



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ニセコ町観光の展望
Author(s)	片山, 健也; 高橋, 葉子; 石黒, 侑介 他
Description	2021年度オンライン観光創造フォーラム. 2021年11月14日. オンライン. 北海道大学観光学高等研究センター.
Relation	観光創造フォーラム2021講演録 / 山村高淑 編 Proceedings of Tourism Creation Forum 2021 / Edited by Takayoshi Yamamura
Citation	CATS 叢書, 16, 67-168
Issue Date	2022-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/84834
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS16_4.pdf



ニセコ町観光の展望

片山 健也

ニセコ町 町長

高橋 葉子

ニセコ町商工観光課 参事

石黒 侑介

北海道大学国際広報メディア・観光学院／メディア・コミュニケーション研究院 准教授

天田 顕徳

北海道大学国際広報メディア・観光学院／メディア・コミュニケーション研究院 准教授

木村 宏

北海道大学観光学高等研究センター 教授

「観光地域マネジメント論演習」2021 年度受講者

ニセコ町と北海道大学観光学高等研究センターは、2010 年に観光分野で協力する連携協定を結び地域資源の開発・活用、科学技術・文化の振興、人的交流・人材育成、生涯学習、地域の持続的な発展についての調査研究をおこなってきました。2020 年にはこの協定に基づきニセコ町観光振興ビジョンの策定に向けた共同研究が新たにスタートし一年をかけ議論してきました。本稿はこの議論とその成果発表、および国際広報・メディア観光学院が開講する「観光地域マネジメント論演習」を受講した学生による「持続可能な観光」をテーマにニセコ町内での調査研究の成果発表をあわせて開催した、北海道大学×ニセコ町官民共同研究事業コロキウム「ニセコ町観光の展望」における発表の記録です。

1. はじめに

1-1 司会あいさつ

木村：皆さんこんにちは。ただいまより、ニセコリゾート観光協会が主催し、ニセコ町及び北海道大学観光学高等研究センターが共催する、北海道大学とニセコ町官民共同研究事業コロキウム「ニセコ町観光の展望」を始めます。このコロキウムは、北海道大学観光学高等研究センター2021年度第3回オンライン観光創造フォーラムと併せて開催いたします。本日はオンラインでご参加の皆さんが60名ほどいらっしゃいます。会場には30名を超える皆さんにお集まりいただいています。会場の皆さんには、日曜日のいい天気の中にもかかわらず、お運びいただきましてありがとうございます。

それでは、開会のごあいさつを、ニセコ町長、片山健也様をお願いいたします。どうぞよろしく申し上げます。

1-2 ニセコ町長あいさつ

片山：皆さん、こんにちは。ニセコ町長の片山と申します。よろしく申し上げます。北海道大学大学院の皆さんには、3日間という大変ハードなスケジュールで来町いただき、調査及びその取りまとめをしてくださいましたことに感謝申し上げます。普通、リゾートに来るときは、健康的な環境の中、心身を癒やして帰るものでありますが、皆さん、ストレスをためながらの3日間の生活だったのではないのでしょうか。

今、私たちの社会は3つの大きな壁に当たっています。1つ目は、経済成長です。将来、経済成長という言葉自体が死語になるかもしれない。2つ目は、格差の問題です。世界中で生活の格差が拡大されており、日本国内でも大きな格差が生まれています。日本ユニセフが、これまでアフリカや南米に、いわゆる後進国と言われるところの子どもたちのために、水や食料や教育の応援をしてきました。しかし、私たちの町、日本を振り返ると、先進国の中でも教育格差は最悪の状態になってきているのです。子どもの人権をどうするかという研究も進んでいます。ニセコ町もその5つの検証団体の1つとして、子どもの暮らしや人権の調査をしています。

3つ目は地球環境です。気候変動や海洋汚染、それらをどうしていくかということは最も大きな課題です。これから、観光や農業というものを通じ、真正面からそのことを議論して、観光は気候変動にどう対応するのかをしっかりと考えていかないと、観光自体が危うい社会になります。私たちは今まで良い環境を子どもたちに残したいということで、2002年に環境基本計画を作りました。2年間徹底して住民と議論をして、乱開発させない、将来の子どもたちにこの景観や環境の価値を残していこうということを決めて、この環境を子どもた

ちに残したいと、「水環境の町ニセコ」というプランをつくりました。水環境の保全等を進めているところです。観光というものは、私たちの暮らしと直結するもので、この暮らしぶりが観光価値につながっていく。そういう地域づくりをしていきたいと思っています。

結びに2冊だけ、本を紹介します。地方創生の本ですけど、『キロワットアワー・イズ・マネー』という本です。エネルギーの価値創造をどのようにしていくかという本です。本当に良い本ですので、機会があったら図書館でお読みいただければありがたいと思っています。それからもう1つは、『共感資本社会を生きる』です。これまでのお金優先の社会から共感で経済を回していく、そういう社会に国全体を切り替えていく必要があるのではないかというような内容です。ぜひ機会があれば読んでいただきたいと思います。

本日、皆さんが3日間ニセコを検証した結果、その発表を実はとても楽しみにして来ました。最後まで発表を聞かせていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。皆さんがこうしてニセコ町にお越しいただきましたことを心から感謝を申し上げて、あいさつとします。ありがとうございます。

1-3 開催趣旨説明

木村：どうもありがとうございました。町長には公務でお忙しい中、この午後の時間をお取りいただき、ごあいさつに加えご視聴もしていただけるということでございますので、我々も楽しみに、町長からのコメントなどもお聞きしたく思っております。それでは、私から、今回のコロキアムの開催趣旨についてお話いたします。

2010年に、ニセコ町と私ども北海道大学観光学高等研究センターが、観光分野で協力する連携協定を結びました。地域資源の開発、活用、それから科学技術・文化の振興、生涯学習、また地域の持続的な開発についての共同研究、調査を共に実施するという協定です。この協定に基づいて昨年度、ニセコ町の観光振興ビジョンをお手伝いする機会を頂戴いたしました。私どもは主に、これから発表していただく中の1人であります石黒准教授の主導のもと、町との共同の調査、研究をしてみました。本日はこの調査、研究の成果発表ということで、この機会が設けられています。

実はこの研究発表は6月に開催する予定でした。昨年度の取りまとめをして新年度早々に開催ということでしたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けまして、2度ほど日時が延期になりました。三度目の正直ということで、本日この会を持つことができました。その報告のまとめということで、叢書¹が発行されておりますので、会場の皆様で、ご希望の方にはお配りしておりますので、ご覧になってください。

今日はこの叢書の内容をかいつまんでご報告をいただくお三方と、それから、私ども学院

¹ 『CATS 叢書 第15号：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：ニセコ町観光振興ビジョン策定に係る調査研究委託業務報告書』 石黒侑介, 木村宏, 天田顕徳 編, 観光学高等研究センター(2021/3/31 発行)

の授業でもありますが、「観光地域マネジメント論演習」という演習授業に参加している大学院生、それから、DESTINATION MANAGER 育成プログラムという、観光地域づくりのマネージャーを目指す人たちのための講座がありまして、これを履修している主に社会人プログラム生のあわせて 14 名が参加し、この 14 名が 3 つのテーマを調査研究する 3 班に分かれて発表を行うというような趣向になっています。また、冒頭にもお話しした通り、これは公開講座として、私ども観光学高等研究センター主催のオンラインセミナーとしても同時に配信しておりますので、約 100 名の方が視聴している状況であります。

今日は、初めに「ニセコ町における持続可能な観光の取組状況」を、ニセコ町商工観光課の高橋参事からお話をいただき、その後、私どもの大学院の石黒先生、天田先生には、ニセコ町の観光の諸相、「山岳 DESTINATION のブランド化と文化資源」など、スキーリゾートが始まる前の時代に、山岳を信仰していた日本人、またニセコの人たちが愛する羊蹄山から得られる DESTINATION イメージといったものの考察についての発表をしていただきます。

また、学生からは観光情報発信の提案。それから、観光資源を生かした観光の在り方を移住、定住へとつなげていく推進のあり方、そして、観光客への持続可能な観光に対する意義付けの検討、という 3 つの視点から発表をお願いしているところです。

2泊3日という短い滞在中で、事前の調査もしてきたわけですが、昼夜を問わず、夜を徹して資料作りをしていた学生の発表も後半にさせていただきます。最後にはディスカッションも予定しておりますので、会場からの厳しい意見などお寄せいただければと思います。

一昨年に始まりました新型コロナウイルス感染症拡大は、あらゆる分野の活動に影響を与えました。特に観光を取り巻く環境においても、極めて甚大な事態を巻き起こしております。ニセコ町をはじめ観光産業が重要な役割を果たす地域にとっては、特に深刻な問題として今も根強く残っているところでもあります。一方で、コロナ禍を乗り越えた新しい時代のあり方が問われるのも事実でもあります。観光分野においては安心、安全の観光地域づくり、環境に配慮した受け入れ体制の整備、非接触を意識した ICT 活用、新サービスの模索など、まさにニューノーマルな時代が始まっています。これらの取り組みは旅行者、受け入れ地域の住民、それぞれの立場で共通の思いとして共鳴する関係づくりがベースになっていなければならないと考えているところです。

ニセコ町は有島武郎が提唱した相互扶助の精神が引き継がれたまちづくりに取り組まれています。特に先進的に取り組まれていることは、皆さんも承知のことだと思いますが、まちづくりの基本条例、情報共有と住民の参加をベースにした、まちづくりに対する条例が日本で初めて施行された町でもあります。町長のお話にもありました通り、SDGs の未来都市や、環境モデル都市も、多くの自治体に先駆けて選定をされ、これらの取り組みは今まさに進んでいるところでもあります。最近では COP26 の CO₂ の排出を 2050 年にはゼロにするというグラスゴー宣言にも署名されるなど、話題に事欠くことのない、このニセコ町であり

ます。先進的な取り組みをする観光の町のイメージが確立され、それが実践されています。

これらの取り組みを元に、行政や住民だけでなく、事業者、旅行者などとともに、いわゆる持続可能な観光地域づくりに取り組むことができないか。ニセコ町にとっての持続可能な観光とは何か。今回このコロキアムの発表を通じて、皆さんと一緒に考えてまいりたいと思います。4時半までという長丁場ではありますが、ぜひ皆さんの熱い意見を寄せ合っていて、またニセコ町の次の世代の観光について、少し触れていただければと考えています。

