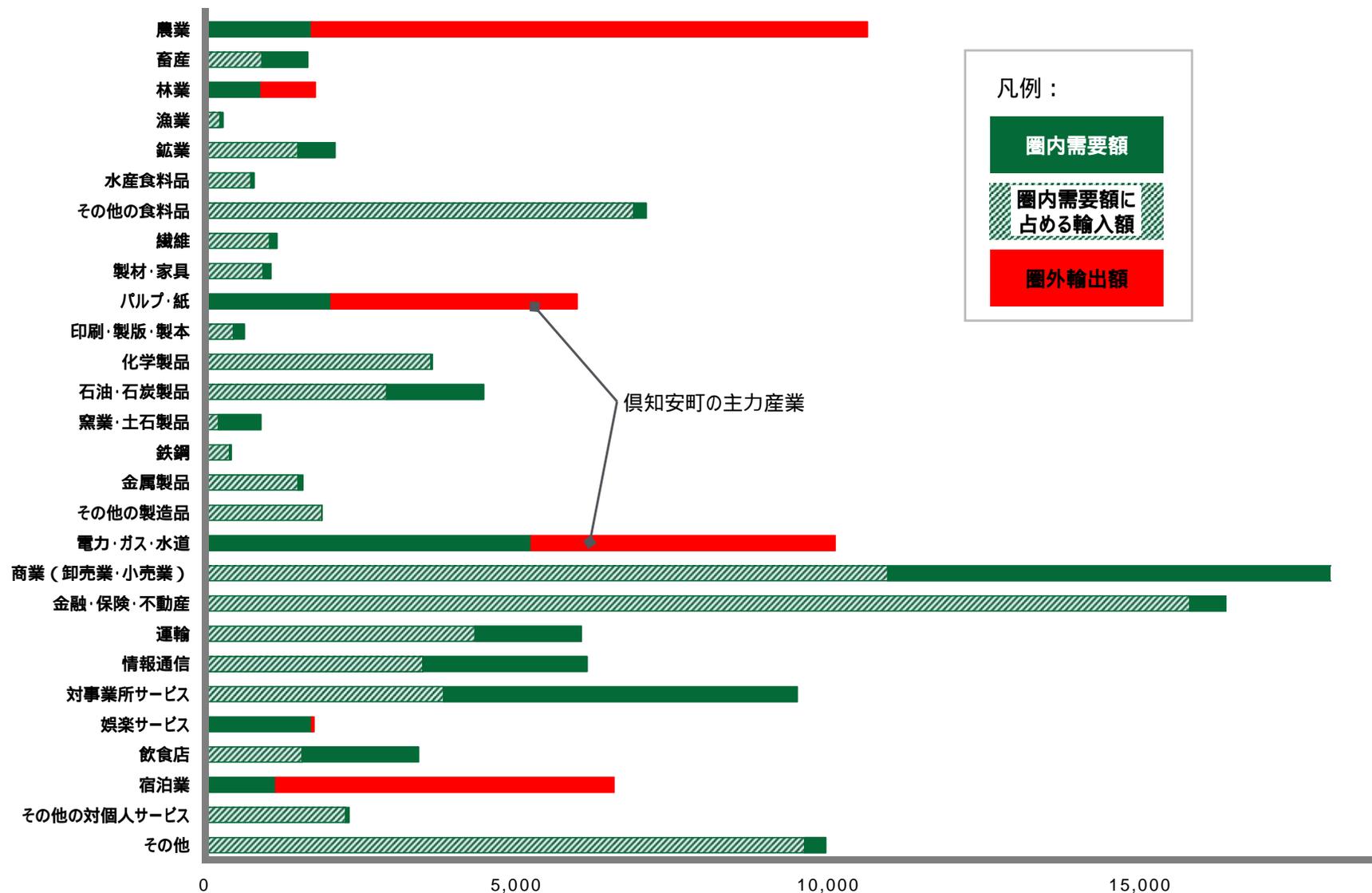
新設・廃業が多い産業

	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)



凡例:

圏内需要額

圏内需要額に占める輸入額

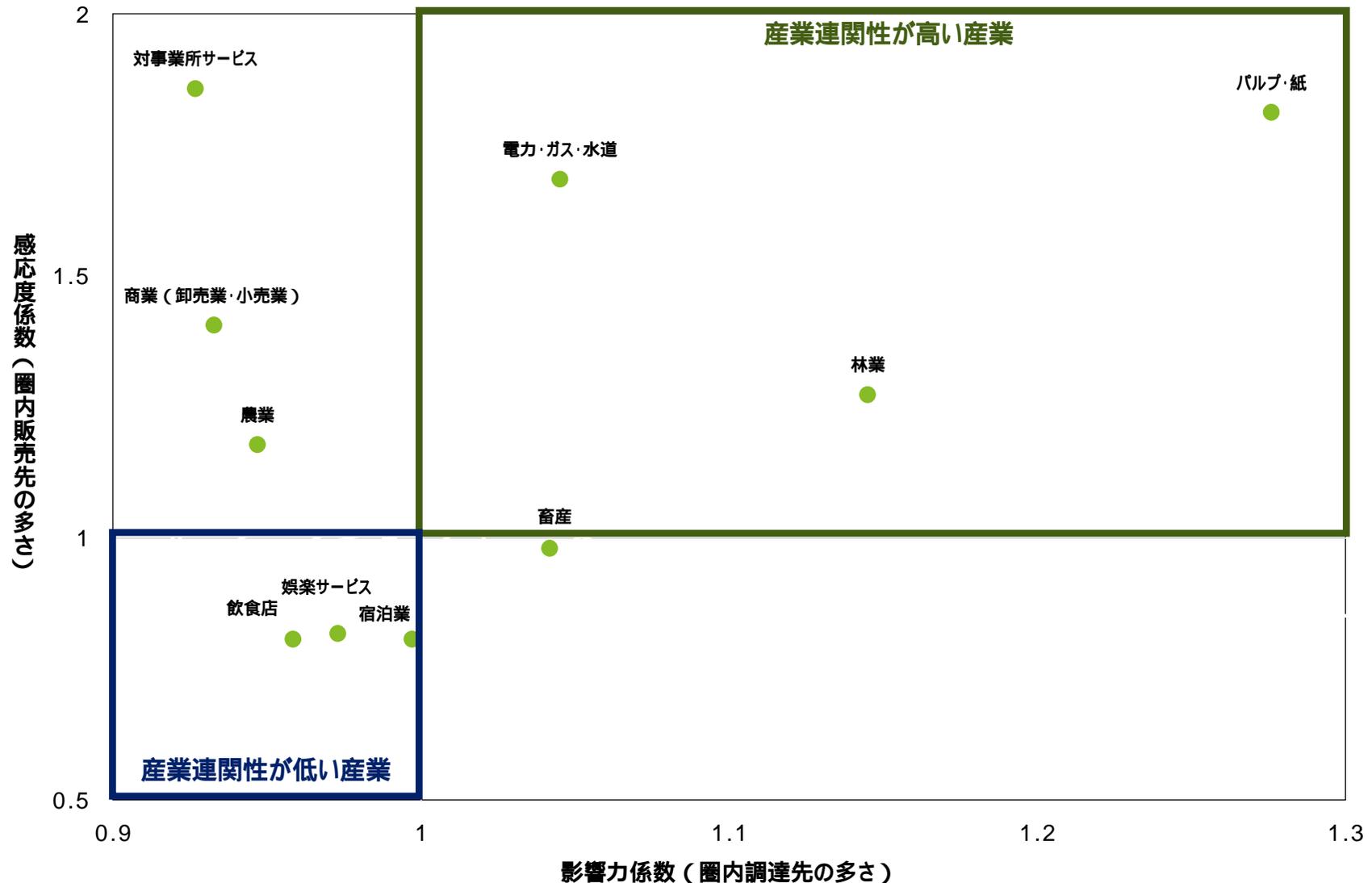
圏外輸出額

倶知安町の主力産業

(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出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))

# 倶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



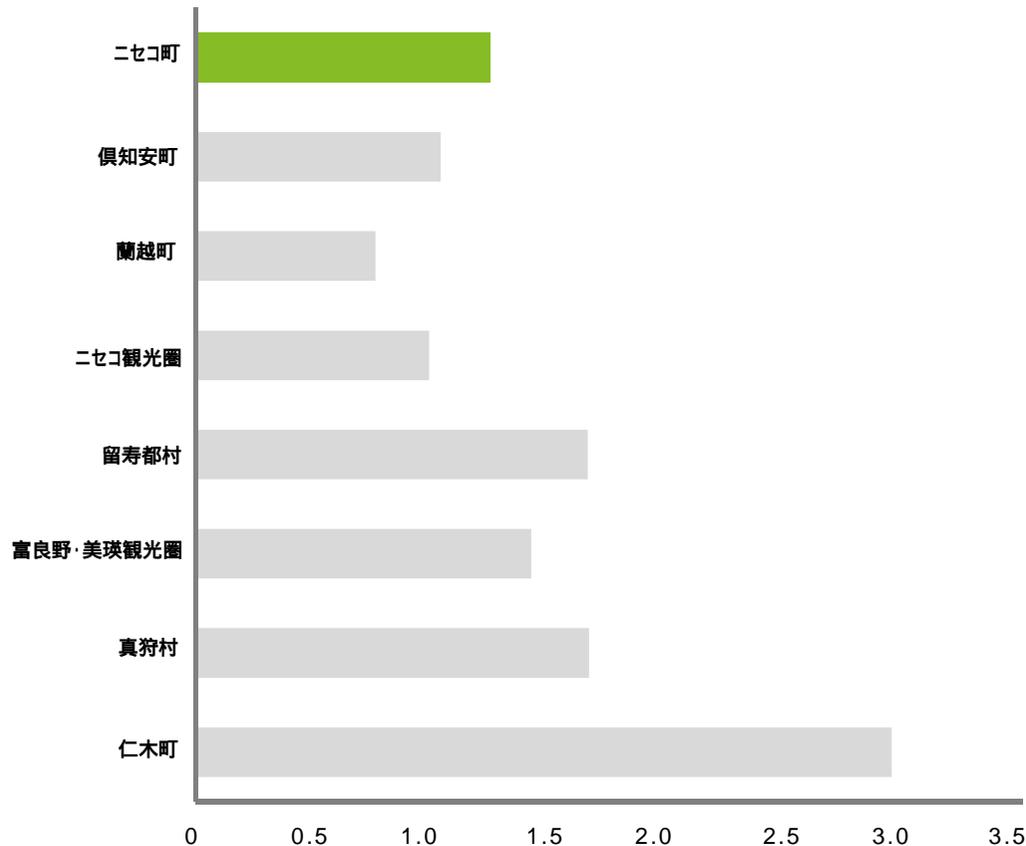
\*連関性とは、当該産業が圏内他産業にどれくらい販売先や調達先を有しているかを指す。連関性が高い場合、当該産業の圏内他産業に対する影響力が強い  
 (出典)「ニセコ観光圏経済波及効果調査業務報告書」(平成27年度、ドーコン)より引用。上記は報告書掲載の35部門の産業より、圏内及び町内の主力産業のみを抽出して掲載

