HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	「ニセコの窓口」に関する考察 ： ニセコにおけるワンストップ窓口のあるべき姿とは
Author(s)	木村, 宏
Citation	CATS 叢書 = CATS Library, 15, 111-130
Issue Date	2021-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/82081
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS15_10.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

石黒侑介，木村宏，天田顕徳編
『ニセコ町観光の諸相と観光振興ビジョン策定に向けた展望』
CATS 叢書第 15 号：111-130，北海道大学観光学高等研究センター（2021）

「ニセコの窓口」に関する考察

――ニセコにおけるワンストップ窓口のあるべき姿とは――

木村 宏
北海道大学観光学高等研究センター 教授

1. ニセコの発展とデスティネーションとしての「ニセコ」の所在と窓口

近年の「ニセコ」の観光発展は目覚ましい。1912 年，レルヒ中佐の北海道におけるスキー伝承に端を発し，日本国内においてスキーがレジャー産業として確立されるまでの軌跡に沿うように，「ニセコ」においてもスキーの大衆化に伴うスキーレジャー産業の開花，特にスキー場開発（1961 年ニセコ高原比羅夫スキー場のオープン）や宿泊施設の建設，冬季に集中する客のグリーン期への誘導するための施設整備や登山，ハイキングブームの後押しなど多分にもれず各地のスキー場発展のプロセスと違うことなく順調な発展を遂げてきた。1990 年代に入り，更に独自の発展を遂げる「ニセコ」は，主に豪州人グループが展開した夏のアクティビティーによる誘客や滞在型リゾートとしての国内外のデベロッパーによる投資開発に輪をかけ，国のインバウンド政策による訪日外国人の受け入れもその数を伸ばしてきた。不動産投資はホテル，コンドミニアムはもとより，店舗や民家などにも広がり，地価の高騰も問題視されるようになってきた。町の観光客入り込み数はニセコ町観光統計によれば 1993 年の 130,7 万人から 2019 年の 175,2 万人と，堅調な伸びを示している。

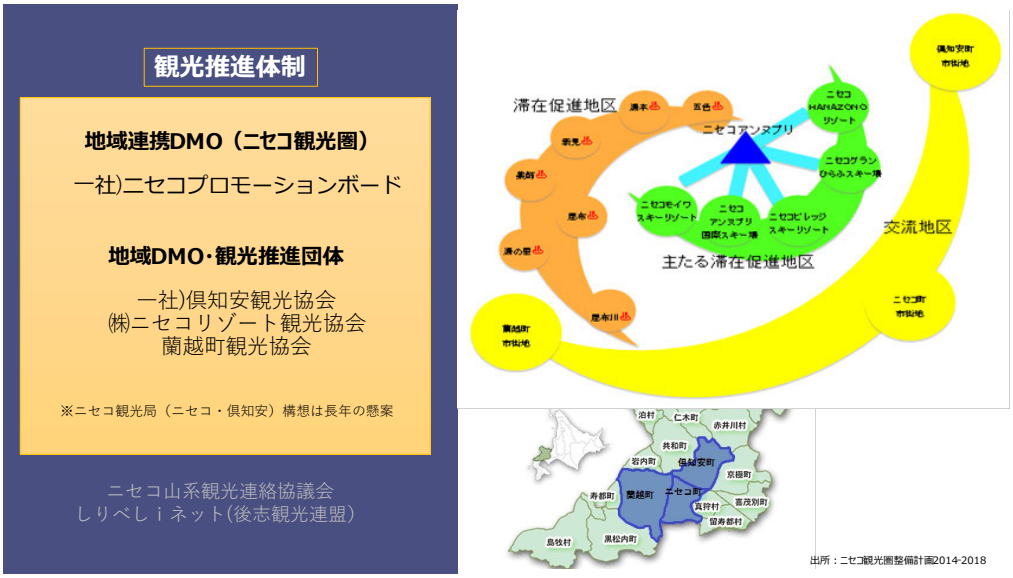
しかし，一方でこの観光発展に対し，「ニセコ」内部ではそれぞれの事業者や住民，自治体などで観光に対する認識の相違も見られるようになり，2030 年開通予定の北海道新幹線倶知安駅開業を踏まえ，これからの観光振興策についての議論も始まっている。

こうした発展を遂げてきた「ニセコ」とは何を指しているのだろうか。もちろんニセコ町単体のニセコとして捉えることは当然であるが，スキー場をベースにアンヌプリ山麓の３町が「ニセコ」と呼ばれ，羊蹄山麓やアンヌプリエリア，温泉郷も含めその総称でもあり，更には後志振興局管内のアンヌプリ北側エリアの共和町や岩内町も「ニセコ」を冠した PR を展開するなど，それぞれが戦略的に，または何らかの意図を持って使われる「ニセコ」とはどこを指すのかという議論が話題に登ることも少なくない。本稿ではニセコ町を特定して論述するもの以外すべて括弧付きで「ニセコ」と表記した。観光推進体制としては，観光庁の観光圏事業において組織されたニセコ観光圏（ニセコ町，倶知安町，蘭越町）の運営団体として一般社団法人ニセコプロモーションボードがおかれ，各町に運営形態の違う観光

協会が存在する。さらにはニセコ山系観光連絡協議会，後志観光連盟などの組織や協議会が「ニセコ」エリアの観光マネジメントやプロモーションを行っている。（図 1）

本稿では，ニセコの所在についての議論は別な機会に譲るとして，主に観光客が「ニセコ」を知るための，そして情報が集約され発信されるワンストップ窓口，題して「ニセコの窓口」について議論していきたい。

ワンストップ窓口とは，近年の観光地づくりの動きとして，歴史・文化の継承や町並み景観形成など関係者が横断的に連携し取り組み，また，直売所・道の駅などの地場産品の販売を介した地域内及び外来者との交流などを通じて地域振興に資する誘客や交流を図る「観光地域づくり」の視点から，情報の集約，発信，地域発の旅行商品いわゆる着地型旅行商品や，滞在プログラムを提供する窓口と定義し，この「ニセコ」地域における窓口を「ニセコの窓口」と呼び，特に本稿では集客が見込める既存の施設を想定しその可能性や課題を提示したい。