これで趣旨説明を終わらせていただきますが、これからそれぞれの発表をいただく中で、皆さんの考えをいろいろと巡らせていただければと思っています。では、今日1日どうぞよろしくお願いいたします。

ということで、司会進行も私が引きつづきやらさせていただきますので、よろしくお願いいたします。それではまず、ニセコ町の商工観光課、高橋参事にニセコ町の持続可能な観光の取り組みについてお話をいただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

2. ニセコ町における持続可能な観光の取り組み状況

高橋葉子：こんにちは。ニセコ町商工観光課の高橋です。学生の皆さん、3日間お疲れ様でした。今日は調査・研究の集大成ということで、学生の皆さんは、連日徹夜でプレゼン資料を作成していたのではないのでしょうか。この後、皆さんから様々な意見が聞けるのを楽しみにしています。

昨年度、北海道大学とニセコ町の共同研究という形で、1年間、観光学高等研究センターに通うことになりました。残念ながら、コロナの影響で、リアルに訪問できたのは1回だけでしたが、先生方との共同研究会を3回ほどオンラインで開催し、ニセコ町の観光をテーマに、いろいろと掘り下げた議論をさせていただきました。

今年度は、「ニセコ町観光振興ビジョン（以下、観光ビジョン）」の策定に向けて動いています。観光ビジョンの発表にあたって重要なキーワードとなるのが、「持続可能な観光」です。観光ビジョン策定にあたっては、現在、観光審議会で議論を重ねているところです。北海道大学の石黒先生にも、有識者ということで審議会の委員に入っています。また、本日会場にお越しの小樽商科大学の後藤先生にも審議会の進行に関わっていただいています。本日は、昨年度の北大との共同研究の内容に、観光ビジョンの進捗や持続可能な観光への取り組み状況を加えてお話できればと思います。皆さんにお配りした昨年度の叢書とは多少内容が変わってきているかと思いますが、ご容赦ください。

ニセコ町では、10年程前に、「ニセコ町観光振興計画」を策定しており、今年度、これを観光ビジョンという形に作り直しています。このビジョンは、上位計画として総合計画等があり、観光の分野別計画という位置づけです。他の計画と整合性を取りながら、策定を進め

ています。先ほど申し上げましたように、新しくこの先 10 年の観光ビジョンを作るとなると、欠かせないキーワードが「持続可能な観光」です。ご存じの方もいらっしゃると思いますが、世界的な観光のトレンドとして、サステナブルツーリズム、持続可能な観光が目立れば、国内でも大きな動きになっています。

ニセコ町が本格的に「持続可能な観光」に取り組んだのは 2020 年度からです。そのきっかけとなったのが、2020 年 6 月の観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン」の発行です。これが日本語で読めるはじめての持続可能な観光の国際指標ではないでしょうか。また、UNWTO（国連世界観光機構）でも、世界的な動きを受け、持続可能な観光を「経済面・社会面・環境面の影響も十分考慮に入れた観光」と定義し、推進しています。先日、イギリスのグラスゴーで開催された COP26（第 26 回国連気候変動枠組み条約締約国会議）で発表された観光分野における地球温暖化対策「グラスゴー宣言」に、ニセコ町は署名しています。

次にお見せするのは、サステナビリティに関する Booking.com のアンケート調査結果です。海外の旅行者はサステナビリティに配慮した観光に関心が高い中、日本の旅行者の関心はそこまで高くないという結果でした。このあたり、日本の旅行者の意識はかなり遅れているようです。多くの方は、「持続可能な観光」と言われてもイメージできないと思います。「ゴミを出さないツアーに参加すればいいの？」と捉える方もいるかもしれません。「持続可能な観光」は大きく分けると 4 つ分野があり、①持続可能な観光マネジメント、②社会経済のサステナビリティ、③文化的サステナビリティ、④環境のサステナビリティと、かなり多岐にわたる分野を範疇としています。そのため、これを一言で説明するのはとても難しいのですが、「結局、持続可能な観光って何なの？」とよく聞かれます。最近では「SDGs の観光版ですね。」と答えています。この回答が、皆さん一番納得してくれるように思います。細かく見たい方は、観光庁のホームページに日本語で掲載されたものがありますので、ぜひ目を通してみてください。4 つの分野で 100 以上のチェック項目があります。健康診断のような形でチェックリストをどんどん埋めていくと、観光地としてニセコ町には「何が足りていて、何が足りていないのか」が分かってきます。そこで、ニセコ町が足りない部分をこの先 10 年の観光ビジョンに入れていけたらと思い、検討を重ねているところです。このチェックリストをベースに持続可能な観光の国際機関「グリーン・デスティネーションズ」による、世界の持続可能な観光地のトップ 100 選にエントリーしたところ、ニセコ町は 2 年連続（2020 年、2021 年）で選ばれました。

そもそも、ニセコ町が持続可能な観光（GSTC）の国際基準のことを知ったのは、2019 年でした。これは北海道運輸局さんからのお声掛けで、持続可能な観光に関する実証事業をやるので、受入地域にならないかという話でした。その時、候補地に挙がったのが阿寒とニセコだったようです。何をやればいいですかと聞いたら、持続可能な観光のセミナーをやるので会場の予約と受講者の集客を支援してほしいとのことでしたので、喜んでという感じで気軽に受け入れました。その時は、これが観光庁「持続可能な観光ガイドライン」発行につながる動きになるとは知りませんでした。翌年（2020 年）に観光庁が「持続可能な観光ガ

イドライン」発行に併せてモデル地区を募集すると聞き、ニセコ町も応募しました。全国からたくさん応募があった中で、ありがたいことにニセコ町はモデル地域（5地域）に選ばれました。これが本格的に取り組みを進める原動力になりました。モデル地区としてこのガイドラインを活用して、自分たちの地域を見直し、その中で取り組めるものから着手していきました。モデル地区に対し、専門家派遣という支援メニューがあり、国内で活躍している持続可能な観光の専門家の先生方が次々ニセコ町に来てくださいました。先生からアドバイスや取り組みのヒントを示唆してくださるので、こちらも頑張らなければとモチベーションが高く取り組むことができました。

モデル地区に選ばれたことで、エンジンがかかってきたニセコ町でしたが、観光庁のモデル地区は1年で卒業しなくてはならず、「来年度からは自力でやらなきゃいけないのか」と悩んでいたところ、釜石市さんから、「一緒に持続可能な観光の推進に取り組まないか？」とお誘いがありました。意外に思われるかもしれませんが、実は先ほどの「グリーン・デスティネーションズ」による世界の持続可能な観光地で、国内で唯一、ブロンズというステータスを取っている地域が、岩手県の釜石市です。震災復興として、ゼロからまちづくりを再スタートする中で、彼らは持続可能な観光にいち早く取り組んでいたのです。釜石市が中心となり「これから持続可能な観光に取り組みたい」と考えている自治体に声を掛け、現在、ニセコ町を含む8自治体でアライアンスを組んでいます。内閣府の地方創生推進交付金にも8自治体でエントリーし、採択されました。今年度から3年間、一緒に取り組みを進めているところです。

この2年間で「持続可能な観光」については、かなり勢いがついたニセコ町ですが、中身の方をこれからどうやって仕込んでいくかという点については、まだまだ知恵も人材も不足しています。看板ばかり大きくなるのはよろしくないで、今後は頑張って中身を充実させていかなければと思っています。

木村：ありがとうございます。続きまして、この研究成果報告の2つ目でございます。国際広報メディア・観光学院の石黒准教授からお願いいたします。

3. 山岳デスティネーションのデスティネーション・マネジメント

一戦略の射程と構成

石黒：北海道大学の石黒です。「山岳デスティネーションの戦略の射程と構成」についてお話をさせていただきます²。

² 本発表の内容は、石黒（2021）を再編集したものである。石黒侑介（2021）「山岳デスティネーション

先ほど高橋参事からありました、ニセコ町としての政策の方向性を踏まえて観光振興ビジョンという行政計画を作らなければいけないというときに、その計画に何を盛り込まなければならぬのかを議論するというのが、そもそものスタートでした。まず、これまでニセコはスキーや雪、あるいはパウダースノーなど、冬のイメージで語られ、その結果、冬のデスティネーションとしてのその競争力が注目を集めてきました。しかしながら、こうした方向性は今後も維持されるのか、維持するべきなのかというところから考察したいと思います。

ニセコを雪あるいは冬、そしてスキーリゾートと定義してしまうと、当然ですが時期的な制約が生じます。もし今後の方向性を考える上で持続可能性という大きなテーマを議論するとすれば、この制約、限定性のようなものを克服するために、裾野を広げる必要があるのではないかと考えています。そのために私が提案したのが「山」です。

冬やスノーといったある意味では収斂した概念から、山というところまで1回「戻る」という発想です。それによってこのニセコ町という地域のあり方を議論する上での視野が広がるのではないかとこのことを提案させていただきました。そして、山の観光をさらに発展させて「山岳リゾート」に着目しました。

国内外の山岳リゾート研究をレビューした結果、世界観光機関（UNWTO）の概念図がよく整理されているという結論に至りました。これによれば、山岳デスティネーションは、「山岳の生態系が擁する資源」（上部）と観光サービス業といった「観光関連投資」（下部）の2つから形成されています。ニセコ町のスキーやスノーリゾートといった側面は下部の右側に位置づけられ「山岳スポーツ産業」を形成しているに過ぎません。つまりフィールドが山であるということに立ち返ると、スキーというのは複雑な生態系の構成要素の一つであって、「観光関連投資」はこれに「アクセス」や「おもてなし」、そして旅行者が有する「レジャースポーツの技術」などがなければ、山岳にとっての付加価値とはいえないということです。

さらに上部に位置づけられている「山岳生態系が擁する資源」に注目してみたいと思います。山岳を形作る「気候」や「自然」、そして「土壌の可能性」や「息をのむような絶景」が山岳の資源性を構成していることが分かります。スキーを入口に議論を始めると議論が非常に矮小化されてしまうのですが、このように一歩引いて全容を把握すると、持続可能性の対象が極めて広範に及ぶことが分かります。行政計画を策定する上では、この中でどこまでを政策目標に位置づけるのかを規定する必要があります。

研究の枠組みは非常に単純です。資源性に基づくデスティネーションとしての特性に近い国外のデスティネーションの取り組みを検証し、その最大公約数を見いだそうというものです。本研究では、世界的な競争力を持つスキーリゾートをその対象にしています。

のマネジメント——戦略の射程と構成」石黒侑介・木村宏・天田顕徳編『CATS 叢書第15号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——ニセコ町観光振興ビジョン策定に係る調査研究委託業務報告書』北海道大学観光学高等研究センター，25-41.