# 生産分析 < 農業分析 >

# 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

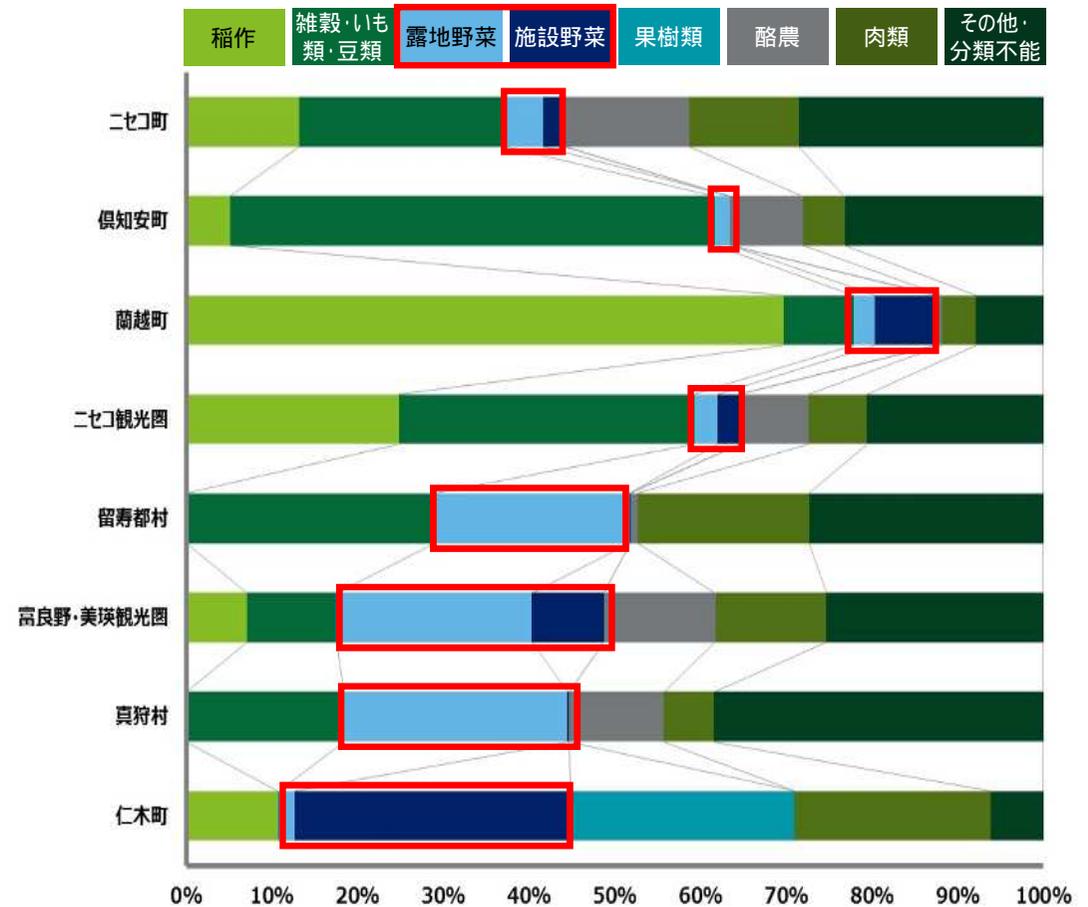


(出典) RESAS産業構造マップ(農業)よりダウンロードした平成22年データをもとに作成

\*富良野・美瑛観光圏とは富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、美瑛町、占冠村

## 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



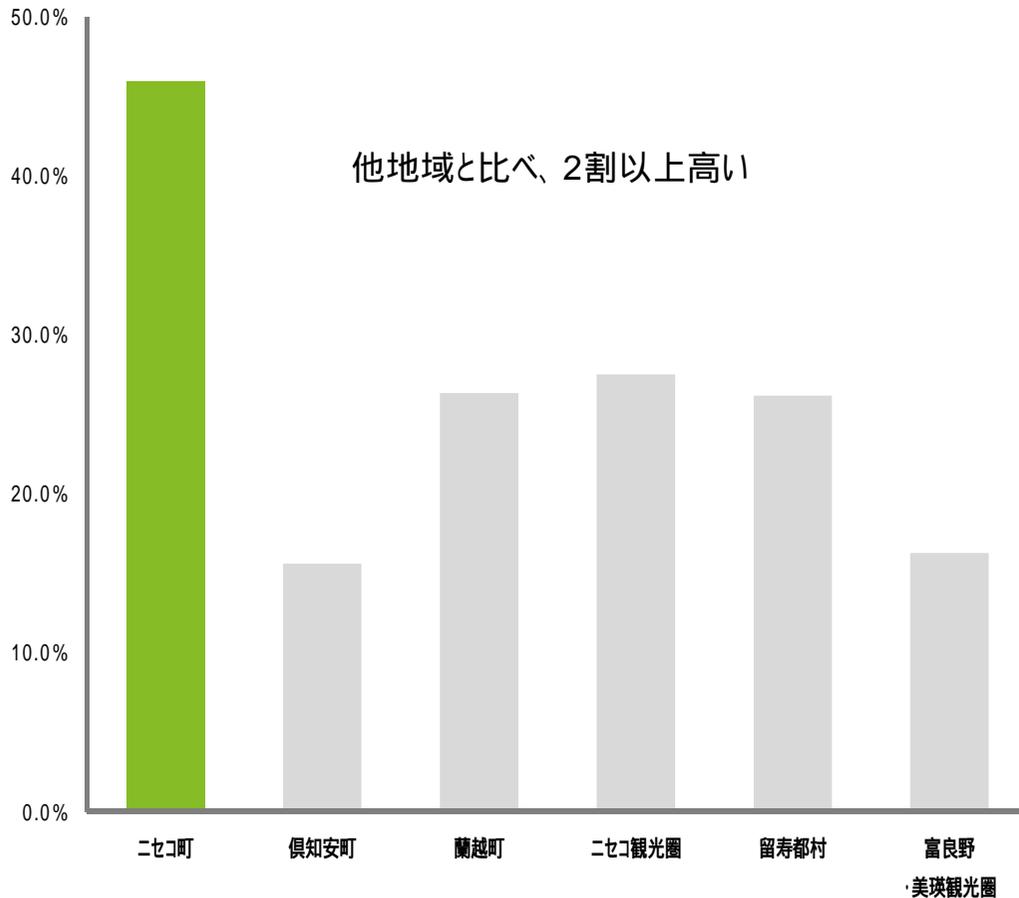
(出典) RESAS産業構造マップ(農業)よりダウンロードした平成22年データをもとに作成

\*露地野菜とは、ブロッコリー、スイートコーン、にんじん、アスパラガス等

\*\*施設野菜とは、トマト、メロン等(ニセコ町農業振興計画より)

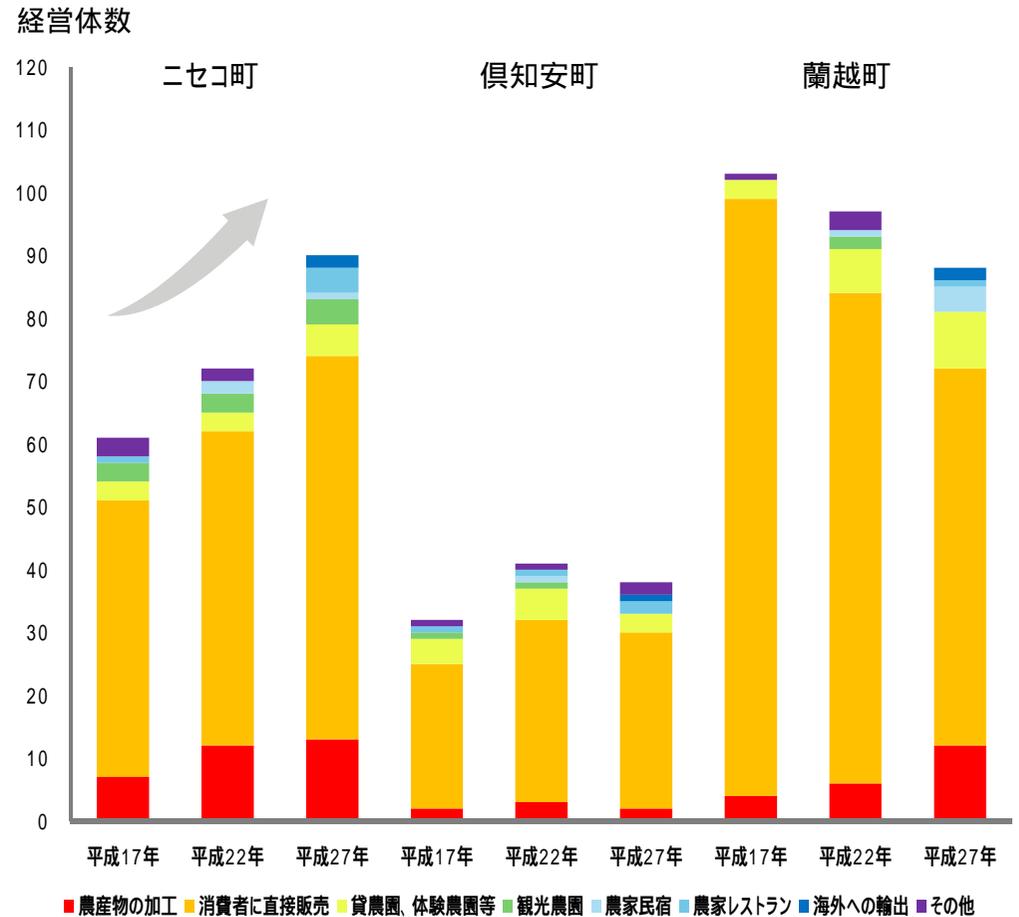
# ニセコ町では、農業生産関連事業を行っている経営体数の割合が他地域よりも高く、その中でも消費者への直接販売が主要事業となっている