出所：蘭越町・ニセコ町・倶知安町（2019）より転載

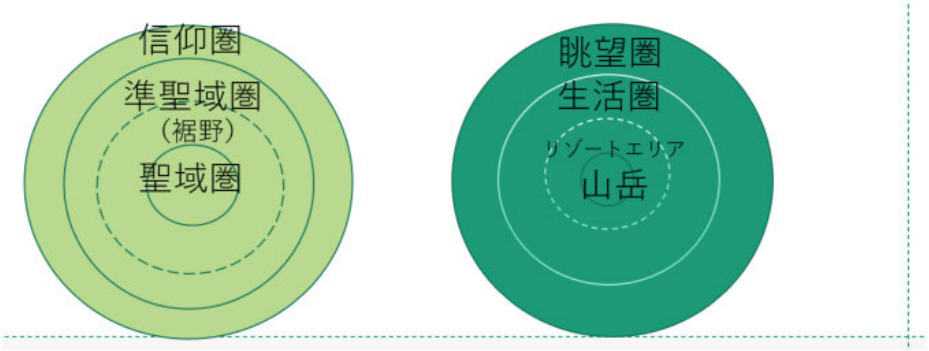
図 1 「ニセコ」の観光推進体制

2. ニセコ町民の意識

「ニセコの窓口」の議論をする前に，本節ではニセコ町民の意識をまとめてみたい。特に観光に対しての意識について考察する。

ニセコ町観光振興ビジョン策定に向けて，ニセコ町をスキー依存型の観光地ではなく通年型のリゾート地として発展させるかという問題提起について，第 1 章で石黒先生がニセコ町

を山岳デスティネーションに見立て論考，これに呼応し第２章において天田先生が山のピークからすそ野に向かう空間を聖域圏，純聖域圏，信仰圏と分類し山岳デスティネーションを民俗学的視点で読み解き，住民の属性に沿ってこれらを山岳リゾートエリア，生活圏，眺望圏に読み直したうえで（図２），「生活圏の希薄さを空間と機能面で補う装置が必要，施設や視点場をどのように見せるか，いいものを（持続可能な）競争力を持ってどのように実践していくか」という問いを導き，この問いに対して，ワンストップ窓口がその役割を持てるのではないかという仮定に基づき先ずは住民の意識を把握する。



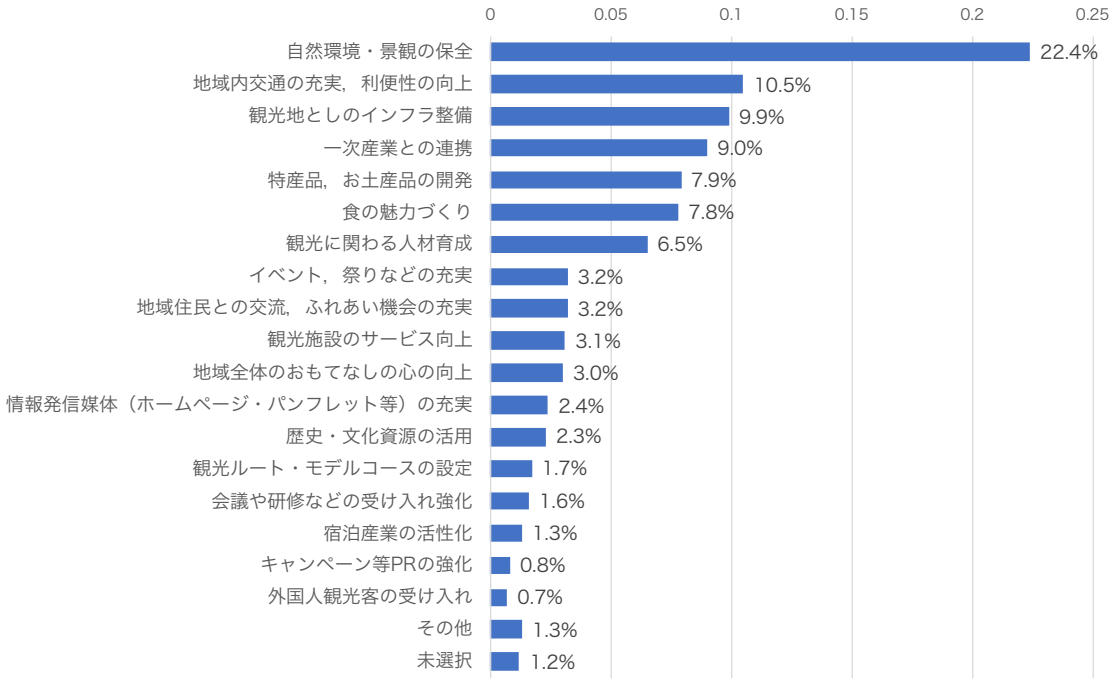
出所：本書第２部第３章より一部改変して転載

図２ ニセコ町の空間分類

住民意識アンケート結果から見えるものとして，2018 年１月に実施され３月に報告されたニセコ町，倶知安町，蘭越町の全世帯に向けた「ニセコ観光圏住民観光意識アンケート調査」（有効回答数 1,469 サンプル）のうちニセコ町民からの回答を抽出し解説する。先ずニセコ町に住むきっかけとしては，もともとの住人の 46.3%が最多を占めるが，次に，田舎暮らしをするため，スキーなどのレジャーを楽しむための移住者が 31.5%とレジャー感覚やリゾート気分を楽しむための移住組が多数を占める。住み心地については，とても住みやすい，まあ住みやすいが 79.6%。住み続けたい理由は，地域の雰囲気が好き，楽しめるスポットが多い，来訪者が多く活気がある，気候や自然環境がいい，とにかくニセコが好きなどポジティブな考えが目立ち，53%に達する。ニセコは魅力的な観光地かという問いには，ややそう思う，の回答も含め 90.4%が魅力的と答えおり，ニセコエリアの観光関連産業に関しての印象については悪いと回答した 11.5%に対し，49.8%が良いとしている。またニセコ町民の就業者の職業は観光関係に関わるものが 22.5%と農林業の 5.6%の４倍にものぼり，無職の 26.8%，公務員等の 22.9%と並び高いウェイトを占め，観光産業への依存率が高いことがうかがえる。観光客へ接する機会については，67.5%が何らかの形でその機会はあるとしており，観光客への印象は，まあ良い，の回答も含め 54.4%が良いと答えている。また，訪日外国人観光客の受け入れについては 55.8%が来訪を望む一方，41.5%がど