いろいろと調べますと、実はそもそもスキーリゾートの競争力を定義することが難しいことが分かりました。最も一般的なものは観光客数、スキーリゾートの利用者数に基づいて定義することだと思いますが、スキーリゾートの利用者数の順位というのは存在しません。唯一入手できたのは、スキーリゾートの運営に特化したコンサルティング会社が発行するレポートです。これを参考にすると、世界で最も利用者数の多いのは、ヨーロッパ・アルプスを囲むように立地するスキーリゾートと、北米のスキーリゾートであるということが分かります。

次に、今回の目的は行政計画の策定ですので、その点を踏まえてこれらのスキーリゾートの中で関連する行政計画が公開されているものを抽出しました。データとしては限られています。ニセコ町が今まで「追い付け、追い越せ」という意識を向けてきた世界的なスキーリゾートが、どのような行政計画を持っているか、あるいは行政計画の中で持続可能性というものがどう描かれているのかを検証するということを試行しました。

例えば名峰モンブランを臨むフランスの La Plagne では、広域の行政組織で策定した観光計画というものが、大規模開発に対する規制やアクセシビリティの確保、あるいはいわゆるユニバーサル・ツーリズムの推進などが謳われています。高齢者、家族連れ、そして障がいのある人まで、あらゆる人が楽しめるリゾートになろう、という方針が示されています。そして山岳デスティネーションでありながら、文化観光というのも戦略の柱になっています。

このほかに、オーストリアやカナダ、アメリカの例を見ましても、それぞれに特徴はありますが、やはりスキーリゾートである前に山岳リゾート、あるいは山岳デスティネーションであるという自負が読み取れる内容になっています。通年型リゾートを目指すという方向性がほとんどの計画に出てくるのもその証左です。さらにニセコ町でも重視されている住民参加というのも、実は世界的なスキーリゾートに関連する行政計画に共通して見られる特徴です。観光関連の事業者がビジネスとして携わるだけでなく、観光に関連しない住民と観光との関係性をどのように位置づけるべきかが議論されています。

さらに環境保全というのも当然ではありますが、共通項として見いだすことができます。それもデスティネーション内部の環境だけでなく、観光客がどのような交通手段を利用してやってくるのか、車なのか、鉄道なのか、車でも、自家用車なのかライド・シェアなのかというところまで触れられている計画もあります。

また、イベントについても、やはり自然環境や住民との協調性という点が強調されています。そのほかには、商品開発や ICT、デジタル・トランスフォーメーションなどにも触れられている計画もありました。

つまり、グローバルなレベルでニセコが山岳デスティネーションとしての競争力を持つていくためには、持続可能性というメッセージが不可欠であり、なおかつ、そのメッセージを具体的な行政計画とするためには、ここであげたような要素、分野について触れていくことがグローバル・スタンダードなのだということです。やはりスキーとかスノーという前に

山であるというということが重要なのではないかと思っています。そして、この「山岳デスティネーション」であるということを中心に位置づけて計画を策定するべきではないかという結論を導きました。その上で、自然環境、アクセス、住民との協調というものは初めて位置けられるということです。もちろん、今後は、感染症や自然災害への備え、カーボンニュートラル社会への対応なども加える必要があるかもしれません。

最後に、冒頭で示したモデルの再検討です。

山岳デスティネーションは、「山岳の生態系が擁する資源」と観光サービス業といった「観光関連投資」の2象限で構成されているというモデルでしたが、私はここにデスティネーション・アイデンティティというものが重要なのではないかと思っています。舞台としての山岳、そしてそこに付加価値を提供する投資という2層構造を、ある意味、反転させて別の領域にまで拡大させ、そこに住民や経済的な持続可能性、アクセシビリティを確保するための社会基盤のようなものを位置づけるというアイデアです。

結論としてまとめますと、ニセコ町が観光振興ビジョンを策定する上では、自然とスキーやスノーリゾートという部分に目が向いてしまうのですが、一歩引いて俯瞰することで、山というもの、あるいは山岳デスティネーションというところにスコープを広げてみるのが重要だろうと思っています。その上で、観光客だけではなく、住民のみなさんとこのまち、デスティネーションをどうしていくのかを計画化していくことが必要ではないでしょうか。

以上です。どうもありがとうございました。

木村：どうもありがとうございました。お話の中に山岳デスティネーションという言葉が出てまいりました。スキーとかスキーリゾートではなくてもう少し広い視野で、季節を問わず山の上から町を俯瞰してみようというお話でしたが、この山岳デスティネーションという言葉に対して、さらに議論を進めたのが、天田先生のお話ではないかと思えます。天田先生よろしく願いいたします。

4. 山岳デスティネーションのブランド化と文化的資源

4-1 問題の所在と目的

天田：皆様よろしく願いいたします。ご紹介にあずかりました天田でございます。普段は山にかかわる宗教文化の「文化資源」としての利活用を考える研究をしております。ですから、私の話は文化資源の側面から山岳デスティネーションというあり方について考えてみようというようなお話になるかと思えます。

昨年の研究会で、私は、第2回研究会に登壇させていただきました。第1回研究会では、

石黒先生がご登壇なさり、持続可能なデスティネーション・マネジメントには山岳デスティネーションとしてのアイデンティティの確立が必要ではないかと述べられました。私は、この問題意識を一部引き継ぎながら、山岳デスティネーションとしてのアイデンティティを確立すべき「主体」は誰なのか、そして、デスティネーションの「範囲」はどのあたりになるのだろうかということをお話をさせていただきました。

研究会では、ニセコ町様より、リゾート開発が集中したエリアの自然と生活への影響を住民が懸念している、環境事業者の地域への貢献の見える化が必要ではないか、等々の地域の課題についてご説明をいただきましたが、こうした問題のうち、幾つかのもの解決に、アイデンティティの主体とデスティネーションの範囲を明確化することが資するのではないかと考えたからです。

4-2 「範囲」を考える

まずはデスティネーションの「範囲」を考えていきます。先に述べたとおり、私自身は、日本の山岳信仰を研究していきまして、普段は白装束を着た参拝者を迎え入れる、山小屋や宿坊などでお話をすることが多いです。これは山形県鶴岡市の例です。鶴岡市では「詣でる、つかる、いただきます」というキャッチフレーズで、社寺参拝、温泉、精進料理をセットにした観光PRが行われています。

続いてこちらは、地理学者の岩鼻通明先生の議論を援用して作成した、霊山の観光振興の概念図です。岩鼻先生は、出羽三山を事例に霊山が3つの圏域に分けられるという議論をしています。山頂を聖域とする聖域圏、その下に広がる門前町を準聖域圏、そして、その山を信仰する人たちが住む信仰圏というのがそれぞれです。現在、この信仰圏の衰退が霊山を要する地域の非常に大きな悩みになっています。信仰圏から聖域圏にお参りに来る人がすくなくなっているのです。信仰圏が衰退すると、準聖域圏である門前町が経済的な困難に陥ります。その結果、何が起こったかという、聖域圏の文化を準聖域圏において観光資源化することで、かつての信仰圏のみならず、それ以外のところからも人々を呼び込んでこうとうに様々な地域が取り組むようになりました。

4-3 ニセコの場合

ニセコの場合です。先ほどから羊蹄山というお話が何度か出てきましたが、羊蹄山を例に取った場合、先ほどの圏構造みたいなことが言えるのか。結論から言うと、言えません。まず、聖域圏に当たる圏域というのがハッキリとは見いだしづらい。一般的な日本の霊山というのは、宗教組織や団体みたいなところがガバナンスを行っている。神社があったりお寺があったりして、霊場を形づくっている例が多いわけですね。歴史を考えても当然ですが、そうした構造は見いだせない。

では、ニセコでは地域をアイデンティファイできるような山に関わる文化的資源はないのか。この点に非常に悩みまして、私も昨年ニセコ町に来させていただき、話を聞かせていただいたり、ドライブしたりと、走り回ったわけでございます。

勉強をさせて頂き、すぐに分かったことですが、ニセコ町には文化的な資源と言えるようなコンテンツが非常にたくさんありました。例えばスキー史です。本州ではレルヒ少佐という場合が多いのですが、こちらに来たときには中佐になっています。他にも、阿倍比羅夫の伝説や有島武郎、開拓の歴史。たくさんの魅力的な文化的資源を見つけることができました。しかし、率直に言えば、物はたくさんある一方で、それらをつなぐコンテキストが見いだしづらという点にも同時に気が付きました。

例えばこの看板では「ニセコ エコ・ミュージアム」というタイトルで、有島地区や先述したさまざまな文化的資源が紹介されていますが、それがどういうコンテキストで結ばれるかということはみいだせません。これらのモノをエコというテーマで結ぶのが最適解なのかということは悩むところです。

こうした問題を考えていた際に見つけ、ちょっと面白いのではないかと思ったものが、こちらの地神塔でございます。叢書の中でも紹介させていただきましたので、あまり詳しくは述べませんが、こちらのお墓みたいな形をしたものですね。これはお墓ではなく、一般的には農業に関係の深い神様をお祀りして造立される石塔でございます。この地域では徳島県の影響を強く受けていると言われていています。昨年の調査ではこの地神塔をいろいろなところで見つけました。それを見ているうちにあることに気が付いたのです。