## 農業生産関連事業への関与率(平成27年)



## 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



(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

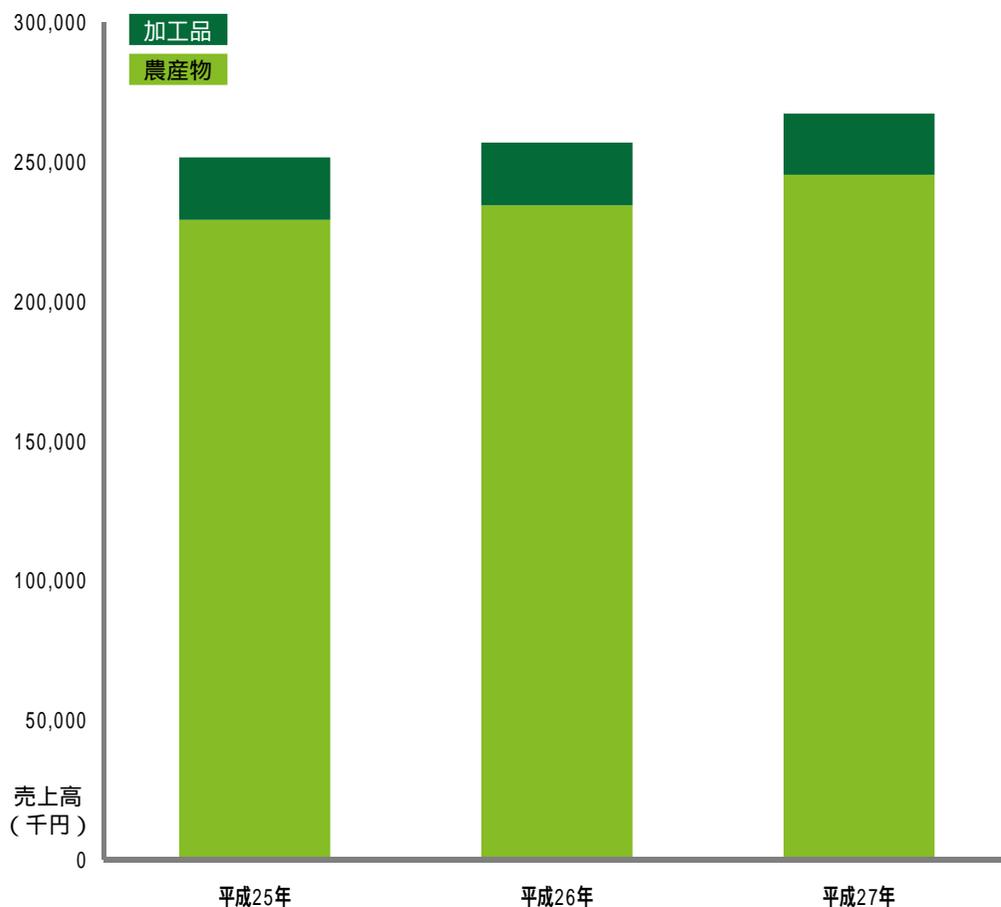
(出典) 北海道農林業センサス(平成27年、北海道総合政策部)をもとに作成

(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

# ニセコビュー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

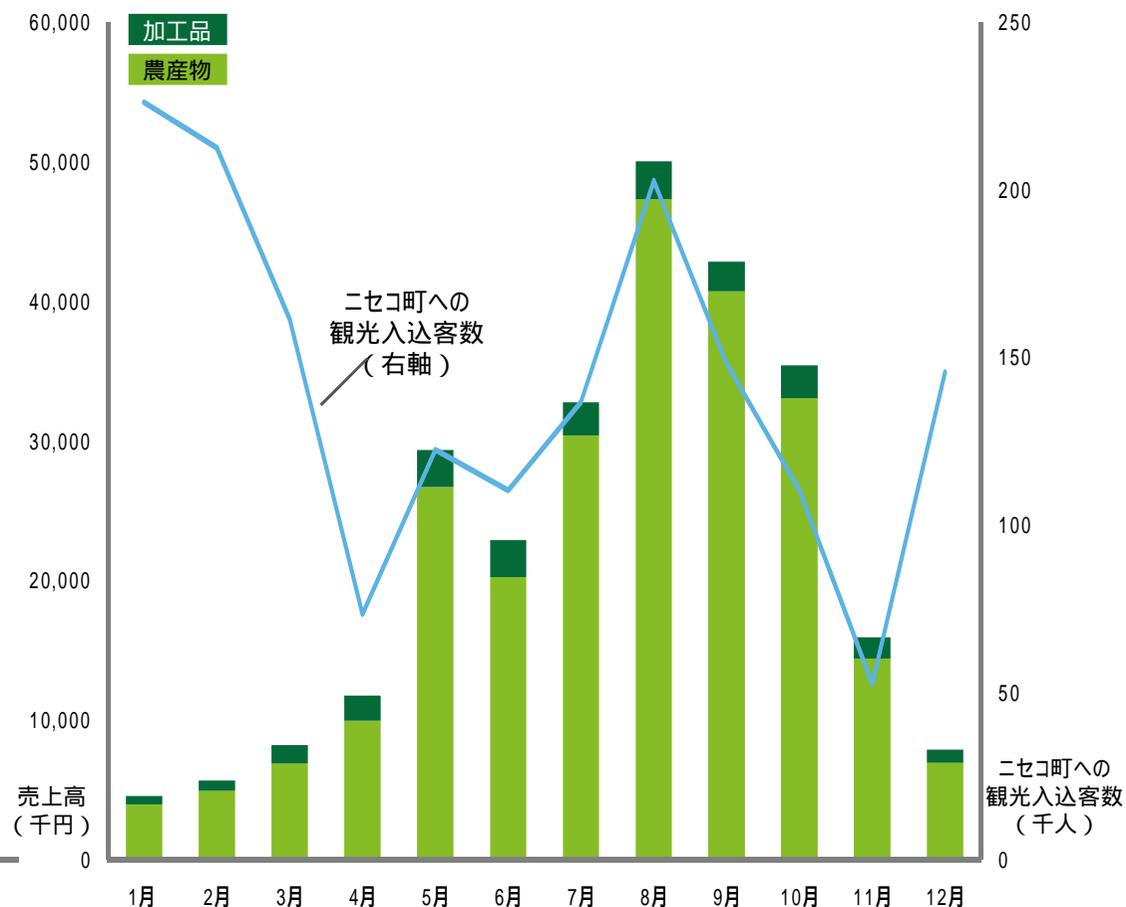
## ニセコビュープラザ直売所の年間売上高推移

- 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
- ビュー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



## ニセコビュー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



(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)ニセコ町ビュープラザ売上データ(平成25年、平成26年、平成27年、ニセコ町)をもとに作成

(出典)ニセコ町ビュープラザ売上データ(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

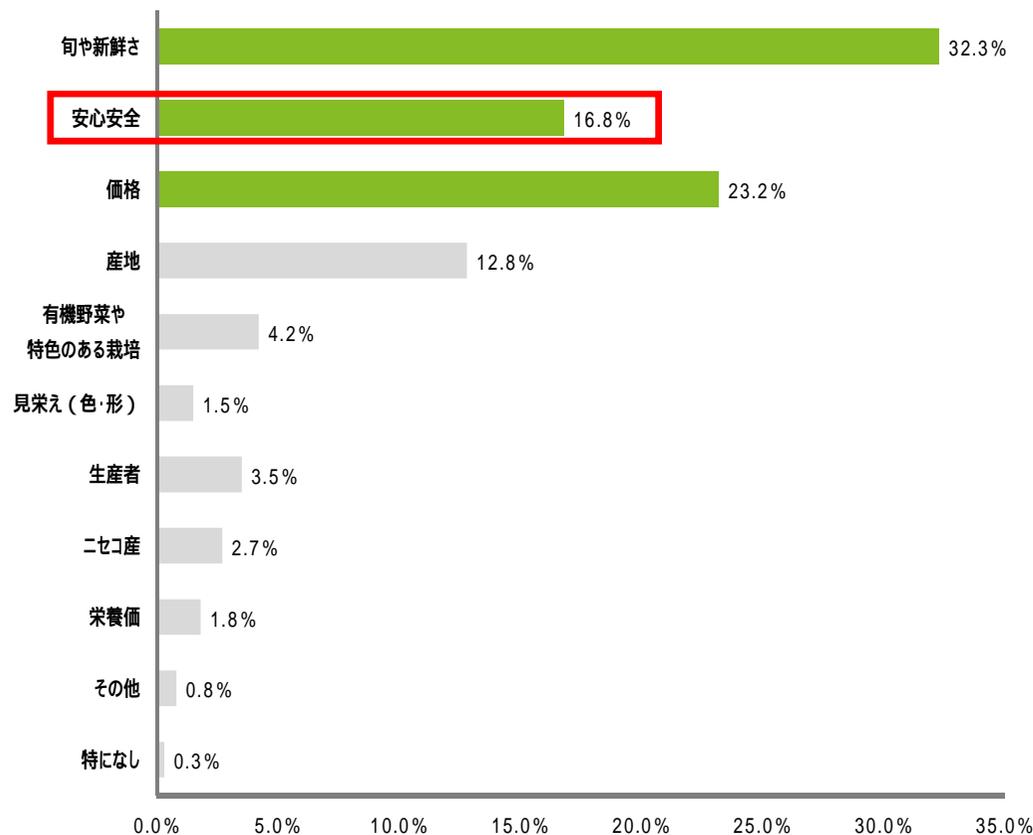
# ニセコ町を訪れた一般消費者は農産物購入時に「安心安全」を重視しており、ニセコ産農産物イメージと合致している

## 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)

- 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

## ニセコ産農産物に対するイメージ(アンケート結果)

- 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



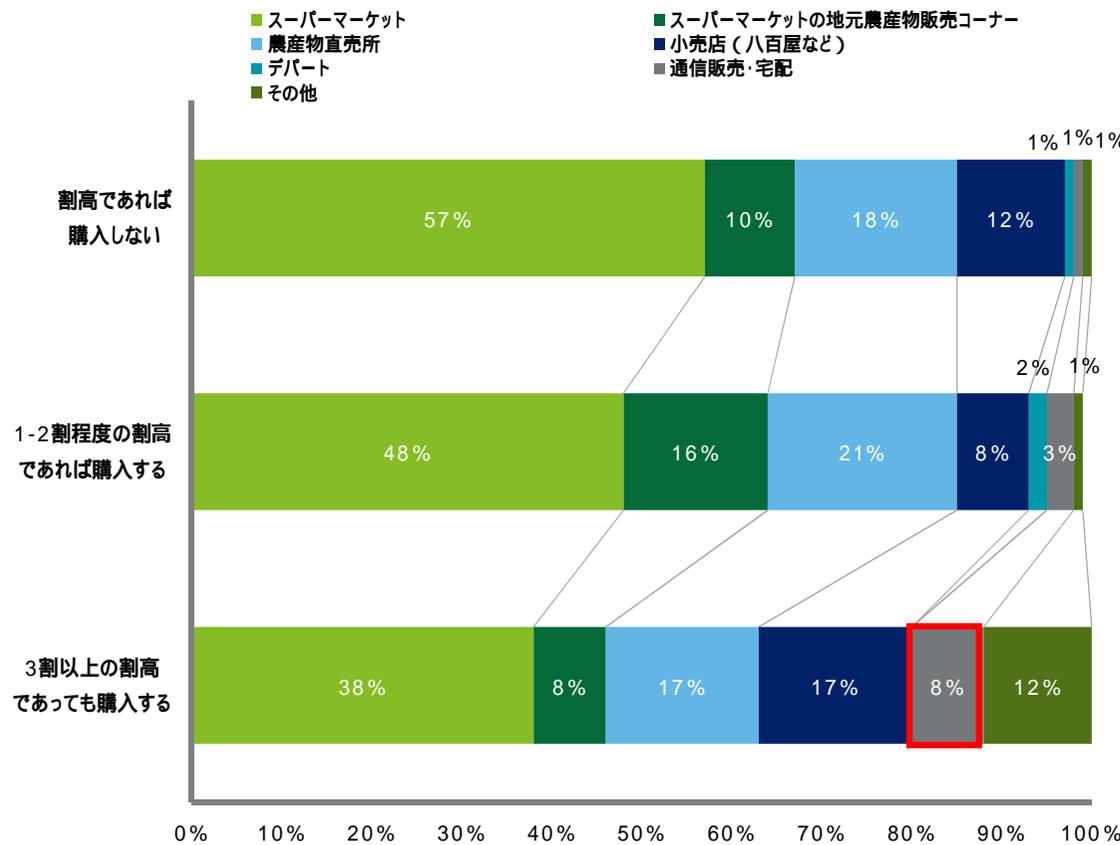
\*調査対象は、道の駅ニセコビュプラザ、高橋牧場(ニセコ町)を訪れた農産物購入者(下記調査結果より)

(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

# 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、ニセコビュープラザでは、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割以上の割高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



## ニセコビュープ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	✓ キャベツ
✓ じゃがいも	✓ 大根
✓ 米	✓ ねぎ
✓ アスパラ	✓ ブロッコリー
✓ トマト	✓ 茄子
✓ とうもろこし	✓ きのこと類
✓ かぼちゃ	✓ きゅうり
✓ 人参	✓ いちご
✓ ミニトマト	
✓ ゆり根	
✓ 玉ねぎ	

\*調査対象は、道の駅ニセコビュープラザ、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)ニセコビュープラザ売上データ(ニセコ町)及びニセコビュープ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)

業態	事業者からのニーズ
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
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。そのためにも安定供給が不可欠である

### 主なニーズ

冬の野菜の種類・量  
農産物の安定供給  
安心安全

# 分配分析

# 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

## 産業別従業者数の推移

圏内で雇用力が大きい産業

	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	① ↓ 49%	↑ 294%	96	66	① ↓ 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	② ↓ 83%	↑ 123%	882	687	② ↓ 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	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%