ちらとも言えない，来てほしくないと回答している。道外や海外からの観光資本参入については，76.9%が条件付きも含め賛成している。また，複数回答可による観光客の増加や観光地化による生活環境の変化についての質問では，プラスの影響として人口増や移住の増加68.8%，地域の賑わいが向上する 56.9%，町のインフラ整備が進む 36.5%が主にあげられる一方でマイナスの影響としては，ごみ投棄などによる自然景観の破壊 69.1%，物価の上昇 62.1%，自然環境の減少 54.2%，治安の悪化 40%が挙げられている。さらに農業と観光の連携については83%が必要と答え，ずばり，観光振興は大事かという問いについては84.7%が必要と回答した。観光政策については，観光政策に関わりたいと考える人が 37.3%で，必要な観光政策の問いについては 18 項目の回答が寄せられており（図 3），その期待度も大きいと推測する。

アンケート結果に見る住民の意識は，特に観光についての印象はおおむね良好といっていいであろう。居住環境ついての満足度も高く，観光客への印象も好意的である。ただし，インバウンドの受け入れについては慎重な姿勢も見られ，訪日観光客との良好な関係性の構築は課題と言えるだろう。観光政策への関心も高い一方，自然環境への配慮や物価上昇への不安も感じていることから，負の影響に配慮し，住民の不安を解消しつつ快適な居住空間を維持発展させていくことが求められている。



出所：小樽商科大学グローカル戦略推進センター（2018）に基づき筆者作成

図 3 ニセコ町民が必要と思う観光政策

3. 観光政策から見る「ニセコの窓口」の姿

これらの調査結果に合わせ,2019 年にニセコ町が実施した 2020 年～2023 年の第５次ニセコ町総合計画･第２次見直しのための住民アンケート結果から得られた重点施策を重ね合わせ，さらにこれまでの片山ニセコ町長の町政運営に対する発言語録を踏まえ，住民の視点から「ニセコの窓口」のあるべき姿を考察する（図 4)。

住民アンケートは，町の第５次総合計画の第２期（2016～2019 年度／４年間）の検証として，まちづくりの現状をどのように評価するか（満足度）について町民意識を把握し，重要度認識を分析し，第５次総合計画の第２次見直しに反映させるものとして実施された（有効回答数 590 サンプル)。子どもの教育，地域住民の学習機会，地域の歴史文化，環境の保全・創造，交通，観光，農業など 15 項目 97 の設問からなり，これらの満足度を分析し，結果として，以下の４つの重要課題を抽出している。

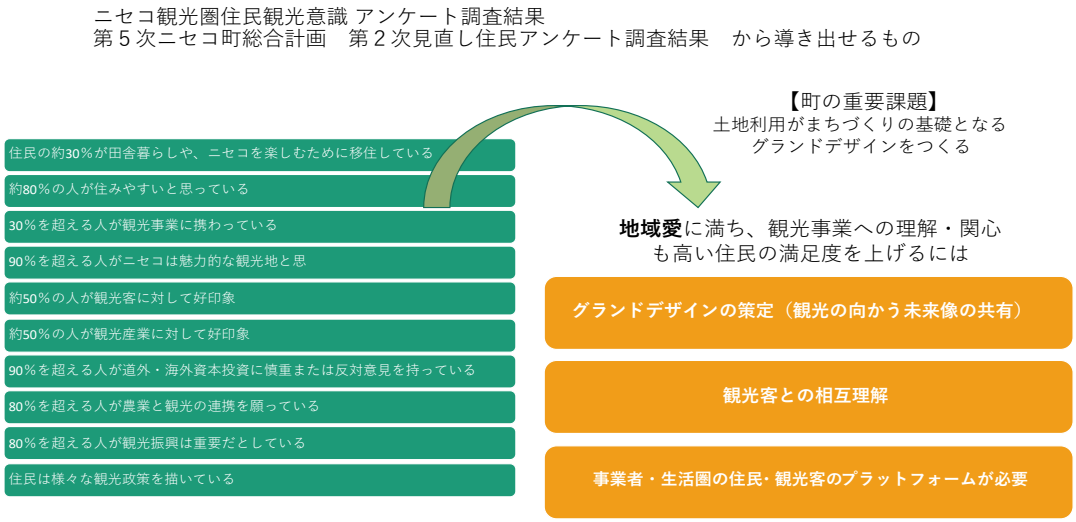
1. デマンドバスの利便性を高め，自立と連携の地域自治を確立する
2. 災害と犯罪から高齢者を守る地域の「相互扶助」を確立する
3. 土地利用がまちづくりの基礎となるグランドデザインをつくる
4. 町民に開かれた町財政の健全化を推進する

注目したいのは「3」で，近年道外や海外資本の参入で町の将来を憂いている住民，事業者，そして観光客に向けた町のグランドデザインの構築や提示は，観光に期待をかける住民やその関係者に対し，町の進むべき姿を示すことにほかならず，観光振興策へ期待の反面，不安要素を払拭する指針でもある。グランドデザインの構築は，住民，観光客や観光事業者との相互理解のもとに進めなくてはならないことでもあり，さらにこれらの情報窓口であるべきなのが，事観光プラットフォームであり「ニセコの窓口」に他ならない。