それは何かといえば、実はこの地神塔、この写真は倶知安神社の例で、ニセコ町ではなくて恐縮ですけど。こちらは『春秋社日醮儀』という文書ですが、この文書には地神塔には造立のルールが書かれています。天照大神の神名を正面に刻み、正面が北面する形で立てるなどのルールがあるのです。徳島では多くがそうしたルールに従って建っている。ですが一方で、「変形地神塔」というものも漁師町などにはあることが報告されています。漁師町などの例では、正面が海を向いているそうです。地神塔の正面が向く方向で何に祈っていたか、何かを大切にしていたかみたいなことが読めるのではないかという論文も報告されています。

非常に面白かったのは、羊蹄山周りの地神塔には、羊蹄山に正面を向いているものが存在しているのです。これは悉皆調査や聞き取りのようなしっかりとした調査をしないと言えないことですので、あくまでも「連想ゲーム」のようなものですが、羊蹄山を特別視するような心性というのがこうした地神塔から、ある程度推測できるのではないかと考えられます。蝦夷富士羊蹄山神社という神社がありますが、山からの恵みを祈りながら農業を行っていた人たちというのがいるのではないかということに思いが至りました。北海道の地神塔は、造田運動との連動性が指摘されているのですが、神様に祈りを込めながらお米を作っていた人たちがいたのではないかと。

地神塔であるとか初老碑であるとか、ニセコで暮らしてきた人々の願いや祈りのシンボ

ル、山と共に暮らしてきた人々の「暮らし」を忍ばせる文化的資源というのがニセコには非常にたくさんあります。地神塔との出会いにより、こうしたことに気付いたのですが、先ほどの圏域構造を振り返って考えると、次のようなことが言えるのではないのでしょうか。

先ほどの3種類の圏域構造というものを、「山岳」と「生活圏」、そして「眺望圏」という形で再整理してみましょう。山岳のエリアは、スキーリゾートやトレッキングルートという形で、非常にうまく資源化されて観光利用されています。一方で眺望圏もうまく活用されている。中山峠の望羊中山などは、まさに望洋、羊蹄山を望むということで、眺望がうまく活用されている。一方で、その間の「生活圏」にある文化資源が現状、等閑視されていないかということが、私の問題意識です。

開拓の歴史や有島武郎などは勿論取り上げられているのですが、彼らが格闘した現実や悩みのような「暮らし」そのものにあまりフォーカスがされていないのではないかということです。『カインの末裔』の冒頭部には、当時の開拓民の生活が描かれていますけれども、そういう人たちが何を思っただろうというふうに住らしてきたのかという点が、あまり物語化されていないのではないかと感じる次第です。これが、叢書の中で提案したアイデアの1つ目でございます。

4-4 「主体」について

では、それを誰が物語化していくのかというお話ですが、これは地域の住民たちの手で成されるべきだろうというのが、私の意見です。

叢書では生活圏の文化を自分たちで調べてブランド化するということの効用を述べて頂きました。私の専門からいえば、それが「売れるかどうか」ということについて自信をもって語ることは出来ないのですが、住民の手で身の回りのモノをモノガタリ化していくということには、売れる、売れない以上に重要な意味があります。

時間の都合でポイントのみとなりますが、住民自身が自分たちの過去の歴史やくらしぶりということを掘り出していくその過程で、再帰的に場所のアイデンティティが確立していく、あるいは、それを住民が獲得していくという事実が近年の研究では盛んに報告されています。

こちらは、福岡市史を引いてきたものですが、この市史のポイントは自己言及性と多声性です。あなたたちの文化にはこういう特徴や価値があるのだというふうに、外の専門家が言うのではなくて、自分に語らせる。そして、いろいろな人に語らせるということが、最近のトレンドになっています。こういうことをすると、だんだんと、我々がどんなくらしをしてきたか、そこをどういうふうにブランディングしていきたいのかが、浮き彫りになっていく。

非常に面白いのが、これは市史であるということです。市史の特別編ですけども。これまで市史というと、民俗学者みたいな者が集まって書いて、上から目線で書いていたのですが、分厚くて重い漬物石みたいな本になって、誰も読まない。福岡市史のように、多くの地

元住民に自分の言葉で語ってもらうやり方であれば、面白くて住民も読むし、かつ、この土地で我々がこんな暮らしをしていきたいというアイデアもどんどん出てきます。ステーキホルダー間の問題解決になるというような、そんな事例も出ています。

少し堅い話になりますが、民俗とは、生活というふうにも言い換えることができます。そして、生活とは、煎じ詰めていけば、私たちが想像する幸せを実現するための行為であるといえます。叢書では、住民自身にこれまでの生活や生活の技術を多声的、自己言及的に記述してもらうべきだというようなことを書きました。ある地域における人々の生活やくらしのあり方をその人たち自身に描いてもらうことは、その地域に生まれて暮らす人の「幸せ」について考える契機になります。外からのまなごしを体現したスノーリゾートというあり方も素晴らしいですが、それが住民の「幸せ」とどう関わるのか、という点はより重要でしょう。

4-5 まとめにかえて

以上の議論を通じて私が提言させていただいたのは、次の3点です。1つ目が、山岳デスティネーションの範囲を仮に山岳、生活圏、眺望圏とした場合、現在のニセコ地域においては、この生活圏の文化資源、山と共にくらしてきた人々の歴史の活用を、もう少し進める余地があるのではないかという点です。2点目は、生活圏の文化資源を使ったブランド化を住民が主体的に行う。また行える環境づくりをすることが、デスティネーション・アイデンティティの構築に資するのではないかということです。さらに、それを構築することが立地エリアの「将来像」を考えるための重要なプラットフォームになるのではないかという点です。

以上、ニセコの「自然」という話とはまた違う観点から、山岳デスティネーションのアイデンティティの範囲と主体についてお話をさせて頂きました。これで終わりにさせていただきます。

木村: ありがとうございます。石黒先生の山岳デスティネーションとしてのアイデンティティの確立といった問題提起。これが持続可能な観光社会を考えるきっかけになるのではないかという問題提起に対して、天田先生からは、最後に3つありましたが、特に生活圏のブランディングが、まだまだ確立されていないのではないかということですね。そこに生活圏の文化的資源を使ったとして、ブランド構築については住民参加、住民が語れることが大事だというようなことのお話でありました。

ニセコ町においては、他の町に比べれば多くの会合が開かれていて、ニセコ町の未来についての議論というのは、住民の中では進んでいる町ですが、山岳デスティネーションのアイデンティティの構築についてはさらなる議論によって可能性をさらに引き出せるのではないかというのが、天田先生のお話でありました。

5. フィールドワーク調査の研究発表

フィールド調査概要

木村：CATS 叢書 第 15 号では、石黒先生、天田先生及びニセコ町の高橋参事の議論を受けて私が、これからも多くの人を訪れるニセコ町及びニセコエリアにとってニセコの窓口とは何かを、最後の章でつづらせていただきましたが、今回は、その私の発表に代えて、ニセコの窓口を考えるときの 3 つの視点から、現地の調査を実施した学生からの発表をお願いしています。

先ほどもお話ししましたが、今回の学生発表については、国際広報メディア・観光学院の修士学生、それと社会人の学生。学生の中には留学生もいますので、こういった混合の班編成を 3 つ作りまして、それぞれにテーマを持ってお話をさせていただくということであります。繰り返しですが、3 日間の限られた時間の中で調査をし、多くの町民の皆さんのご意見を聞く機会がありましたこと、この点、私からあらためて御礼を申し上げます。その成果はいかなるものかというところは、インタビューに答えていただいた皆さんも関心事だと思いますので、それぞれの発表にゆだねてまいります。

まずは A 班からの発表をお願いしたいと思います。

5-1 ニセコ町の観光情報発信に関する提案

藤枝：では、A 班の発表を始めさせていただきます。A 班は「ニセコ町の観光情報発信に関する提案」をさせていただきます。まずメンバーの紹介です。私は A 班班長の藤枝穂乃花と申します。班のメンバーは、大野雅人、新海茜、孫梓文と高橋めぐみでございます。どうぞよろしくお願いいたします。

5-1-1 ニセコの目指す姿

大野：最初は大野からプレゼンさせていただきます。目次は「ニセコ」の目指す姿、現状分析とターゲット、提案のモデル、媒体ごとの現状と課題・提案、そしてまとめです。では、最初の「ニセコ」の目指す姿をお話いたします。

まずニセコ町の観光振興計画の中には基本理念が入っておりまして、観光客の満足度を高める、それから、町民生活を豊かにする、そして、持続可能な地域経済を確保する、そして最後に、自然（環境）を保全する。この 4 つがうたわれております。そして、これらを元に、住んでよし、訪れてよしの、持続可能な観光リゾートを目指すということが、記載されております。

これを受けまして、私たちのチームでは、主体を農業に従事している町民、それから、海外移住者、日本人移住者、そして観光客、4 つを主体として考えました。そして、有島武郎

のコモンズ概念を元に、この4つの主体が共存する居心地のいい町、四方よしの実現ということ、テーマとして考えました。

5-1-2 現状分析とターゲット

新海：次にニセコの観光情報発信についての現状分析について、私、新海から端的に報告させていただきます。

まず、現状のニセコの強みはこの左側ですが、一言で言うと、皆様ご存じのようにニセコの自然、とりわけパウダースノーを基軸とした圧倒的なブランド力を有するスキーリゾートとしての価値ということになると思います。

右側に弱みを列挙してありますが、私たちの発表のテーマは観光情報発信ということで、それをピックアップしたものが右上です、具体的に読みますと、情報発信ハードが古い。ハードというのは、ソフト、ハードのハードですが、例えばニセコの現在の情報発信の主体が、道の駅や観光案内所に依存しているのではないか。アプリの周知があまりなされていないのではないか。また、その情報が行政の機関や施設ごとにばらばらになっていてコントロールされていないのではないか。住民と観光客をつなぐ仕組みがないのではないか。または、情報発信のPDCAが存在していないのではないかとということが挙げられました。