### ① 運輸業，郵便業の従業者数減少の理由

- ✓ 全国的に人手不足の業界であり、従業者確保が困難
- ✓ 限られた人材は、賃金の高い本州に流出していると考えられる

### ② 宿泊業，飲食サービス業の従業者数減少の理由

- ✓ 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
- ✓ 従って、宿泊業の従業者数が減る一方、コンドミニウムに必要な清掃業、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

### ③ 医療，福祉の従業者数増加の理由

- ✓ 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

(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

# 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 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

町民の雇用力が大きい産業

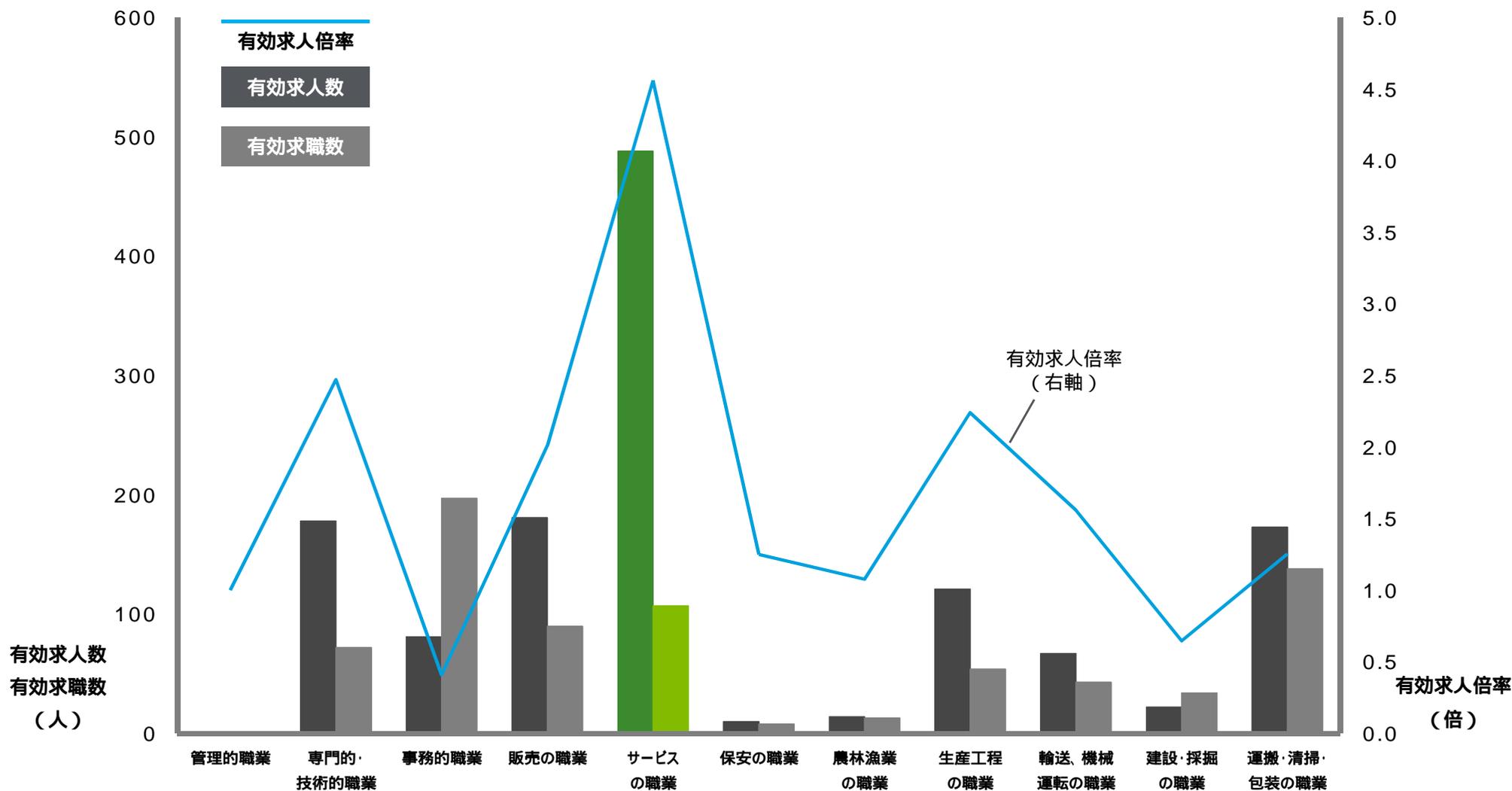
売上高(百万円)	ニセコ観光圏				ニセコ町			
	従業者	就業者	流出入数*	1人当り生産高	従業者	就業者	流出入数*	1人当り生産高
全産業	13,169	12,940	↑ 229	12	2,270	2,316	↓ -46	16
農林水産業	1,991	2,003	↓ -12	7	479	491	↓ -12	7
鉱業	4	6	↓ -2	30	2	0	↑ 2	30
製造業	397	481	↓ -84	15	56	64	↓ -8	18
建設業	1,164	1,082	↑ 82	30	166	162	↑ 4	98
電気・ガス・水道業	94	99	↓ -5	102	9	11	↓ -2	102
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

\*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)

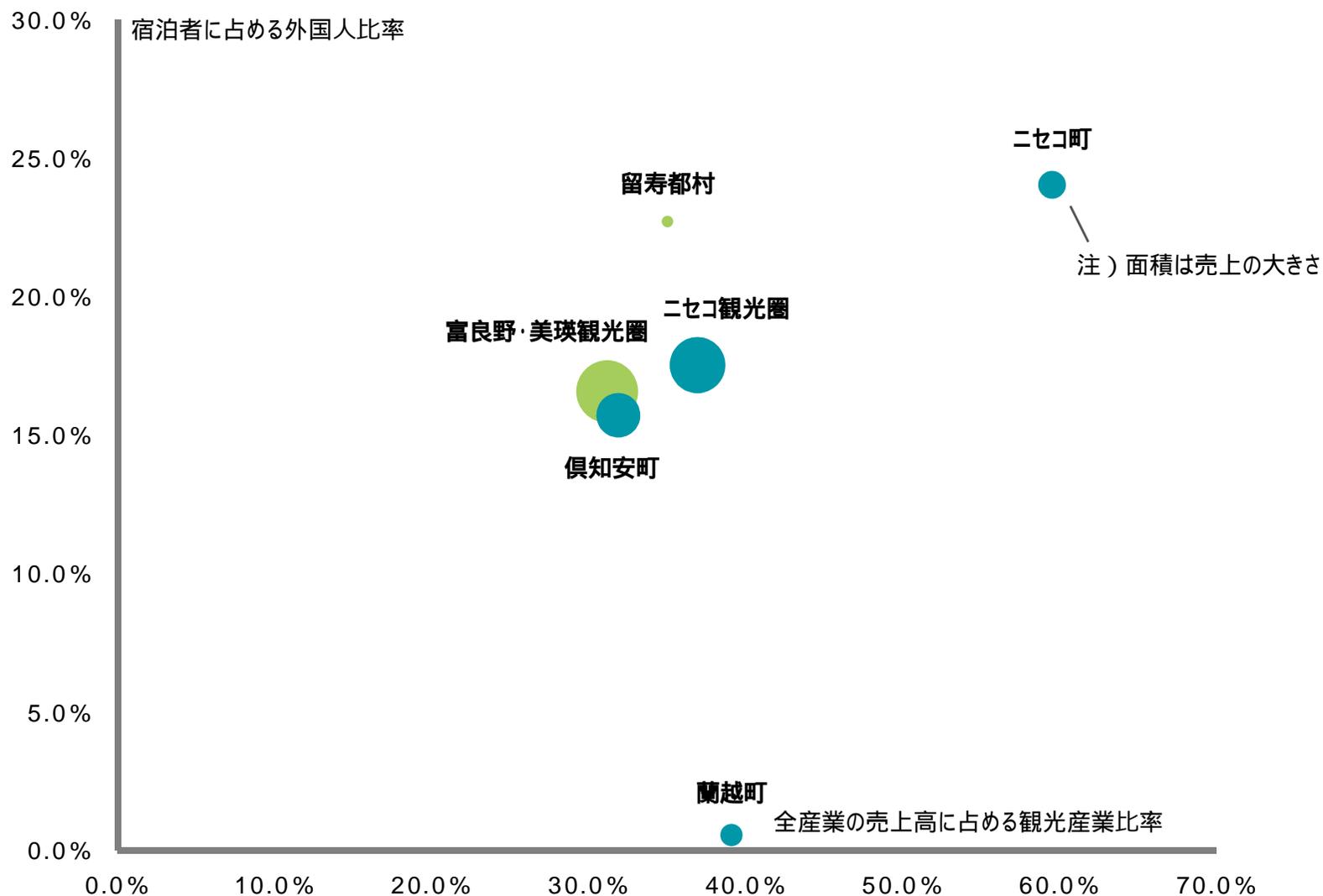
サービスの職業: 家庭生活支援、介護、保険医療、生活衛生、飲食物調理、接客・給仕、居住施設・ビル等の管理、その他