また，町長語録（図 5）にもある通り，「ニセコの窓口」を確立するためには，ニセコ町の歩みは有島武郎の「相互扶助」の精神の上に構築されたものであり，住民が主体になり，特に観光まちづくりの議論がオープンでそのプロセスを大事にし，共通の価値観を作りながら進むべき方向を定め，共感こそが地域の喜びにつながるというニセコ町の風土になじんでいくことが大前提にある。

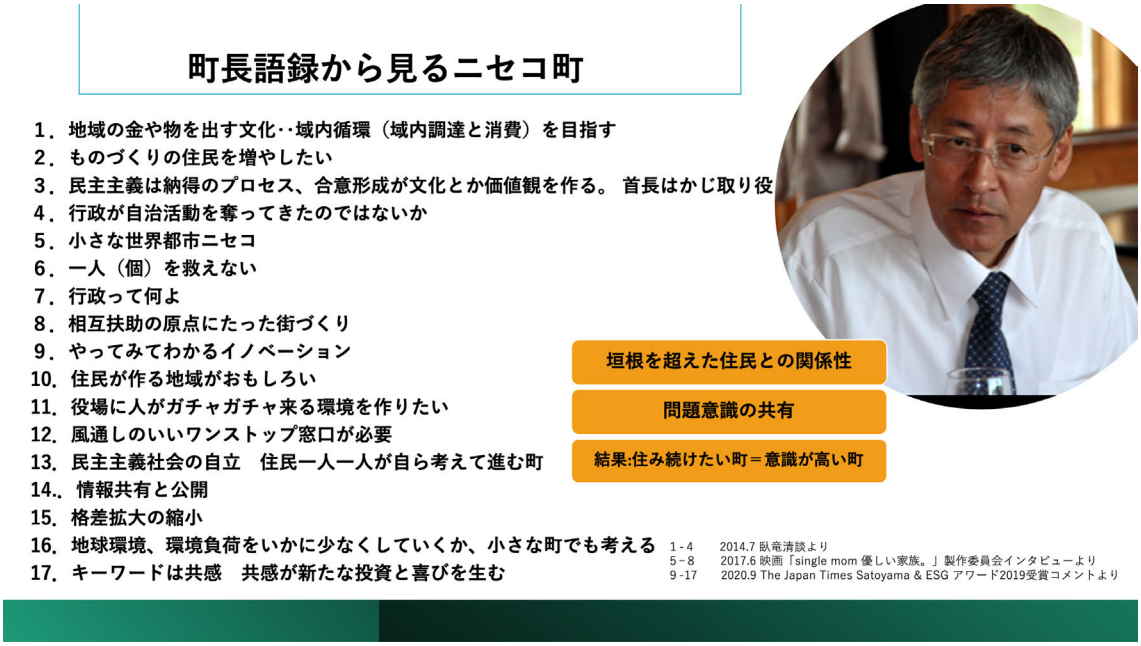
図 6 はニセコ町が目指す観光振興のイメージであるが，ニセコ町内の連携に加え，周辺地域との連携も視野に入れての計画であり，「ニセコ」の観光を考える際には地域間連携は必要不可欠であろう。観光推進のための事業が複数の枠組みで進んでいくことの整理は必要であるが，まずは町の目指す方向を見定め，地域で取り組まなくてはならない事柄を整理しながら前進することが望まれる。

「ニセコ」の捉え方は様々なことは前述したが，喫緊の目標として 2030 年開業予定の北海道新幹線倶知安駅の開業を目途に「ニセコ」におけるニセコ町の立場を明確にしつつ，「ニ



出所：筆者作成

図４ アンケート調査結果のまとめ

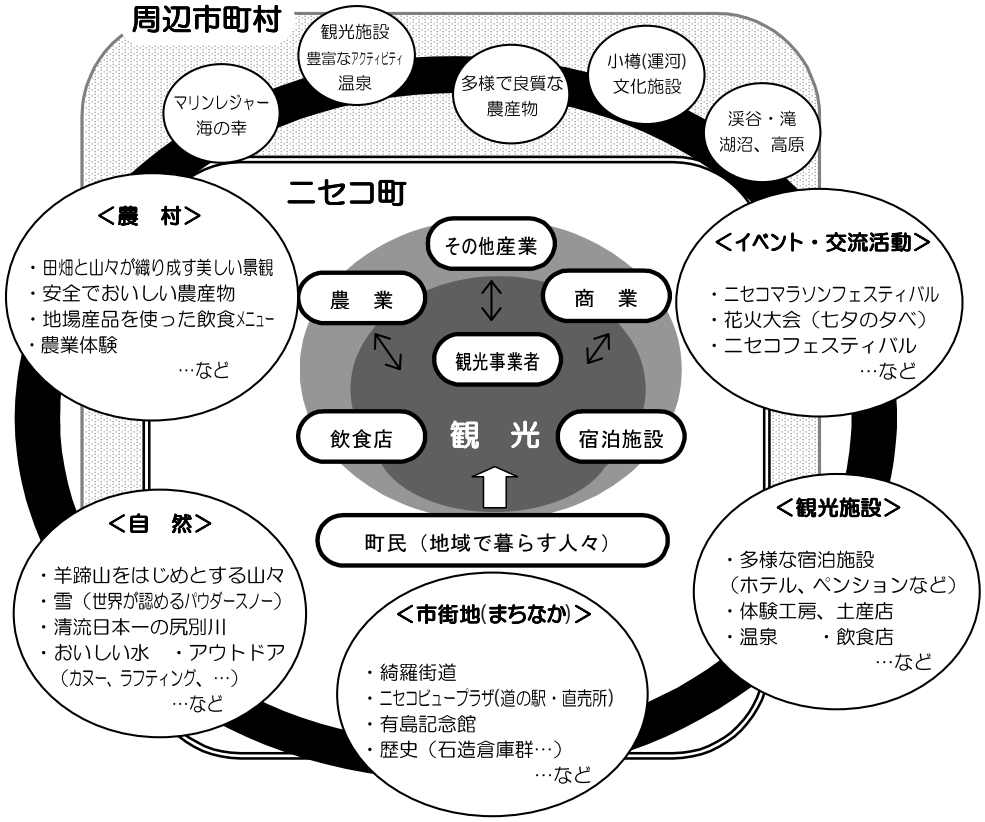


出所：筆者作成

図５ 片山町長語録

セコ」のデスティネーションイメージ確立のために「ニセコの窓口」を先行して整備し，その目標に向けたプラットフォームを構築すべきである。そのために以下の３点を踏まえた環境整備が肝要である。