では、それを踏まえた上でニセコ町の現在の観光情報発信はどうなっているのかと申しますと、旅前の情報に関しては、一般社団法人ニセコプロモーションボードというDMOが担っております。また、旅中の情報に関しましては、株式会社ニセコリゾート観光協会、ニセコ町役場様が担っております。旅後の情報については不在しているというのが現状です、それが先ほど弱みとして挙げた、PDCAがなっていないというのにつながっているのではないかと考えました。また、ほかの問題点として、これらの組織が有する情報がそれぞれ独立していて一元的になっておらず、活動もばらばらになっているのではないかと問題点を挙げることができました。

孫梓文：ここからは、観光情報発信のターゲットについて簡単に説明させていただきます。まずステークホルダーについては、外国移住者、日本人移住者、町民と観光客と4つの区分に分けて設定しています。そして、情報のターゲットは、主にニセコを訪れることを決めて具体的な訪問先や滞在先の情報を探している観光客としています。そして、ここでの観光客の滞在は短期、中期、長期のすべてが含まれています。

全体的な提案のモデルについては、国土交通省の観光発信策検討プロセスを参考として、3段階に分けて作成しました。まずは課題の抽出、そして目的、発信の連結体制、そして、手段と媒体の2つの部分に分けて分析を行います。そして、最後は情報運営のシステムを設定します。

これは、私たちが作った基本の情報発信のモデルです。主にニセコリゾート観光協会を観光発信のハブとして、観光発信をコントロールすることです。そして、ソフト的なワ

ンストップの窓口を創生します。

5-1-3 媒体ごとの 現状と課題・提案

高橋めぐみ：それでは、高橋から媒体ごとの現状と課題を説明した後に、私たち A 班から提案を行います。

最初に、道の駅にある観光案内所ですが、課題として3点挙げております。①町民と観光客の接点がない。②外国人向けの情報が少ない。③短期観光で立ち寄る人向けのみということです。提案は課題の番号と対応しております、①の提案に関しては、例えば、道の駅の直売所では、農家の方が店頭に立ち、お客様の質問に耳を傾けるということです。そしてお客様の素朴な疑問にお答えする。先ほどアイデンティティという言葉もありました。時には、言葉の壁もありましょうから、インターナショナルスクールの子供たちが通訳ボランティアとして参加します。それから、②と③については、英語の交流員の配置ですとか、道の駅自体に国際交流センターの機能を持たせるというアイデアが出ました。これらの効果は、中長期的な滞在者と住民との交流です。

次に、ニセコ FM についてです。課題としましては、聴取率が不明であり、観光協会で運営しているメリットを生かしきれておらず、観光客に特化した番組がないということです。私たちの提案として、聴取率に関しては、アプリ経由でクリックをすると、それがどれぐらいの人が聴いているのかを把握できますので、その数をフィードバックして考えていただきます。組織内連携では、例えば「Slack」や「Chatwork」などを活用して、今どのような番組を放送しているのかを情報共有します。最後に、観光客に対して、時期や時間を限定して、例えばゲレンデ情報では、ゲレンデがどのような状態になっているのか、雪質はどのようなかなど放送してはいかがでしょうか。得られる効果としましては、現在は地元住民向けに特化した番組ですが、観光客にとっても、より有益な情報として活用できるのではないかと思います。

3つ目はアプリについてです。現在は「Niseko」と「Niseko Now」というアプリがあります。課題としては3点。①知名度が低い。②プロモーションボードと提携している店舗しか出てこない。③アプリのメリットが見えていないです。私たちの提案としましては、①には、道の駅のFreeWi-Fi利用時に、まずはブラウザで表示させ、そこからアプリをダウンロードするような紹介をします。②の改善策は、観光協会から無料で掲載している現在の店舗に、Webでも出してみませんかというような提案をしていただく。③に関しては、ARやQRコードを付加して、クーポンなどを発行してダウンロードを促進します。得られる効果としましては、まずは観光客に対してコンテンツの充実。それから、旅前の充実。旅中の情報をもう少しより詳しくということです。また、観光協会のメリットとしましては、情報の獲得と、それをデータベース化できるということです。

4つ目は、ホテルの窓口です。課題としましては、観光協会に対応しきれていない案件がホテルに求められてくるという、この手間が発生することです。提案としては、観光協会で

受けてさばききれなかったところは、電話でホテルにリファーします。そして、その件数分だけ、観光協会がホテルに報酬を支払うというシステムはいかがでしょうか。得られる効果としましては、観光協会と連携を取ることで、ホテル側が地域貢献できること。それから、観光協会と情報共有ができること。旅行者にとっても、素早く情報が得られるということです。

5 つ目は、「あそぶつく」についてです。課題としましては、観光客はまず足を運びません。また、文化的資源、先ほど出ました有島武郎記念館との連携がないということです。提案としましては、カフェの運営と本の販売。そして、ドネーションの提案です。現在ニセコにある文化的な施設と連携して、イベントの企画などを通して交流をすることを提案します。得られる効果は、次世代を担う子供たちのグローバル人材の育成。そして、国際交流の促進の場を提供できるということです。

5-1-4 まとめ

藤枝：これまでいろいろな媒体ごとの課題の提案や、今後どうすべきかのお話をさせていただきましたが、この提案を通じて最もお伝えしたいことといたしますのが、ニセコリゾート観光協会様が情報のハブとなってすべての情報をしっかりと把握した上で、いろいろなステークホルダーにしっかりと流していくという、その仕組みづくりをしていくということです。

それをすることによって得られることが、主に 2 つあります。まず 1 つは、観光客向けに発信した情報、例えば FM のラジオは、もともとは地域住民のための情報だったかもしれませんが、それが今となっては観光客も活用しているというところで、ただで住民と観光客を結び付けるような情報発信ができるということを目指して掲げています。それが最終的には、地域住民にとっても観光客にとっても居心地のいいまちづくりの実現につながるのではないかとするような提案です。

今回、私たちの班では観光客の定義を、先ほどもお話しましたが、短期的な滞在の観光客だけではなく、中長期的に滞在をしていて、例えばペンションに長期間泊まっているような方や、短期の移住者であるとか、長期の移住者をも含めて考えていることが重要な点です。

2 つ目は、情報データベースを、ハブ組織たる観光協会が一元的に管理をすることによって、住民や観光客が、町内のどこに居ても町の様々な情報を得られるということです。所有しているデバイスや、町の中でも住んでいる場所を、ひとまずしっかりと情報にアクセスできるということを徹底することで住民の利便性向上にもつながるのではないかとということです。

最後に、この左側に書いてある地域のブランド力が高まるということですが、やはり広域連携という点で、いろいろな町同士が情報のハブを持っていて、そのハブ同士が連携するプランが実施できれば、ほかの地域からも参考にされるとか、観光地としてのブランド力も上がるのではないかとこのように考えています。

以上が私たちの提案です。最後に、今回いろいろとお話を聞かせていただいた方々には心よりお礼を申し上げます。ありがとうございました。

木村：どうもありがとうございました。

5-2 農業資源を生かした観光と移住・定住の推進に向けての展開

木村：続いてB班の報告です。「農業資源を生かした観光と移住・定住の推進にむけた提案」ということで、資料がかなり細かくて読みづらいかもしれませんので、後ほど資料請求いただくか、叢書内で確認いただければと思います。

それでは、B班、よろしくお祈りします。

5-2-1 テーマの解釈と方向性

滝川：B班でございませう。お題は「農業資源を生かした観光と移住・定住の推進に向けての展開」です。メンバーは、ハン飲、王婷、蓮尾純一、新堀裕幸と私、滝川徹也です。よろしくお祈りします。

まずテーマを考えるときに、ニセコ町は、観光と農業の町だということですが、しかしながら、連想するものはスノーリゾート、観光というところが強いと思います。移住、定住する多くはやはり観光にかかわることが多いということですが、もう一方の農業の担い手はいるのか、そのために移住する人はいるのか。また、観光と連携できる農業のあり方がありうるのかを、少し考えました。持続、発展できる農業には、担い手が来なくなるような魅力あるニセコ農業というものを創造することが大切だと思っています。ですから、皆さんが振り向いてくれるようなニセコ農業とはどういうものかというのを、語っていきたく思います。

今回、いくつか町の中でヒアリングをさせていただきました。移住の相談員の方、ワイナリーの経営者、農産物の加工をされている方、あとは農園の方々など、そのヒアリングを踏まえて発表させていただきます。

5-2-2 現状分析

蓮尾：まず、現状の分析からさせていただきます。相互扶助という考え方がこの町には根付いておりますので、その観点を中心に考察をしております。ストロングポイントとしては、何と言ってもニセコという知名度。こちらが一番強いポイントです。対してウイークポイントとなっているのは、業種間連携が不足している。あと、雇用の安定化が、相互扶助の観点からするとあまりできていないことが見えてきました。

利用できる機会という部分で、属性的、思考的多様性という難しい言い方をしておりますが、世界中の人々が集まっている多様性。日本の中でも、国内のいろいろな地域から来てい

る多様性。いろいろな商売をされている業種の多様性。これらの中には、いろいろな思考を持っている方々がいらっしゃると思いますので、ほかの市町村と比べるとさまざまな多様性が重なっている部分は、利用できる機会ではないかと考えております。次の考察の部分について考えられる脅威としては、過剰な開発熱、地目変更の問題。あとこれはすべての問題にも横たわっておりますが、高齢化が問題になっているのではないかと考察しております。

次に、ニセコ町の観光と農業に関しての、事業に及ぼす政治的、行政的な要因としては、国際的な情勢や国内の政治について、次のような要因が挙げられます。TPP 法案により輸入自由化等が与える影響、為替について国際問題があるごとに変動が起こる。消費増税等増税の度に支出抑制が起きる、ビザの発給要件の範囲内での労働制限があり 2 業種就労が難しいことがあげられます。

次に、事業に及ぼす経済的要因として、観光客を中心とした交流人口が生まれている。例として、地域内でのインバウンド増加による人流の拡大による商機の拡大、北海道新幹線の延伸による商圏の拡大、外資の進出による外貨の獲得、高速道路の延伸による商圏の拡大が含まれるかと思えます。

次に、事業に及ぼす社会的な部分の要因です。まず元来の開拓エリアに住む地元住民と新しい開発エリアの住民との間に距離感が生じている点をあげました。また、観光により公共インフラが消耗されていくということと、開発に伴い公共インフラに投資を多くしていかなくてはならない部分、行政負担の増加が問題となるのではないかと考えております。