(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

# 支出分析 < 觀光消費 >

# 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

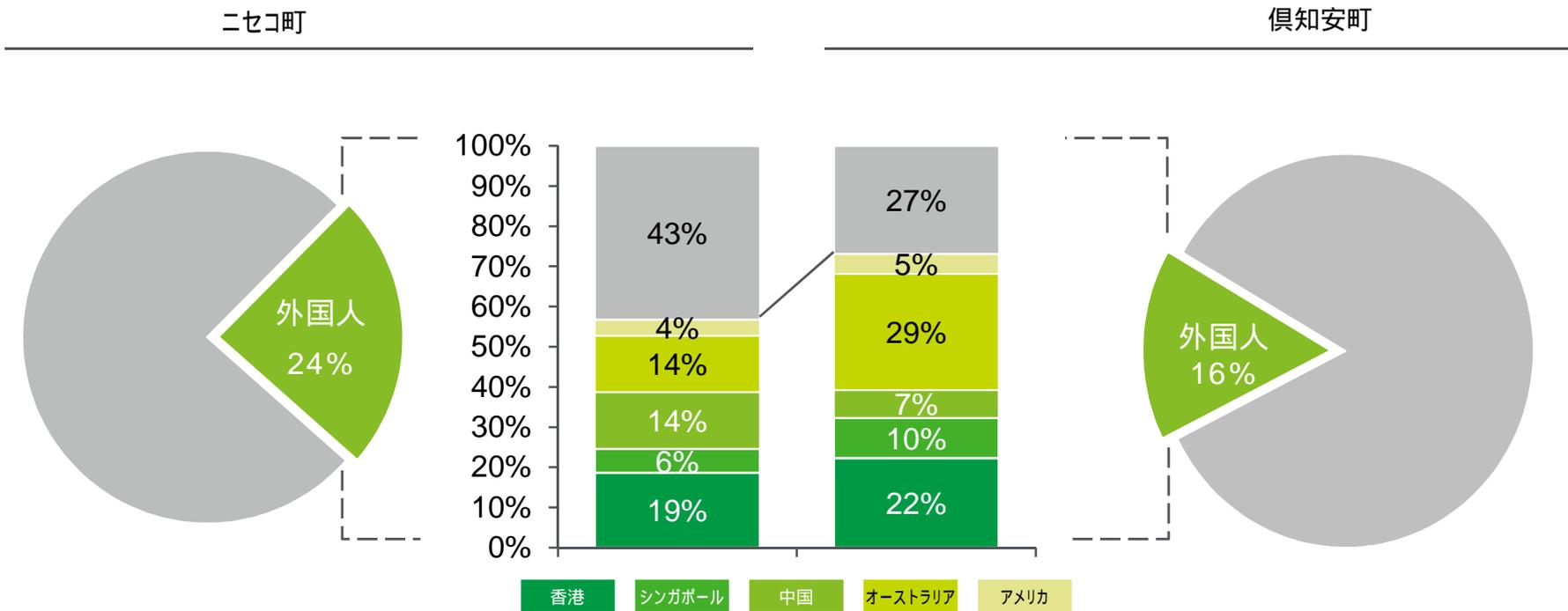
## 観光産業と外国人宿泊客との関係性



(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

# 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



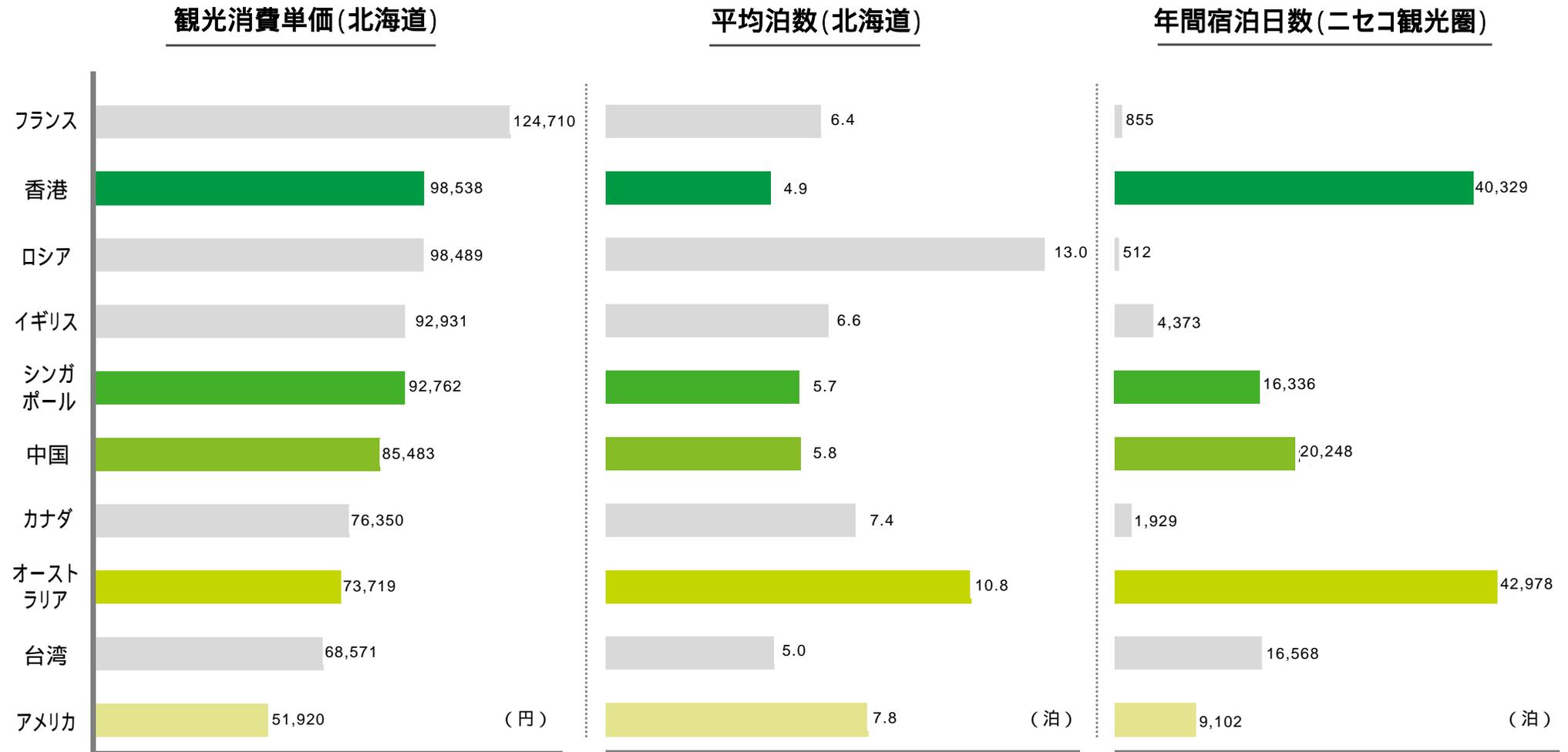
(出典)