1. 観光開発に関わるファクターの思想をそれぞれの「個性」として尊重し合う関係づくり
2. 「ニセコ」の自然や歴史・文化，豊かな産物を育む大地などの共有財産を持続可能な観光地づくりの基本に置いた「個性」が共創し合う観光地域づくり
3. 住民主体の議論のもとで進める姿勢



出所：ニセコ町（2009: 10）より転載

図６ ニセコ町の観光振興におけるイメージ

4. 意識の共有空間

本節では，２節で示した生活圏の希薄さを空間と機能面で補う装置が必要，施設や視点場

をどのように見せるか，いいものを（持続可能な）競争力を持ってどのように実践していくかの問いに関して，施設や視点場をどのように見せるかについて考察する。

ニセコ町では農地の荒廃，荒廃構造物の増加，不法投棄，無秩序なリゾート開発による景観の侵害への懸念を踏まえ 2004 年「ニセコ町景観条例」が施行された。また，2007 年には「シンボル羊蹄山の眺望」や「尻別川の清流」を守る取り組みなどの目標を共有し，羊蹄山麓広域景観づくり推進協議会（周辺 7 市町村）によって「羊蹄山麓広域景観づくり基本方針」及び行動計画が策定され，ニセコ町字曽我地区から望む 2 本のさくらんぼの木，羊蹄山，畑の風景および，ニセコ町豊丘地区から望むダチョウ牧場，ニセコアンヌプリ，羊蹄山の風景の 2 か所が「ふるさと眺望点」に指定された（図 7）。ニセコ町景観条例の前文には，ニセコ町は，秀峰「羊蹄山」や「ニセコアンヌプリ」などの山系に囲まれ，町の中央を清流「尻別川」が流れる美しい四季を織り成す自然環境に恵まれた町である。とあるように，ニセコ町民の生命の源が山の恵みであり秀峰とたたえた「羊蹄山」・「ニセコアンヌプリ」である。とりわけ，蝦夷富士の異名を持つ羊蹄山はニセコのシンボルとしての存在である点について疑いの余地はない。そして地域住民の誇りでもある。

出所：ニセコ町（2020）より転載

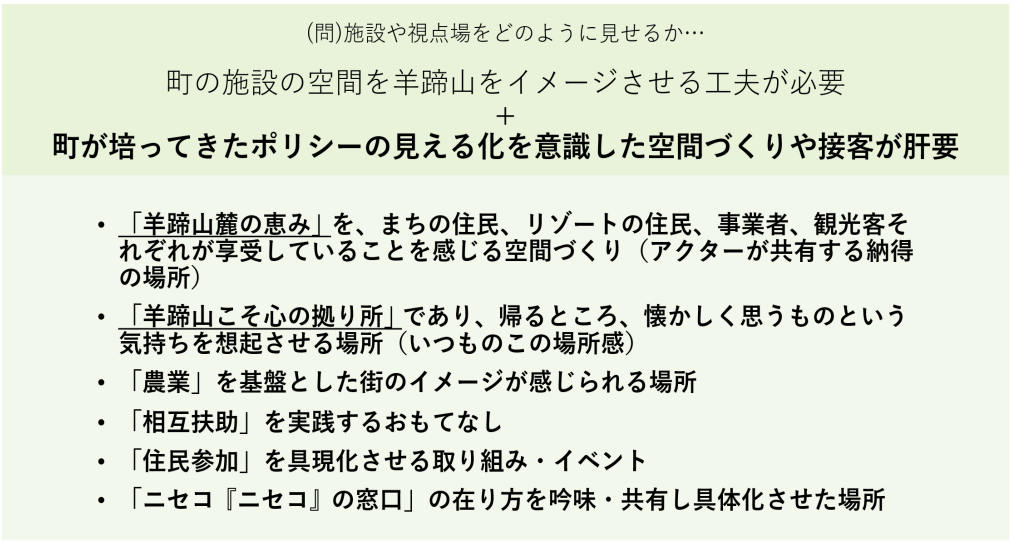
図 7 ニセコ町のふるさと眺望点（左：ニセコ町字曽我，右：ニセコ町字豊里）

眺望点から望む風景こそが町のイメージを想起させるものであり，象徴であるならば，「ニセコ」の自然や歴史・文化，豊かな産物を育む大地などの共有財産を持続可能な観光地づくりの基本に置いたワンストップ窓口の役割を果たす施設をどのように見せ，運営していくかの問いには，「羊蹄山」のイメージを彷彿させ，町のポリシーの見える化を意識した空間を持ち接客がなされる場を演出し，住民の意識をベースとして運営していくことがその解であろう。具体的には，

1. 「羊蹄山麓の恵み」を，生活圏の住民，リゾートの住民，事業者，観光客それぞ

れが享受していることを感じる空間づくり（アクターが共有する納得の場所）
2. 「羊蹄山こそ心の拠り所」であり，帰るところ，懐かしく思うものという気持ちを想起させる場所（いつものこの場所感）
3. そして農業と観光の連携に期待する住民意識の上に立った「農業」を基盤とした街のイメージが感じられる場所

であり，これを伝え，共感を呼ぶためのソフト面における配慮が不可決であり，「相互扶助」を連想させる，または実践するおもてなしや，「住民参加」を前提とした取り組み・イベントの実践が必要である。それはニセコの観光地域づくりのグランドデザインであり，ホスピタリティーの醸成の上に成り立つ「ニセコの窓口」有り様を吟味・共有し具体化させた場所なのである（図８）。