次に、技術的な要因です。これについては、デジタル・トランスフォーメーションや、SDGs について、技術や機械の活用ができる部分があるのではないかとということで、考察を入れております。ICT の活用によりニセコと世界をより近づけることや、持続可能性を目指し課題やチャンスのため準備をする必要が、今の段階ではあるのではないかとということで、考察を終えております。

新堀：ニセコ地区、ニセコ町を見ていくと、どうしてもこの有島武郎先生の相互扶助の理念に突き当たります。有島先生は小説家でもあり農業事業者でもありました。ある時期、お持ちの土地をすべて無償で小作の方々に譲渡しました。一人一人に譲渡したのではなくて、みんな共同でその土地を経営するよという、相互扶助の精神を伝えました。

では、具体的にニセコ町の農業の課題抽出ということで、検討していきます。まずは農業所得の低迷があります。やはり農業物産の価格が非常に低いことに原因があります。そして高収益の作物等の検討をしてチャレンジはするのですが、なかなかそこが定着いたしません。いろいろな作物が総花的にあるのですけれども、未だこれといって主力となる作物自体が特定できていません。次に事業承継と労働力の不足です。どこの地区にも言える事ではありましようが、高齢化、そして若年層の流出があり、働き手、あるいはその事業を引き継ぐ方々が不足しているようです。

そして現在農地として利用しているところを、耕作を放棄して原野として高く売りたい

なる高齢者への誘惑などもあり、相互扶助のマインドが一部低下しているようなところが見受けられました。ですから、将来的に、事業としての農業の消滅などの可能性も若干見て取れたということです。

道の駅の消費拡大につきましては、冬期間の農作物の加工品などの消費の拡大、これに懸念があると思います。ただし、これらお話しするいろいろな対策を講じることによりまして解消できるのではないかと考えています。そしてそこには相互扶助の精神が必要だということにとらえています。

5-2-3 事例紹介

王婷：これらの現状と課題と踏まえて、実際の事例から、観光と農業の可能性について探りたいと思います。

まずこちらの事例では、自主的に6次産業化している仕組みです。こちらの農家さんは観光がきっかけで、ご縁があってニセコへ農家として移住してきました。この農家さんの信念としては、観光客が求めている農産品でこの地の気候にあったものを育てるのが適切だと考えブドウ作りに取り組みました。そしてこのブドウ栽培を多くの人にかかわってもらう仕組みを考えました。その事業展開としては、新規のブドウの栽培農家も加わり協議会をつくり、学生や一般の人に農作業を手伝ってもらうプログラム、つまり皆さんを巻き込み参加者が楽しめるというプログラムを考案し実施しています。

そのような仕組みがどのように就農人口の増加につながるかということは、総務省の関係人口の概念図から説明したいと思います。まずは農産品を買いに来る人と、観光行動として農作業を手伝ってくれる人がいて、それぞれはこの図の交流人口と関係人口に当てはまります。そして、観光を通して徐々に農家さんと価値観が共感されて、農家さんへの興味が高まります。そして何人かの人は農家さんとしてニセコに移住してくる可能性を、この事例で示しております。

また、農産物の生産だけでなく、6次産業化に取り組むなど、農家さんはどのように高付加価値化することができるのでしょうか。それを、この図で説明したいと思います。今まで、農家さんから観光マーケットへ農産物の販売は、収穫したものをそのまま道の駅の直売所に持ち込むのが常でした。加工された農産品はあまり多くありませんでした。それが原因で、冬場と夏場の農家さんの収入の変動が課題でした。

それは、農家さんと観光マーケットの間に、付加価値をつける役割を果たしている加工業者を入れるモデルです。まず加工業者は農家さんとの間の買い取りの契約を行い、定期的に、一定量の農産品を計画で仕入れることによって、農家さんは安定した収入を得ることができます。そして加工業者は、その素材を生かしてレストランの料理や特産品に加工し、観光マーケットで売買することによって、外貨の獲得もできます。そうやって農家さんから加工業者、そして観光マーケットまでの産業のチェーンが成立することにより、農産品が高付加価値化され、農業から観光までの Win-Win-Win モデルになります。

しかし、その間にいる加工業者が町内には多くないため、町内に現存する加工工場と相談して、工場の空いている時間を活用することが、現状では一番実現可能な仕組みだと考えます。

5-2-4 解決策

ハンズ：以上の抽出した課題と事例を踏まえて、いくつかの解決策を説明したいと思います。まずは、農業の消滅への懸念について、農業の持続的な発展が必要とされています。例えば、観光産業と農業の間に溝があるとすれば、その溝を埋めるために観光産業と農業の相互扶助を成立させる必要があります。前述の Win-Win mode を実現するために6次産業化を図ります。

主力野菜不足の課題については、多品種の野菜が栽培されるのに、どうしてブランド化ができていないのかという課題があります。課題解決のためのアイデアとしては、特筆すべきニセコの農産物を核とした宣伝をする。または、生産から消費まで地域内で地産地消することにより、ニセコに来ないと食べられないという付加価値をつけるのです。

次に、キーワードをTAG化して表現していこうという取り組みです。例えば「こだわりのある」、「質の高い」、「オーガニック」などは最近よく使われるワードですが、ニセコ町では「水質がよい」という話もよく耳にしました。水のおいしさをすべての野菜にTAG付してはどうでしょうか。

また、労働力強化については2点ポイントがあると思います。1点目は、機械とIT技術の導入です。労働力不足を補うためのスマート農業の可能性を探っていくべきです。もう1点は、民間企業で何ができるのかということを問いかけたとき、スイスアルプスの町の事例を参考にしたいのかどうか。成功事例として参考にしたいのは、企業の経営者、特にリゾートの観光事業者たちは、得られた観光収入について、農業に投資するということです。さらに行政の取り組みについて、観光業と農業が相乗効果を高められるように、街が観光業者への特別な税金を課すということです。目的税として農業振興に活用します。

また、就業者不足を補うために海外からの観光者も含めた人材確保を考えたときに、ビザの条件緩和については、町では解決が難しい課題ではあり、国に働き掛けるべきことではあります。例えば国は、夏場のリゾートから農業の現場に雇用を提供する、冬季において農業の現場からリゾートに雇用を提供することにより、外国人就労者はニセコ町に1年の間働ける就労環境がつけられるなど、ビザの緩和がもたらす影響は大きなものが期待されます。もしビザの条件緩和が難しくければ、リゾートホテルの業務範囲として、「農家サポート業務」を加えて、夏季に農家より業務を受託することが得策と考えます。

最後に、生産者たちの所得安定、向上については、農産物の販路、消費拡大が望まれます。生産される農産物に付加価値を付けて、販売するということが考えられます。それが6次産業化の工夫です。

5-2-5 解決策の具体案

滝川：これらの解決策がありますが、もうすこしだけ具体的に掘り下げたいところが、6次産業化の工夫と販路拡大です。農業と観光が交差するというのが道の駅ですが、道の駅の冬の活用が問われています。そこに圧倒的な商品のラインナップの拡大をしてはどうかということ、そうすることで冬に来るリゾートのお客様による消費拡大を図ります。観光と農業の域内交流というところを狙いたいのです。

ヒアリングの中で、ほとんどの方が言っていることは、新しいものを創出しないとだめだということでした。そこで提案するのが、既存にあるものを掛け算することによって、新しいものを生み出せないかということです。ちなみにここにあるのは、ほかの道の駅とかECサイトでかなり売れているものばかりですが、この地域にあるものでこういうものを創ってみようということです。例えば温泉と大豆、もし大豆を作っていないければ作るということも含めて、温泉豆腐とか揚げというものを作っていく。どこでもかなり人気のあるのはジェラートですけども、地元野菜と地元のミルクを掛け合わせたジェラートを作る。あとは、冬場に温かいものの販売が少ないのですが、果樹と小麦を掛け算することによって、焼きたてフルーツパイを作るというのはいかがでしょうか。

これらを作っていこうとする場合、やはり農家だけでは難しいので、先ほどの加工業者などを入れていくということと、道の駅にコーディネートをしていただくのが一番いいと思うのですが、そこにリニューアルの機会があれば、そういうところに組み込んでいただきたいと思います。

例えばリゾートの方のシェフとかパティシエの監修、あとはリゾートの不動産で外国人のスタッフの監修をすることによって、その方々がお勧め、宣伝役となることもありますので、そういう監修によるプラスアルファ、ブランド力の強化もできるということを思っています。もう1つ大事なのは、商品の開発を通じて、実はリゾートのお客様とか道内の観光のお客様、それらと農業との域内交流が生まれるということだと思っています。

リゾートの方は、魅力ある、人が来るということはあるのですが、農業についても観光と連携することで魅力あるものにし、農業を担う新しい移住、定住が生まれれば、持続可能なニセコの未来につながるのではないかと考えています。

5-3 観光客への 持続可能な観光に対する意識づけに関する提案

木村：ありがとうございました。C班については、観光客への持続可能な観光に対する意識づけ、どのように外の人たちに持続可能性というものを理解してもらうのか、また共有できるのかといったテーマであります。よろしくお願いします。

5-3-1 ニセコにとって「持続可能」とは

永岡：テーマは「観光客への持続可能な観光に対する意識づけに関する提案」です。メンバ

ーは、永岡、王鷲庭、伊蘭、川崎孝利の4名です。よろしくお願いたします。

まず、この壮大な持続可能というテーマについて、どこから考えるべきなのかということ非常に迷ったところです。しかし多くの方々にお会いできまして、ヒアリングの結果から、私たちがこの発表をさせていただくに当たり、ニセコにとっての持続可能とは、暮らす人にとって町として持続することとまず設定をさせていただきました。町が持続しなければ観光も持続しないということで、ここを軸に考え、これからプレゼンさせていただきます。

5-3-2 持続可能な観光とは

王鷲庭：背景として、持続可能な観光を定義いたします。Global Sustainable Tourism 協議会は、持続可能な観光について共通の理解を提供するために基準を設定しました。