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

# 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

# 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

■ 平成25年度 ■ 平成26年度 ■ 平成27年度

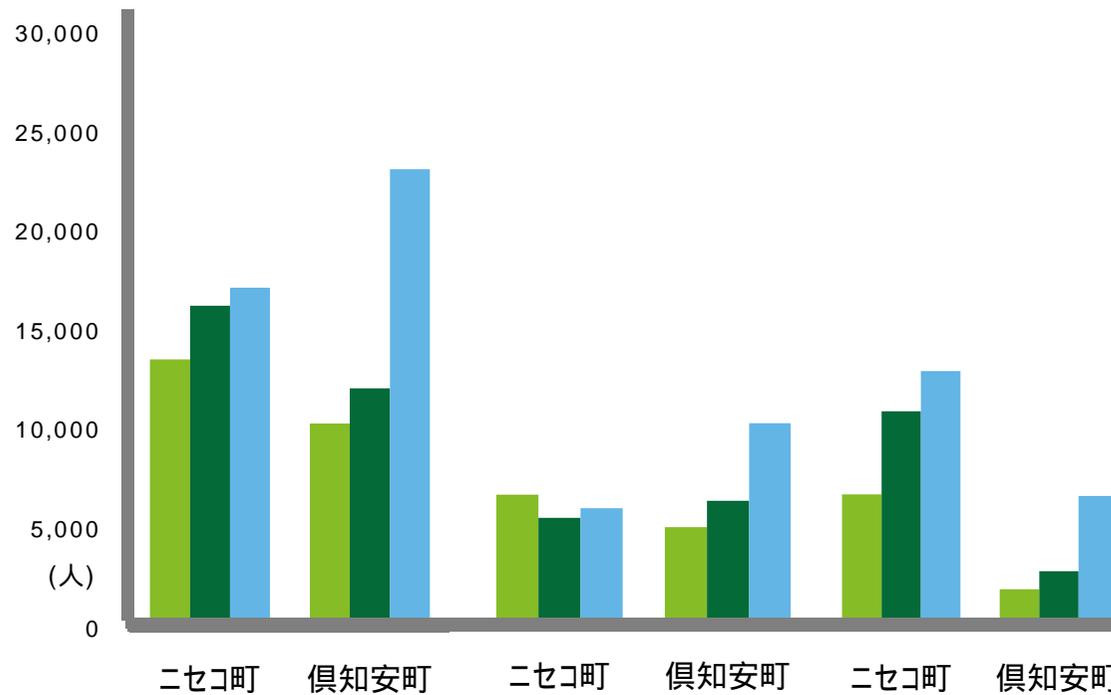
### <観光消費単価が高い国>

✓ ニセコ町は取り込めているが、倶知安町は平成27年に大幅に増加している

香港

シンガポール

中国

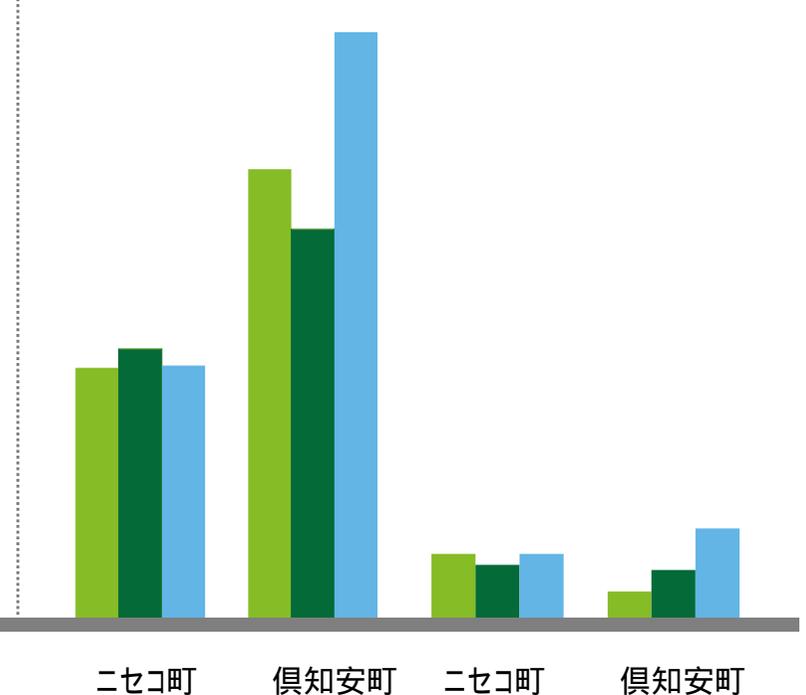


### <平均泊数が多い国>

✓ ニセコ町は横ばいであるのに対し、倶知安町は平成27年に大幅に増加している

オーストラリア

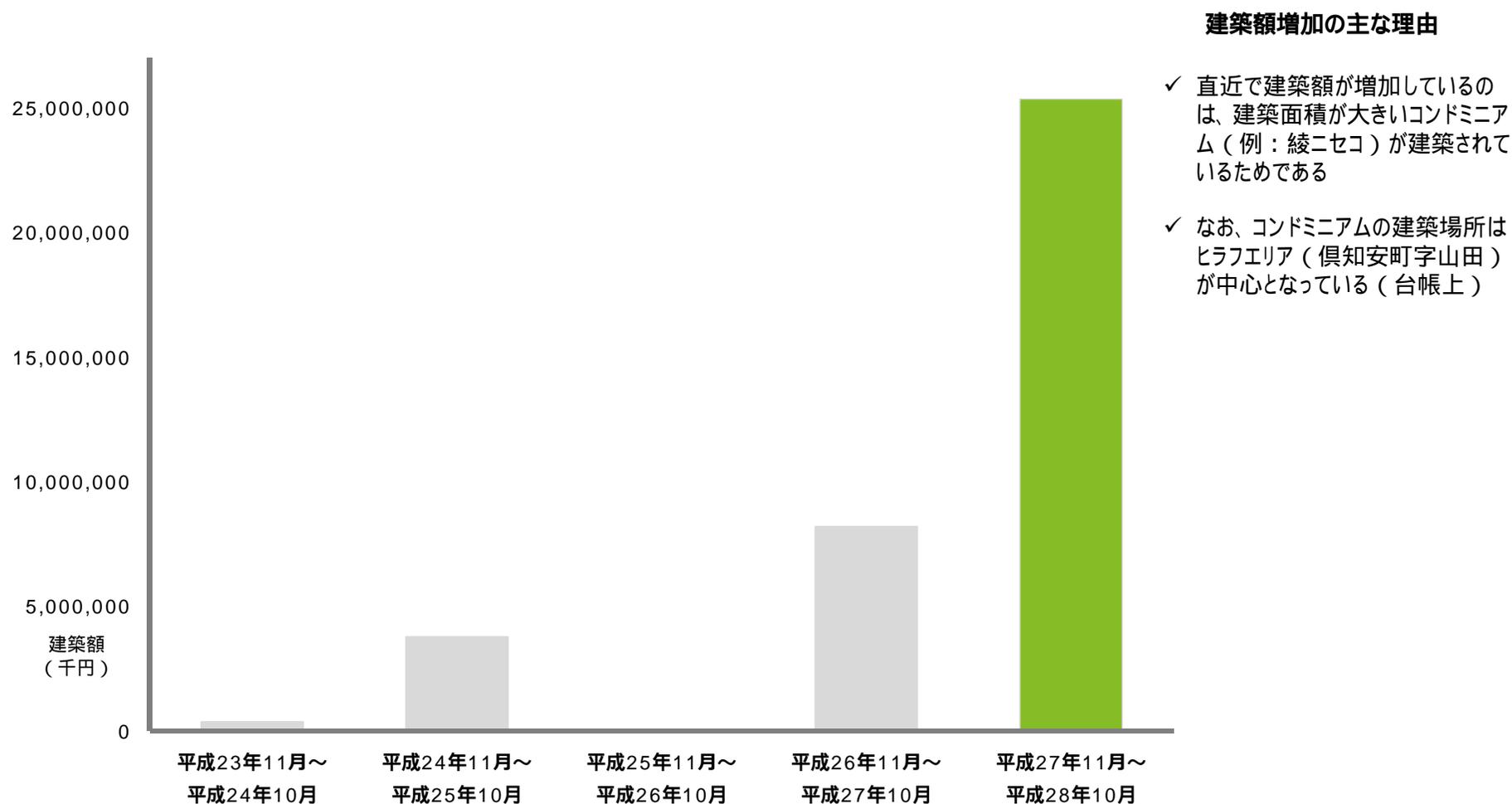
アメリカ



(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

# 参考資料

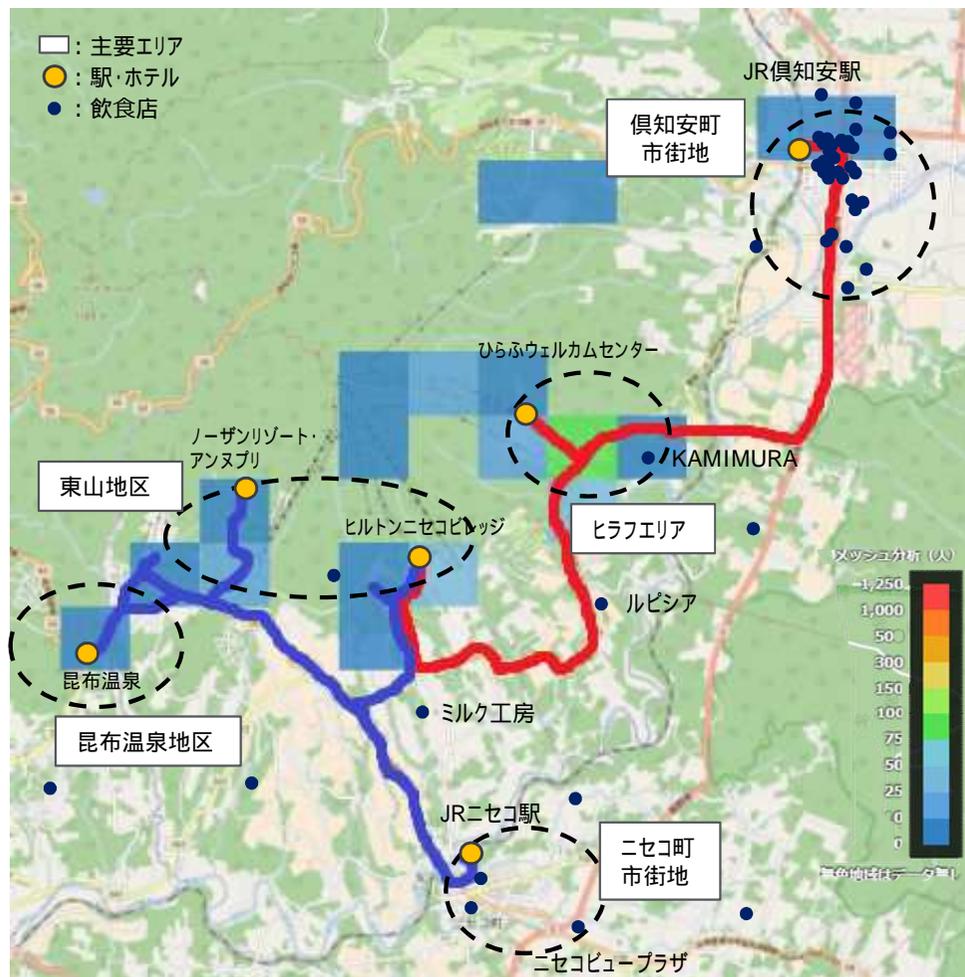
## コンドミニアム建築額の推移(推計)



(注記) 下記推計に活用した建築確認台帳には本調査時点で最新である平成28年10月までのデータが掲載されており、ここでは期間の区切りを前年11月～翌年10月としている。なお、平成25年11月～平成26年10月は建築確認台帳上でコンドミニアムの建築がなかったため、0としている  
(出典) 支出分析<民間投資>における推計結果をもとに作成

# タクシー不足や圏内循環バスと利用者ニーズのミスマッチにより、観光客は滞在場所である宿泊施設に留まる傾向にあり、圏内での消費につなげていない

## 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26年11月～平成27年4月を抽出。すべての地域、すべての国籍の外国人が含まれる
- バス路線及び運行本数、運行期間はニセコバス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分以降の運行に限られている

	冬期の運行本数		
	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

バス

- ✓ 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

タクシー

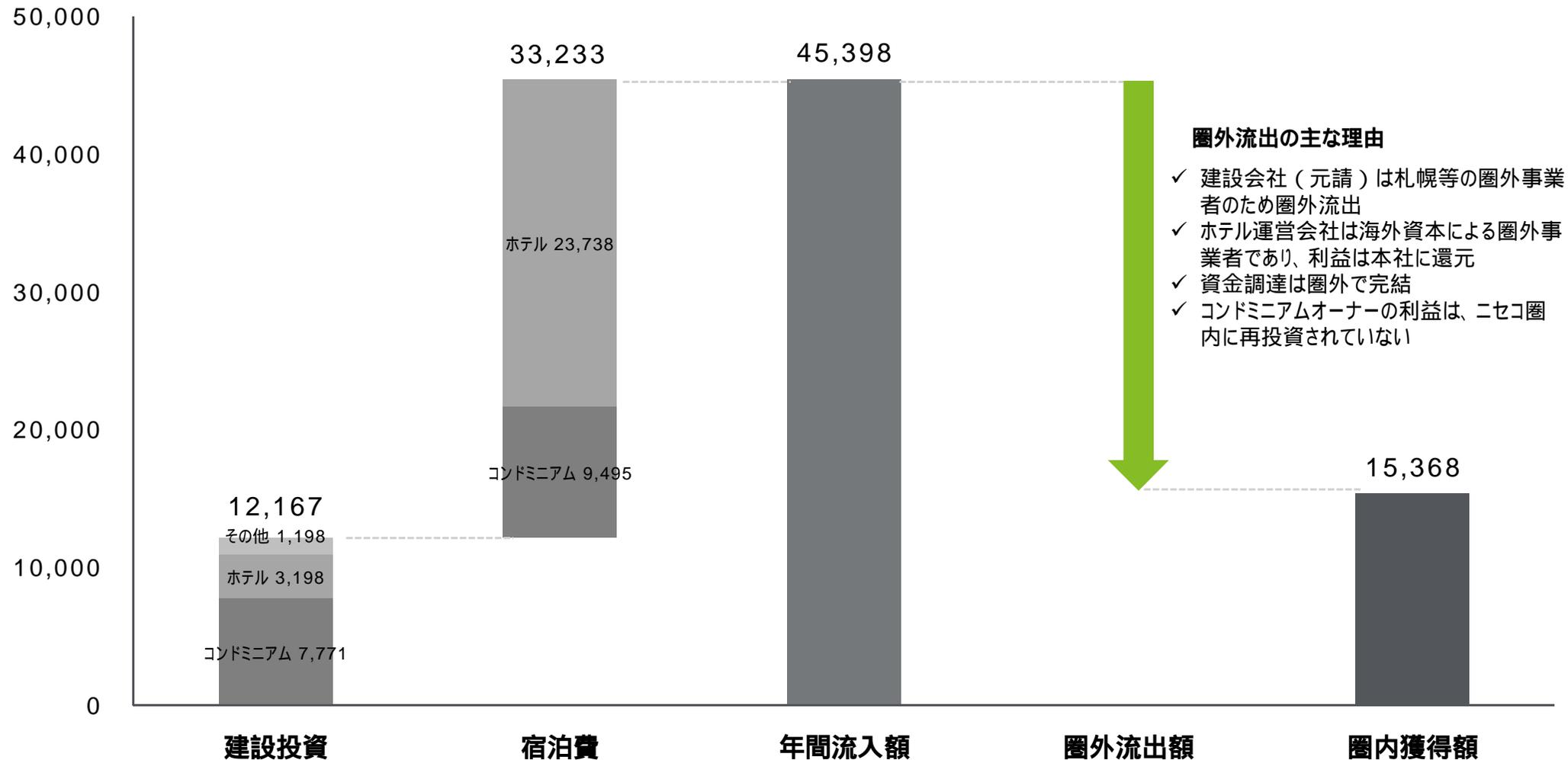
- ✓ オフシーズンに稼働率が低くなるため、地元タクシー会社ではタクシーを増車していない(オンシーズンのみ他エリアの事業者がニセコ観光圏内で営業)
- ✓ 観光圏内でタクシーがつかまりにくく、一部の観光客が長時間に渡りタクシーを確保し続けているため、さらに観光圏内の台数が不足している