出所：筆者作成

図８ 施設や視点場をどのように見せるか

5. 既存施設の現状と課題の考察

本節では，３節で述べた「ニセコの窓口」の要件及び４節で示したに「ニセコの窓口」の空間のありかたに照らし，ニセコ町内の４つの施設を取り上げ，「ニセコの窓口」としての機能を持ちうるか，機能させるために必要なものは何か，そして現状の問題点を考察したい。運営形態や立地のさまざまであるが，「羊蹄山」をイメージさせつつ，町のポリシーの見え

る化を意識した空間づくりという視点で，有島記念館，あそぶっく，JR ニセコ駅内の観光案内所，そして道の駅ニセコビュープラザを選んだ。

まず，有島記念館であるが，まさにニセコ町におけるまち作りの原点であり，有島農場で提唱された相互扶助の精神は広く町民に理解されている（図 9）。羊蹄山を望み田園地帯が広がるたたずまいはまさにニセコの象徴的な風景である。ニセコ文学とも称される有島文学の作品展示はもとより有島農場の軌跡やニセコ町にまつわる開拓以降の歴史についての文献などもそろい，かつ，カフェや敷地内の公園など，市民の憩いの場であり，リゾートエリアの長期滞在者もしばしば足を運ぶ場所として人気もあることから，ここにワンストップ窓口機能を置くことに何ら阻害要因が見当たらない。ニセコのアイデンティティーを感じる場所として集客効果も含め「ニセコの窓口」の機能を付加することに価値を見出してほしい。

次にニセコ町の中心部に位置する，学習交流センター「あそぶっく」であるが，ここは町のカルチャーセンターであり，ライブラリー，交流スペースなどの機能を持ち，子育て世代や，リタイヤ世代の利用も少なくない（図 9）。地域住民との交流，移住定住の相談など，観光客をはじめとして来訪者の利用の促進とともに，観光まちづくりを念頭に置いた新たな展開も検討の余地があるのではないか。中心市街地の活性化拠点として，新たに建設されるニセコ町役庁舎とともに，ニセコ町，ひいては「ニセコ」におけるカルチャー創造のランドマーク化を目指すことを期待したい。

出所：筆者作成

図 9 有島記念館とあそぶっく外観

3 つ目の施設は，ＪＲニセコ駅舎内の観光案内所である（図 10）。現在ニセコ町の観光推

進セクターとして，株式会社ニセコリゾートの事務所を兼ね観光案内機能を有した施設である。駅舎内の遊休スペースを活用しており，喫茶・軽食を提供する店舗も同居している。観光案内所が機能するポイントを後述するが，ニセコ駅内の観光案内所の現況から考察する「ニセコの窓口」として機能するための問題点を提言として以下の通り示す。

1. 周辺施設との有機的関係の構築が必要
2. 駅周辺の導線の工夫（駅に向かう導線）が必要
3. 北海道新幹線開業後のあり方についての検討が必要
4. 駅舎空間全体のリノベーションを検討すべき
5. 開かれたインフォメーションセンターとしてのリノベーションを検討すべき
6. 住民が寄る理由づけの検討が必要

出所：筆者

図 10　観光施設への提言

４つ目の施設は，言わずもがなであるが，道の駅「ニセコビュープラザ」である。この道の駅は年間を通して客足が途切れることがなく，各種マスコミ媒体における道の駅ランキングなどの評価では常に上位に位置し人気の高い道の駅である。特に農産物直売コーナーには高原野菜をはじめ地元の農産物が並び，漬物やコメ，酒類の販売もおこない店内は買い物かごを持つ客でにぎわいを見せている。また，テイクアウトを中心としてファストフードを扱うテナント店も軒を連ね，こちらもにぎやかである。また道の駅の隣接地には道外資本も含

め飲食店の進出が目覚ましく，グリーンシーズンや週末には周辺に車の渋滞がしばしば発生している。2021 年には新設のトイレも完成する。

しかしながら，これまで考察してきた「ニセコの窓口」としての要件を備えているかといえば，そうとは言えない。まず，これまでの考察とニセコ町の施設としての観光案内所のあるべき姿を想定し，そのポイントを示す。

1. 観光客視線，住民視線の両面を意識した施設運営であること
2. 周辺市町村の情報等も含め情報の整理と発信の在り方が合理的であること
3. ニセコ町の施設として相互扶助の精神がおもてなしの形に表れていること
4. 観光事業者との良好な関係にあること（意思の疎通が図られている）
5. 住民，事業者，旅行者に向けたアプローチが明確であること
6. 観光のその先を見据えた姿勢があること（移住や定住など）
7. 顧客を獲得する（リピーターを生む）の接客の姿勢があること
8. 施設の機能やコンセプトが明確なこと
9. デジタル化対応に積極的であること
10. 清潔（感染症対策も含む）な環境を維持していること
11. 持続可能性を視野に入れた取り組みであること

さらに，近年，観光案内所の在り方も，単なる観光案内の域を超え，多様で多目的な展開をする施設も散見され，観光案内所を目的地として集客している事例が増えている。その傾向は以下のような特徴が挙げられる。

1. 地域のコミュニティーを意識している
2. 地域特性を重視している
3. パンフレットよりタブレットへの移行に取り組んでいる
4. タブレットよりコミュニケーションを大切にしている
5. マネタイズの追求をしている
6. 訪日外国人への対応は普通ごととして対応している
7. 快適性の追求（空間の演出）をしている
8. 多機能高品質を追求している

以上２つの視点から，道の駅ニセコビュープラザを検証する。

まず，駐車場については，誘導用のカラーコーンや隣接する店舗ののぼり旗が目立ち，やや無秩序な印象を受ける。文字通り「地域の顔」として，旅行者，住民双方を「魅せる」ためには駐車場の緑化など環境に配慮しつつデザイン性を高める工夫が必要かもしれない。また，羊蹄山を仰ぎ見る絶好の視点場になっていることを踏まえ，羊蹄山以外のサイン・建造