その基準は、持続可能なマネジメント、社会経済への影響、文化的影響、環境への影響という4つの分野があります。その中で、ニセコ町は持続可能なマネジメントでうまくできているのではないかと考えています。その基準に基づいて、UNWTO、国連世界観光機構は持続可能な観光を定義しました。観光庁は、環境的に優しい、経済成長ができる、社会文化的に好ましいと、要約しました。

私たちは、これに基づいて現在および未来の世帯にとって、環境的、経済的、社会的に暮らしやすい地域をつくるための観光まちづくりというニセコであることについて、訪れる旅行者に理解を得る必要があるのではないかと考えています。

5-3-3 検証とヒアリング結果から 浮かびあがる 課題や問題意識

永岡：では、次にヒアリングした結果を4つのポイントからご報告してまいります。まず1つ目、情報共有と住民参加が、ニセコ町のキーワードになっているようです。その点について実際はどうなのかというところを、ヒアリングしました。伺った結果、この情報共有と住民参加は、実際言われている通りの空気感だと感じました。住民が自ら考え行動するという土壌が確立されているように感じられました。町民自体は情報が公開されているとご自分の言葉でも語り、行政と住民が話し合う機会は頻繁にあるということもおっしゃっていました。第5次ニセコ町総合計画の町民アンケートの回収率が39.3%だそうです。この手のアンケートでは平均25%なのだそうですが、回収率の高さからも意識の高さが伺えます。ただ一方で、住民参加の機会に参加する層はある程度固定化しているという声も聞えてきました。

次に、地域内での意識のギャップがあるのか。この点については、山側のように開発が進んでいるエリア、それから里側、平地側、農業のエリアですね。この場所的なもの。それから、観光事業者と非観光事業者。あるいは移住者と元からの町民。この方々の間に意識のギャップがあるのかというところを幾人の方に伺ったところ、ここについては意識のギャップはやはりあるようだというふうに感じられました。しかし、地元で暮らしている方、地元の町民の方は静かに暮らしたいと思っているものの、観光客に来てほしくないわけではな

いということも伺いましたので、ここがやっぱりニセコらしさというふうに感じられました。

3つ目。いろいろスゴイニセコですけれども、このスゴイ部分というのが観光客に伝わっているのかと考えたときに、自分たちも観光客の立場になってみると、ここは残念ながらあまり伝わっていないのではないかと感じられました。これはちょっともったいないことで、観光客の方にもっと知ってもらう努力を、もっともつとできるのではないかと感じたのですが、お話を伺うと、もともとニセコ町は旅ナカでのいわゆる口コミによる「ニセコってすごい、いいんだよ」という発信から、魅力が伝わっているというところもあるようですので、この部分についても口コミで何か展開できる部分もあるのかもしれないと思いました。

4つ目。現在展開している持続可能な観光コンテンツについて伺ったところ、まず1つがアドベンチャートラベル。ターゲット層はインバウンド、欧米豪で羊蹄山麓をニセコエリアとしてPRしたいとおっしゃっていました。2つ目、教育旅行。いわゆる修学旅行、宿泊研修の教育プログラムを、SDGs 未来都市のコンテンツで提案されていると伺いました。もうすでにこれは着手されているということでしたので、私たちの班は、この点については逆に考えずに、この視点ではないところを考えていこうと思いました。ちなみにアドベンチャートラベルについては、持続可能にも親和性がある部分ですので、とても発展性があるのではないかと考えています。

次に、ヒアリング結果から浮かび上がってきた課題や問題意識です。そもそも持続可能という非常に大きなテーマなので、どこを入り口にすべきかということについてとても悩ましく思っていました。例えば、地域のアイデンティティ、歴史文化の掘り下げが足りないということ。それから、少し視点を変えて、利用客に合ったインフラや人員配置ができていないのではないかとということ。2次交通の脆弱さ。また季節で客層が変わるということで、夏の誘客が今は課題になっているのではないかとということ。山側のにぎわい、いわゆる儲かっている部分については、市街地に本当に還元されているのかということ。

自然環境、エコということが、ニセコのPRポイントにもなるはずですが、ニセコ内では車で移動しないといけないというところは、CO₂削減という点ではどうなのか。住民、事業者、観光客の相互理解。この点についてはほかの地域よりも高いとは思いますが、まだまだ改善できるところがあるのかもしれない。アメリカンドリームならぬニセコドリーム層とニセコを愛する人々とのギャップも見受けられました。オーバーツーリズムを抑制するためのルールも必要ではないか。資源は限りあるもの。例えば雪や温泉といったものについての理解を促進していくことも、ニセコではできるのではないか。事業者自身からのSDGsの取り組みの発信ということもできるのではないか。これらが、ヒアリングをした結果、ご意見として伺ったものや私たちが考えたものです。

5-3-4 提案

ここで私たちのチームが考えたことが、ニセコ町で今までの100年とこれからの100年

を考えるサイクリングコースです。どうしていきなりサイクリングになったのかと思われるかと思いますが。昨日フットパスでニセコの町を歩きまして、この歩く速度で見えてくるニセコの町、歩く速度だから体感できるニセコの町という空気感と、お会いする方々が本当にニセコ愛にあふれる方々ばかりで、その方々が語ることをニセコで聞くことに意義があると思いました。

外向けのプロモーションで語っていただくのではなくて、この現地に来ていただいて、そこで共感していただくということが非常に大事な点になるのではないかと考えました。このサイクリングというのはあくまでも手段として、このサイクリングあるいはフットパスという手段を使って、ニセコ町の持っている地域としての精神性や持続可能な取り組みを、観光客にもっと知ってもらうことができるのではないかと考えました。よってターゲットとしては国内客、グリーンシーズンの時期を考えております。

次にこの自転車アクティビティーについての課題を説明します。

伊蘭：先ほど提示した問題点に対して、私たちの班が考えたソリューションは、自転車コースです。ニセコでの現時点で行われている自転車コースの概要と課題に対して紹介します。

まず初めに、ニセコにレンタルの店が少ないということ。こちらの図をご覧ください。「Google」で「ニセコ 自転車 レンタル」というキーワードで検索すると、こちらの図が出ます。何カ所かのレンタル店がありますが、ほとんどが倶知安の店で、ニセコ町ではレンタルの店が少ないということが分かります。

2つ目としては、いろいろなコースがありますが、SDGs をテーマとしたコースがないということです。

そして最後に、私たちが実際にニセコ町内を回って分かったことは、サイクリングを支えるインフラは不十分であるということです。具体的には、まず道標の設置があまりないということです。そして、各観光サイトに自転車用の施設の情報が少ないということ。そして、自転車ショップの自転車の保有数も不十分です。例えば観光案内所では 5 台しか用意していないということが分かりました。そして、羊蹄山の東側で自転車のレンタルのショップがないと、返却対応も用意がないということが分かります。

そして、現在のニセコでの既存のコースをご紹介します。MTB というコースがありますが、それはオフロードサイクリストのための完成度の高いルートです。SDGs を理解したいというビギナーにとっては、比較的料金が低いのではないかと分かりました。また、このコースには SDGs のコンテンツが入っていないということも分かりました。

王鷲庭：以上の課題が存在しているため、私たちは既存の問題に基づいて、事前宣伝、ガイドさんの SDGs に関する説明を前提に、SDGs をテーマにしたコースを考案しました。ご覧のように、右側は自然コースであり、左側のえんじ色は文化コースであります。その中で自転車ショップを、倶知安の駅とニセコにも位置しています。

では、各スポットはどのように GSTC 基準と SDGs と繋がっているかを整理しました。その中でダチョウ牧場を例として挙げたいと思います。現場でのヒアリングによって、廃棄されたものを餌に活用したり、ストレスのないようにダチョウを飼ったりということが分かりました。そういう手法で動物福祉への配慮が必要な自然環境の保護という、GSTC とつながって、そして陸の豊かさを守るという SDGs の理念が体験できるのではないかと考えています。

そして文化コースにおいて、一番代表的だと思う町民センターを例として挙げたいと思います。その町民センター、GSTC のマネジメントの組織と枠組み、そして、町民参加とフィールドワークの形が分かりました。例えばニセコ町は、2021年2月26日に町民説明会で景観条例について、2021年8月11日にはここ数年の町内における開発状況への認識についての情報を町民に共有しました。そのような形で進められ、続けられるまちづくり、平和と公正をすべての人に、そしてパートナーシップで目標を達成するという、SDGs の理念を実現できるのではないかと思います。

川崎：これらを踏まえて私たちが提案させていただきますのは、ニセコ町民と観光客が交流できるイベントとして、ゼロカーボンで楽しむニセコ探索というサイクリングイベントを提案いたします。ニセコ町の持続可能なスポットを巡って、取り組みを観光客に知っていただきます。ガイドは町民自らが語り、道中では世間話感覚で交流を通じて、参加する観光客への啓蒙を行っていきます。こういったイベントが他地域のサイクリングイベント、フットパスなどとも連携できれば、ニセコ町の取り組みを拡散することができます。

訪問先はこういったところを予定しております。タイトルに「観光客への意識づけ」というテーマがあり、もしかすると違和感を持たれる方がいらっしゃるかもしれませんが、ニセコ町民は地域の当たり前をあらためて再認識していただき、観光客は通常の観光では知ることができないことを、この機会を通じて理解を得る、知識を得るということを目的としております。

それから、今回提案させていただきました内容ですが、タピナカ、旅の途中で現地、ニセコでプログラムを通じて持続可能を紹介するものであります。これが最終結論ではありません。まだまだ方法、手法はあると思いますが、これからは出発前、タピマエに、ニセコ町に行くには責任ある立場での、旅行者としての行動の啓発ができればと考えており、このあたりをニセコ町で取り組んでいただき、日本の先進事例となればと思っております。

最後になりますが、今回ヒアリングにご協力いただきましたニセコ町民の皆様、会場に足をお運びいただきました参加者の皆様、そして、オンラインを通じてご視聴の皆様、私どもの大学院生14名のためにお時間を割いていただいて、ありがとうございました。

6. 車座意見交換会

木村：はい、それではお待たせいたしました。ここからは車座意見交換会に移ります。ここからは石黒先生に進行役をお願いしまして、今までの発表を踏まえて、会場からのご意見、質問なども交えて意見交換を考えていますのでよろしく願いいたします。