# 支出分析 < 民間投資 >

# 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)

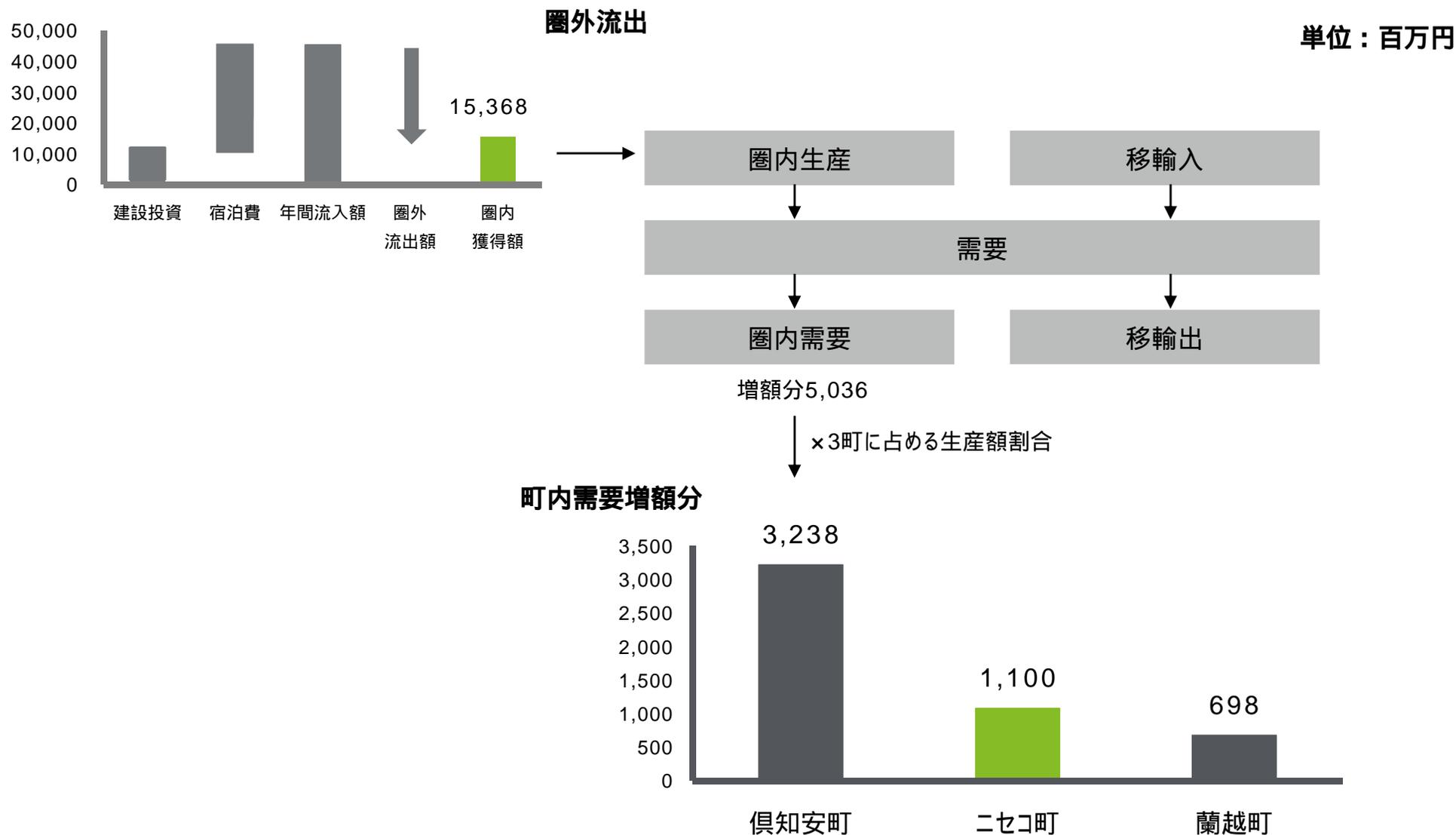
単位：百万円



(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

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)

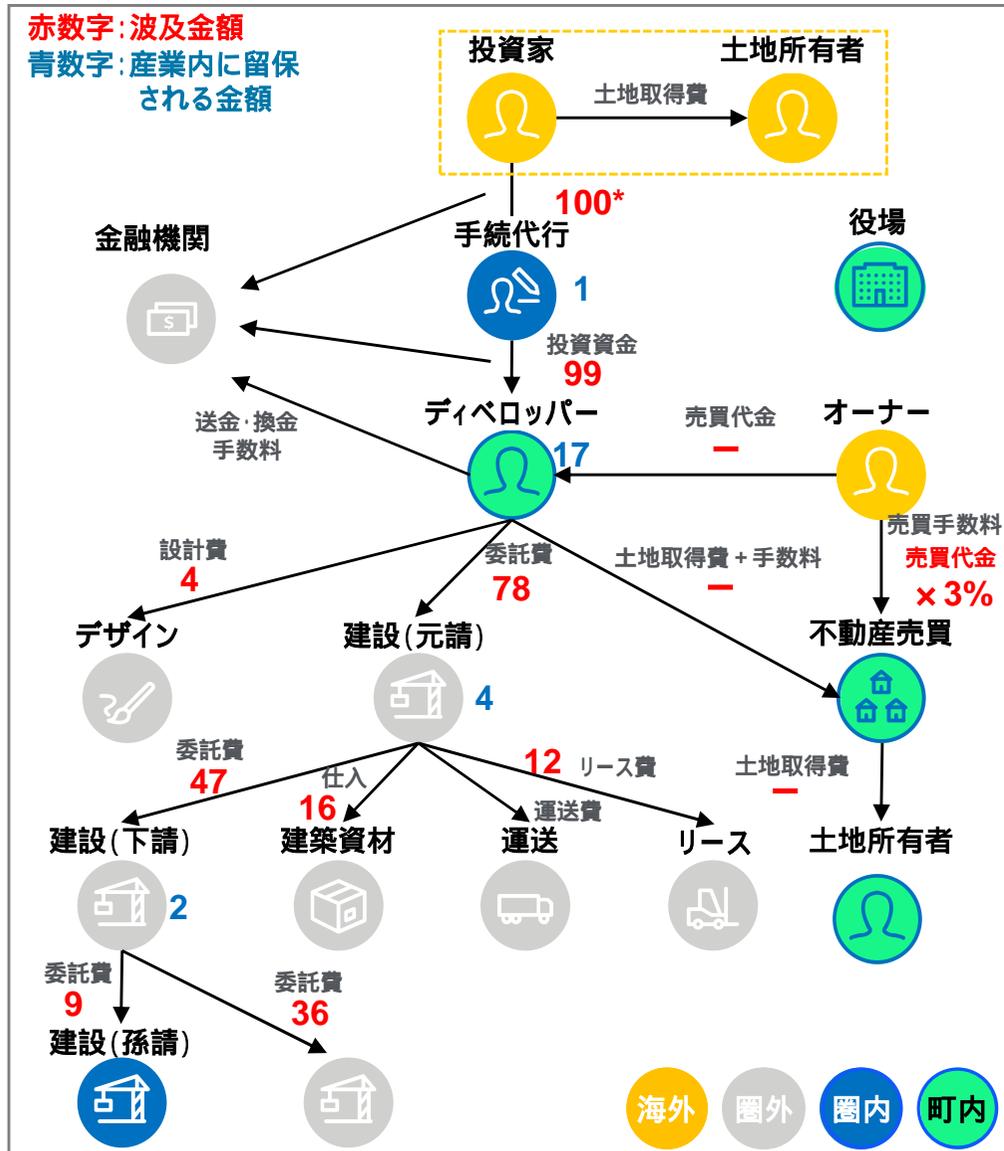


# (参考資料)

## 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】

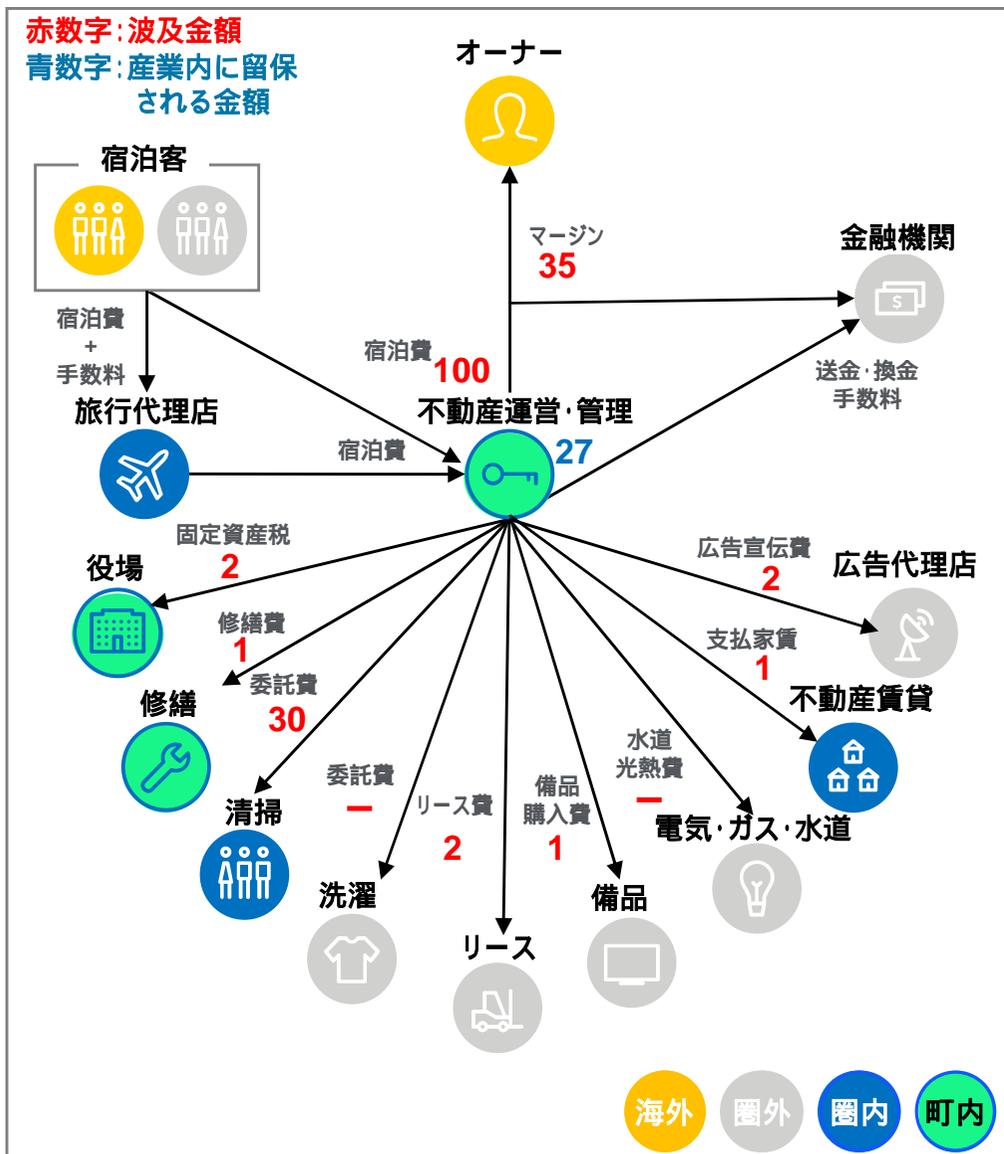
- 投資家の投資資金は、手続代行業者(司法書士や土地家屋調査士等)経由でデベロッパーに渡る。
- 投資対象となる土地は、町内の不動産売買業や町民が保有する場合もあるが、既に9割以上が外国人所有であり、売買が海外で行われている場合がほとんどである。
- デベロッパーは、現地でのマネジメントフィーとして、投資資金の約17%を取得し、残り(99-17=82)の95%を元請、5%をデザイン会社に発注する。(上記の通り、投資対象となる土地は海外で売買されているため、不動産売買業への波及金額は0としている)
- 建設会社(元請)の粗利は約5%。粗利を除いた金額は、委託費(外注費)60%、建築資材仕入20%、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を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。