物等についても景観上の配慮が必要だろう（図 11，図 12）。

こうした課題を考える上では，おそらく空間構成の再考が必要になると思われる。道の駅という公共施設と，隣接する民間事業者をいかに棲み分け，あるいはデザインを統一するかという点を議論していくことが欠かせない（図 13）。また，道の駅の機能性を踏まえると，施設全体で休める場所，くつろげる空間が少ない点も問題であるように感じる。羊蹄山の視点場としての機能を持っているのであれば，旅行者や住民が快適に施設内に滞在できるような空間づくりや，窓からの眺望への配慮などがあっても良いかもしれない。

また道の駅の内部に入っている店舗については，店舗ごとに様々な装飾，誘客，接客がなされている。ここの店舗による営業努力としてとらえることも出来ようが，施設としての統一性やデザイン性の向上という点では，議論の余地がある（図 14）。売店内のディスプレイの変更をしていることが確認できたが，商品の構成と合わせて店舗の空間デザインにも地域のイメージを反映するべきではないだろうか。羊蹄山という雄大な自然を感じるデスティネーションであることを踏まえれば，通路などの動線により余裕を持たせることも一考ではないだろうか。これはデザイン上の検討はもちろん，繁忙期の動線確保，あるいは新型コロナウイルス感染症への対策としての「密回避」の点でも検討の余地がある（図 15）。

出所：筆者撮影

図 11 道の駅ニセコビュープラザ（その 1）

出所：筆者撮影

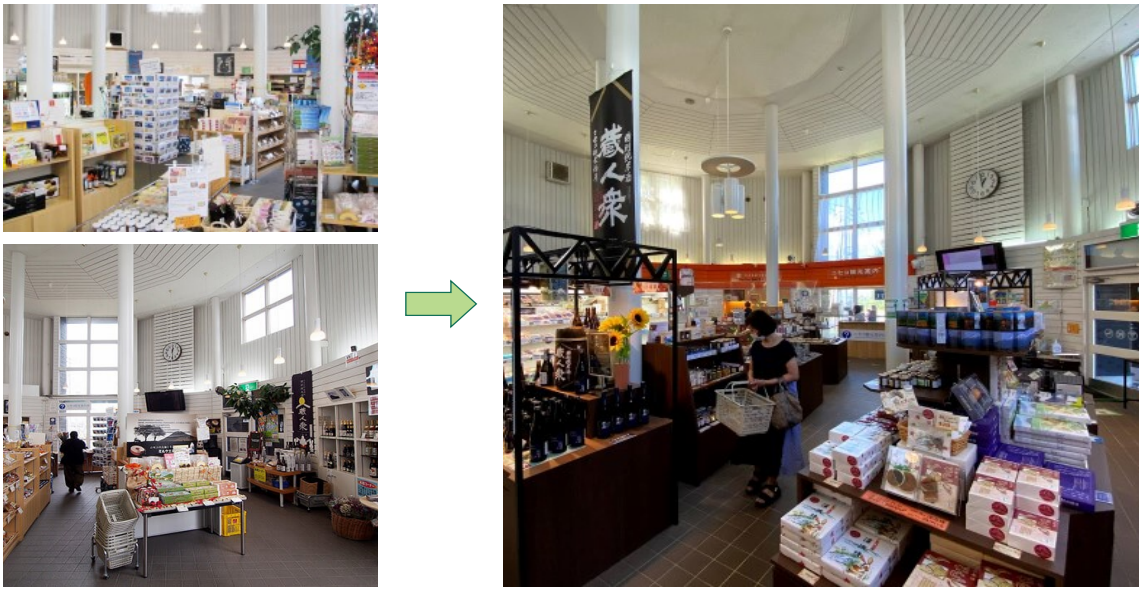
図 12 道の駅ニセコビュープラザ（その 2）

出所：筆者撮影

図 13 道の駅ニセコビュープラザ（その 3）

出所：筆者撮影

図 14 道の駅ニセコビュープラザ（その 4）



出所：筆者撮影

図 15 道の駅ニセコビュープラザ（その 5）

観光振興という点では，インフォメーション・センターについてもいくつかの提案をしたい。現状では，様々なパンフレットや自販機が無秩序に並んでいる印象を受けるが，本来は運営主体によって戦略的な取捨選択があって良い。道の駅としての空間コンセプト，ニセコ町という地域のイメージの不足が，こうした状況を招いていると解することもできる(図16，図17)。デジタル化への対応も急務だろう。

道の駅の中で最も賑わいを感じるのが直売所コーナーである。既に道の駅は，地域の新鮮な一次産品を手軽に購入できる場所として認知されており，今後も道の駅の実質的な利用の核になると思われる。その意味では，先述の他施設と同様，デザインの統一や地域イメージの反映などの余地は残されているのではないだろうか。また利用者向けのサービスの向上とそれによる売上の拡大という意味では，商品レイアウトの工夫，品質管理，接客等についても定期的にモニタリングする仕組みが必要だろう。空間のデザイン性や地域イメージの反映にもつながるが，日常的な施設運営の中で，定期的に施設とサービスの品質をマネジメントしていくことが，結果的に裾野が広く息の長い観光施設を実現する。販売促進や注意などを目的とした張り紙・ポスター，パンフレットなども今一度取捨選択が必要だろう。

以上のように，道の駅ニセコビュープラザは，客のニーズに応えるべく，品ぞろえも豊富で，食の提供や，配置については提供者任せではあるがパンフレットやマップ，ミニコミ誌などの情報を扱い，曲りなりとも観光案内のカウンターを設けニーズに応え，キャパシティーオーバーに対応するべくトイレや駐車場の拡幅を行い，道の駅では賄いきれない食のニーズに対し道の駅周辺の土地を飲食店が店舗を開設し客のニーズに答えている。一見賑やかで，「ニセコ」のドライブを楽しむ立ち寄り先として，また，周辺ではあまり手に入ることのない農産物を買い求める客にとっては満足のいく施設であることは間違いない。

しかし，ニセコらしさ「ニセコの窓口」としての機能を揃えているとは言い難い。そこでその機能をもたせることもさることながら，その前提となる環境づくりという視点において，以下に10の提言を示す。