# (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】

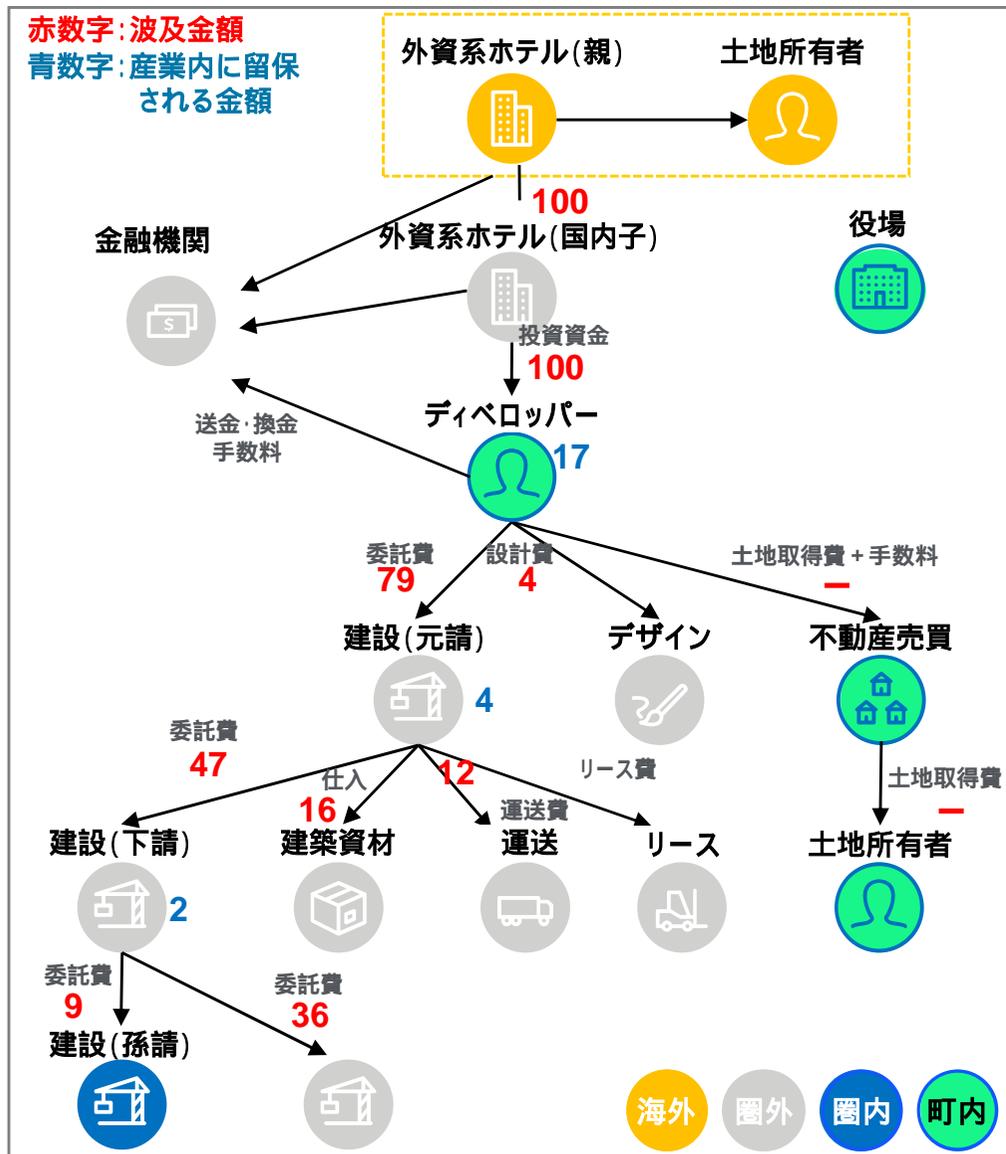
- 不動産運営・管理を経由して、主に海外及び圏外から訪れる宿泊客の宿泊費が関連産業に波及していく。不動産運営・管理は圏内及び町内に複数存在し、建設後の投資の元出となっている。
- 宿泊費は全て不動産運営・管理に入り、そのうち約35%はマージンとしてオーナーに支払われる。不動産運営・管理には約27%が従業員への賃金分等として留保されるが、従業員のうち定住者は10%弱で大部分が季節労働者である。
- 宿泊費のうち、町内には役場への固定資産税や修繕会社への修繕費として波及する。建設後のメンテナンスは機動的に対応可能な地域の業者を利用しており、今後できるだけ町内業者を使いたいという意向がある。
- 不動産運営・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っている。**
- **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じて行われ、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「水道光熱費」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。

# (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。

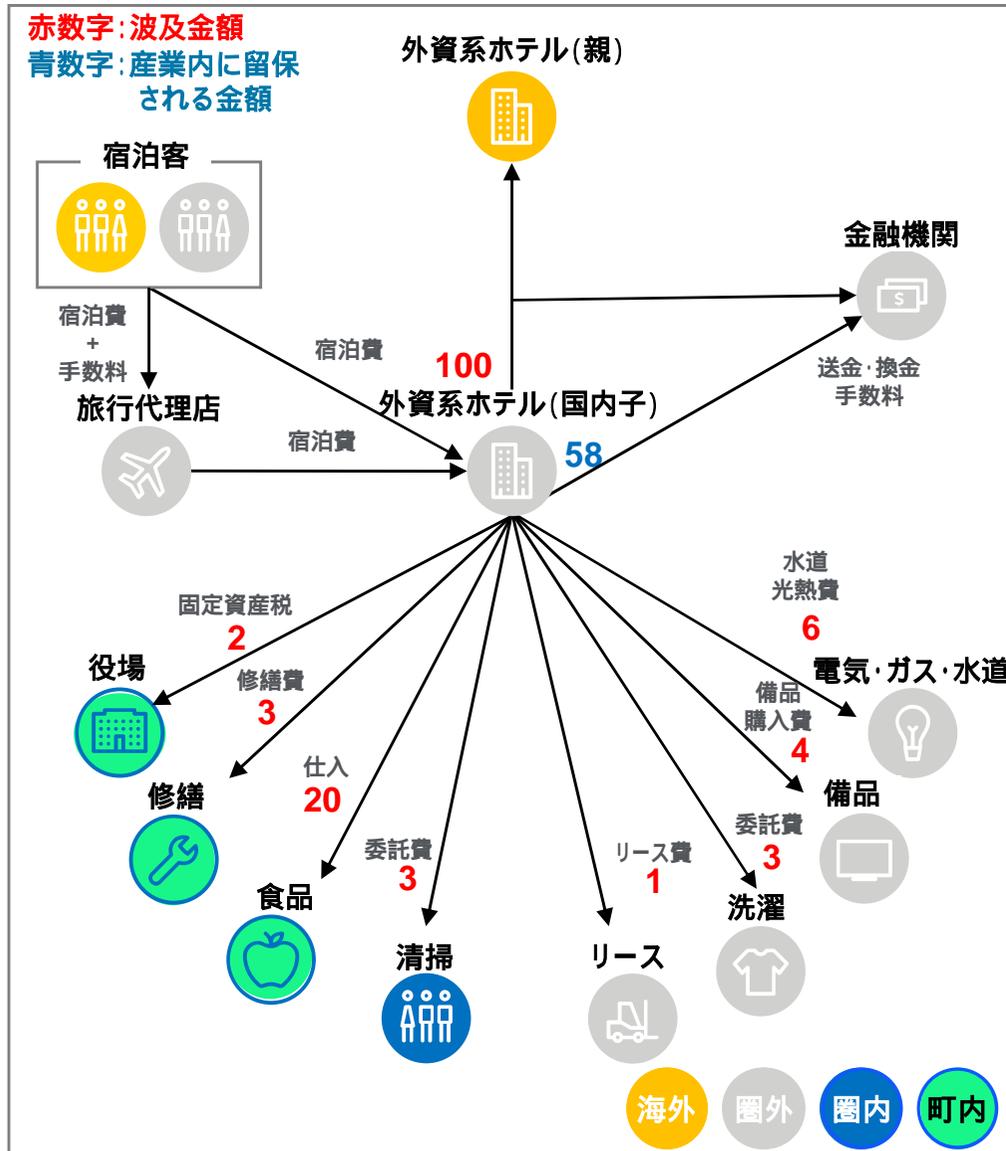
(注釈) 土地取得費は案件によって投資資金に占める割合が大きく変化することから、取引自体は確認できているものの本調査では「-」としている。

# (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



### 【左図の補足説明】

- 上述の Condominium 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、その分が圏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。
- 圏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。

## (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 <sup>2</sup> /円	敷地面積(m <sup>2</sup> )	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

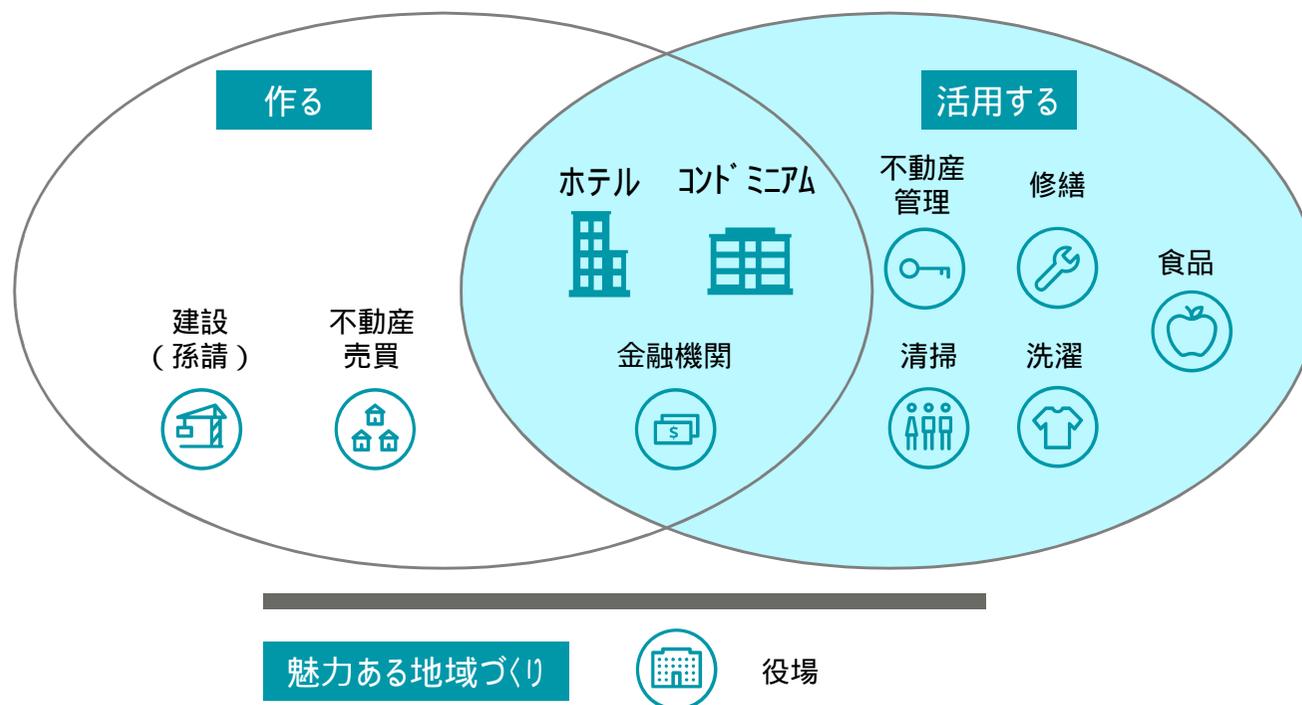
季節	平均金額 (単位:円)
夏季	25,041
冬季	35,495

(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・デイ)

# 地域経済循環強化戦略

# 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

# 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

# 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

	全般	農業
生産	<p>⚡ 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に圏内需要を取り込まれている 1</p>	<p>↑ 葉物野菜や冬期間の生産量・種類が限られている等、中山間地域農地の収益性改善余地がある 4</p>
	<p>🔄 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</p>	<p>↑ 冬期間にニセコビュープラザ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 5</p>
	<p>🔄 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</p>	<p>↑ 町外の消費者や事業者に対する、ニセコ産農産物の販売方法を確立できていない 6</p>
分配	<p>⚡ 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</p>	<p>⚡ 宿泊業で人手不足が顕著であるが、後志振興局内での労働力確保が難しく、局外からの労働力に頼っている 8</p>
	観光消費	民間投資
支出	<p>↑ 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</p>	<p>⚡ ニセコ観光圏で不足・対応不可能な、清掃業等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 14</p>
	<p>↑ 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</p>	<p>🔄 情報発信内容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 15</p>
	<p>🔄 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</p>	<p>↑ 建設投資や宿泊消費に対応する事業者が不足しているが、担い手を獲得・育成できておらず、投資資金が流出している 16</p>
	<p>🔄 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</p>	<p>⚡ 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体となった取り組みができていない 17</p>
	<p>🔄 担い手不足等により既存タクシー事業者で需要に対応しきれず、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</p>	<p>⚡ ニセコ観光圏の高等教育機会が限られており、事業者や在住者(外国人含)が家族の進学を機に圏外に流出する可能性が高い 18</p>

# 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	