1. 周辺施設との有機的関係の構築が必要
2. ニセコ駅及びニセコリゾート地区との導線（二次交通）の確保と役割の明確化
3. 新幹線開業後の拠点のあり方を検討
4. 駐車場・外構の美化，環境配慮を検討
5. 飲食，物販における「ニセコ」の食文化との整合を意識した施設づくり
6. 直売所の品質向上を目指す
7. インフォメーション機能の充実と深化を目指す
8. 施設間における連携強化・情報ネットワークの確立を目指す
9. 管理主体のガバナンスの強化
10. クレームの分析と顧客管理の実行

出所：筆者撮影

図 16 道の駅ニセコビュープラザ（その 6）

出所：筆者撮影

図 17 道の駅ニセコビュープラザ（その 7）

この提言とともに，「ニセコの窓口」として機能させるために必要なものとして，顧客管理の徹底を提唱する。ニセコ町を始め周辺地域には多くのリピート客が存在し，ニセコビュープラザに何度も足を運ぶ顧客も存在する。一方でインターネットを介して寄せられるクレームも少なからず確認でき，施設運営に対する批判的な意見も見受けられる。そこでニセコ町の核施設でもあり，「ニセコ」エリアにおいても人気の高いスポットでかつ，今後「ニセコの窓口」としてランドマークの役割が期待されるニセコビュープラザの運営においては，来訪者の数を伸ばすことを目指すのではなく，より顧客とのコミュニケーションを図りながら関係性を重視し，住民との交流づくりも念頭に置いた観光地のあり方を模索する施設として，顧客関係管理（CRM）の手法を取り入れた運営を提唱する（図 18）。

・軽食だけじゃなく食事がちゃんと出来る店があればなおいい
・駐車場がびっちりだが誘導員が機能していない
・駐車場の誘導員の態度が横柄
・スタッフの愛想が悪い
・別にソフトクリームの為に寄るところでもないし野菜の直売も珍しくもないし
・考えれば考えるほど不思議な高評価な道の駅でした
・男店員の態度が不快。万引きやらが有るんだろうが不愉快な視線を男店員から感じた
・景色は、よかったのに　珈琲がある屋台風な店の人の対応がすごく悪くて気分を害した
・ここだけを目的地にしてはいけないところかと
・色々と美味しそうな食べ物屋さんがあるのですが、どれも高い割には美味しくないです
・雑貨も高くて観光地価格です
・場所がいいのに最近は寄ることも少なくなりました
・コロナ渦とはいえ、暑い中改築中でゆっくり休めるベンチがなかった!!
・野菜特売で人を集めてるだけって感じでした。ゆっくりトイレにも行けないし、がっかり
・羊蹄山を一望することができているということ以外は魅力なし！
・品質管理ができていない

出所：「Googleローカルリスティング（口コミ）最終検索日2020.11.15」

出所：筆者作成

図 18 ニセコビュープラザへの提言

6. まとめ

「ニセコの窓口」すなわち，ワンストップ窓口の設置は，冒頭に述べたとおり，歴史・文化の継承や町並み景観形成など関係者が横断的に連携し取り組み，また，直売所・道の駅などの地場産品の販売を介した地域内及び外来者との交流などを通じて地域振興に資する誘客や交流を図る「観光地域づくり」の視点から，情報の集約，発信，地域発の旅行商品いわゆる着地型旅行商品や，滞在プログラムを提供する窓口であり，交流の先には地域への愛着を持って移住，定住する者を視野に入れた地域戦略である。ここでは町が培ってきたポリシーやグランドデザインの見える化を意識した空間づくりや接客が必要とされる。本稿ではニセコ町内に４箇所の「ニセコの窓口」開設を提案したが，仮にこれが実現した場合，まずこの4 施設がミッションを共有し，志一つに連携し観光地域づくりの拠点として機能すること，望む顧客像をしっかり見据え，コミュニケーション深め，地域住民とともに将来のわが町を考えることができる場となることを期待する。更にこの成果を指針とし，ニセコ町以外のエリアに「ニセコの窓口」がネットワーク化され配置されることに期待したい。特に 2030 年開業予定の北海道新幹線，倶知安駅またはその周辺に整備されるインフォメーション施設や，倶知安町が計画中のヒラフ坂第一駐車場に整備するシンボルゲート内ウエルカムセンターと歩調を合わせたワンストップ窓口整備が，今後の「ニセコ」発展の鍵を握るのではないか。今まさに「ニセコ」の関係者が歩調を合わせ「ニセコの窓口」構築に向けた協議をすべき時ではないか。そして片山町長の言葉を借りれば，住民目線，顧客目線に立った協議のプロセスこそ，納得の行く観光地域づくりのヒントになるのではないか。「ニセコ」のニセコらしさを共感できる，健全かつ建設的発展を祈念したい。

文　献

ニセコ町
2019 『第５次ニセコ町総合計画，第２次見直し(2020～2023 年度向け)住民アンケート調査報告書』ニセコ町。
2020 『数字で見るニセコ』ニセコ町。
小樽商科大学グローカル戦略推進センター
2018 『ニセコ観光圏住民観光意識 アンケート調査報告書』ニセコ町。

ウェブサイト

ニセコ町

2013 『ニセコ町観光振興計画書』, ニセコ町, (2020 年 11 月 17 日取得, https:// www.town.niseko.lg.jp/resources/output/contents/file/release/1624/16227/kankou_H24-1-48.pdf).

2004 『ニセコ町景観条例』, ニセコ町, (2020 年 11 月 17 日取得, https://www1.g-reiki.net/niseko/reiki_honbun/a070RG0　0000579.html#e000000075).

2020 『羊蹄山麓広域景観づくり指針』, ニセコ町, (2020 年 11 月 20 日取得, https://www.town.niseko.lg.jp/chosei/keikak u/jorei/keikan/yoteizan/).

蘭越町・ニセコ町・倶知安町

2019 『ニセコ観光圏整備計画』, 国土交通省, (202 年 11 月 17 日取得, https://www.mlit.go.jp/common/001284212.pdf).