石黒：はい、では私がここから進行を代わりたいと思います。よろしく願いいたします。まず、3班とも本当にお疲れさまでした。

もちろん限られた時間の中ではありますが、実際に町民のみなさん、事業者さん、加工業者さん、ホテルさんのお話を聞かれた上でのご提案だったと思います。

まず3班それぞれ代表の方に来ていただいていますので、会場の皆さんからもしご質問があれば最初にお伺いをしたいと思います。片山町長、いかがでしたでしょうか。

片山：最初に、A班でしたね。コモنزの概念の持続というのをもうちょっと細かく説明してくれたらありがたいなと思います。よろしく願いします。

藤枝：ありがとうございます。A班の班長をしております藤枝です。今の質問に対して答えさせていただきます。コモنزの概念は、土地の共同利用という意味もありますが、今回提案させていただいた内容は、多くのステイクホルダーが存在し観光地域のまとめ役を担う観光協会を取り上げ、この組織が基軸となっていていろいろな組織が連携を取りあい、お互いに助け合っていくというような精神が培われるべきだという思いと、住民と観光客がそれぞれWin-Winになるような関係性をつくるためのツールとして、情報発信の機能を充実させてはという願いを込めてこういった概念を使わせていただきました。

片山：はい、ありがとうございました。

石黒：はい、ありがとうございます。町長、もしよろしければ、2班、3班についてもお願い申し上げます。

片山：皆さんの発表は素晴らしかったです。聴いていて、「ああ、そういう視点とか」「そういう言い方ってあるのか」と言う気付きを多くいただき、本当にありがたいなと思いました。

B班の方が言われたビザの条件緩和とか、いろいろそれは国ともこれまでも協議しています。今、国に対してお願いしているのは、所有者不明土地のことです。山林の中の土地が原野商法で売られていて、実はニセコ町には所有者不明の土地が多くあります。町にその所有権を移転してくれというお願いをしています。少しずつ今動いて、利用権自体はいいと言っ

ているのですが、まだ所有権まで制度ができていないので、そこは引き続きそういう課題を解決していきたいなと思っています。

B班の話の中で、農地の耕作放棄地が増えるのではないかと、それから農業の担い手が減ってくるのではないかとされていて、それは僕らの認識と少し違うので、その辺のヒアリングの具体的な内容、こんなことでこんなふうにしたというのを教えてもらえればありがたいなと思いました。

滝川：はい、はい。B班班長の、滝川でございます。ありがとうございます。耕作放棄地のお話は、ヒアリングの中ではたびたび話題になりました。数人の高齢の方からは実際に耕作放棄地が存在することをお伺いしましたので、そのように述べさせていただきました。それ以上のことは分からず、定量的な調査をしたわけではありません。

担い手のお話は、多くの方が担い手として来町しているが、本気で農業を続けていこうと思う方は少ないのではとおっしゃる方が少なからずいらっしゃいました。スローライフの精神で来られた方が、理想と現実のはざままで悩み、それこそ耕作をやめてしまったとなるとやはり具合が悪いと思います。

そういうふうになってしまう前に、そもそも農家をやることで得られる魅力だとか、安定する仕組みであるとか、冬もきちんと商品が売れるとか、そういうプラットフォームとか仕組みをつくることによって、まじめに、本気で考えている方がたくさん来ていただける体制を作ることが望ましいのではないかと考えました。

片山：ありがとうございました。C班の意見は、サイクリングに視点を当てて、とても素晴らしいと思いますし、足りないところをいっぱい指摘いただきまして、そこは今後いろいろなビジネスチャンスになっていくだろうと思っています。

特に、GSTCで、私どもの町で足りないのは、観光客の皆さんに対するGSTCの意識です。SDGsを含めて。そういったものも町として何かしていますかという問いの項目があって、そこは、高橋さんから説明させていただきます。

実は、ヒルトンさんをはじめ大型ホテルに関しては、いろいろな環境の調査を2ラウンドやっています、実際に、先ほど絵にもあったように、温泉廃棄熱を利用してね、エネルギーに変えることをやったりしているんですが、事業者の皆さんが自ら考え行動するという時点ではうちのまだウイークポイントで、そこはこれからしっかりやっていきたいと思っています。

あと、特に質問でなくて、ニセコ町では当たり前のことが観光客の皆さんにとっては当たり前でないことがあります。例えば生ごみも100%堆肥化しています。それからごみ処理もクローズド型処分場って完全密封型の環境にやさしい処分場があります。そういうものをもう少し観光ツアーといいますか、そういう中に入れていくとゼロカーボンを楽しむ、自転車のみならず、ほかの関係もできるのかなということで、大いなる気付きをいただきました。

ありがとうございます。

石黒：はい、ありがとうございました。永岡さん何かご意見ありませんか。

永岡：町長さん、ありがとうございました。付け焼き刃だというのは重々承知しております、自分たちがちょっと考えていたことは、地元の方々に聞くと着手されていたり、すでに1周終えていたり、2周終えていたりというところで、非常に難しいなと思っておりました。

私たちが観光客の立場になったときに、事前に抱いていたイメージと実際に行ってみたときのギャップがありました。リゾートとしてすごいニセコというイメージだったのが、行ってみたら、もっと地元の人たちのニセコ愛の強さが非常に印象付けられました。そこがもっと伝わるときっと違う町にもなるのかなとも感じられたのですが、そこをうまく反映することができませんで、力不足で申し訳ありません。

石黒：ありがとうございました。

大学が行うフィールド調査とその結果を踏まえた提案というのは、「フレッシュさ」が求められますが、あまりフレッシュすぎると、荒唐無稽な、非現実的な「思いつき」になってしまう危険性もあります。その点、今回は社会人経験のあるプログラム生も参加していますので、フレッシュさと現実的な部分のバランスがある程度とれているかなと思っています。ニセコリゾート観光協会の山口事務局長、いかがでしょうか。

山口：観光協会の山口です。どうぞよろしく申し上げます。感想と質問があります。A班の皆さんのところであった、道の駅を国際交流センター化するというのはなかなかいいアイデアだなと思います。皆さんがいろいろと考えていただいた提案について、結局それをやるのは人だと思います。その「人」をどうやって育てていくかというのが今一番大きな課題になっていると思っています。そこで質問です。FM、ラジオニセコのお話がありましたが、ここもやはり観光協会の傘下にあるということのメリットを生かしてないのご指摘はその通りでして、これまでどうしたらいいかなと頭を悩ませているところではあります。何かいいアイデアがあればぜひ教えていただきたいです。2点目はラジオニセコについては、コミュニティFMなので、全国放送ではないのですが、観光客へのいろいろな案内をするというのは、お客さんがこちらに来ていただいてからの有益情報というようなことでよろしいでしょうか。

また、感想ですが、提案の3のところのAR、QRコードを活用して、クーポンを発行していただく、ダウンロードするという話がありましたが、これは確か倶知安観光協会がVACAN（バカン）というシステム導入をされて、各店の混雑状況の可視化とか情報をダウンロードしていただく方に割引券を発行するというような仕組みことだと思いますが、これは確かに有効であると考えておりましたので今後の参考にさせていただきます。

それと、観光協会からホテルにリファーするという話がありましたが、実際のところ年間お客様からホテルを取ってほしいというようなリクエストがあるのは両手で足りるくらいの数です。ほとんど OTA に移行している感じです。

なかなかホテルや宿泊施設からコミッションをもらうことの抵抗感はあるというのが本音のところですか。私たちは一般社団ではなくて株式会社という形態をとっています。DMO でありながら DMC の側面も持ち合わせています。DMO は基本的に DMC を育てるというか、稼ぐための司令塔であるべきで、会員の事業者さんからお金を取るのではなくて、来ていただくお客さんからしっかりいただきたいというふうに思っています。

藤枝：ご質問ありがとうございます。いただいた質問の 1 点目と 2 点目についてお答えさせていただきます。まず 1 点目の連携方法についてですが、先ほどのスライドの中で少しだけお話しさせていただいた「Slack」や、「ChartWork」というような社内連絡ツールというところを使用できるのではないかなと考えておりました。

何かといいますと、FM ニセコにお話を伺ったときに、公式リリースされたような情報をいただくことが多く、より速い情報や、より詳細な情報というのがなかなか共有できてないとおっしゃっていました。であれば、例えば「Slack」や「ChatWork」という、組織の限られたメンバーで瞬時に情報共有ができるツールを活用することによって、メールよりは気軽に価値あるリアルタイムでの情報更新が可能と考えました。

2 つ目のご質問に関しまして、ラジオはニセコにいらした方がというふうにおっしゃっていましたが、私たちのグループではそういうふうな考えでなく、「radiko (ラジオ)」のような、最近のアプリを使ってラジオを聴けるようになればいいのではないかということで、実際ラジオ局の方も話しされていたことではありますが、最近はそういったアプリを使ってニセコ外の方からフィードバックをいただくことが多いというふうにおっしゃっていた。しかしあくまでもコミュニティラジオというところで、地域住民の方に向けた情報発信というところの軸は変わらないと思いますが、もう少し視野を広げて、地元向けのラジオの情報が観光客にとってもいいお店を知るきっかけになるなど、ほかの観光情報には載っていない事柄を知るきっかけになるような有効活用ができるのではないかと考えた次第です。すなわち、答えとしては、ニセコにいらっしゃる前からそのラジオは聴いているという前提でお話をさせていただきました。

山口：ありがとうございました。「Slack」とか「ChatWork」とか、もう 1 回自分も勉強します。アプリの件は先ほどお話しさせていただいた、いろいろなインターネットサイトで聴けるというのは確かにあるので、その辺はうまく情報を流すことでお客さんに興味を持ってもらえるということもあると思います。

続いて B 班の部分についてのコメントですが、もともとのタイトルで「農業資源を生かした観光」、「持続・発展する農業には、担い手が来なくなる魅力あるニセコ農業を創造する

ことが必要」と、まさしくその通りだなと思いました。やはり観光イコール食ですし、食イコール農業ということで、事業としても食の関係を明示していくことはとても大切だなと思っているので、あらためて発表していたことを確認しながら事業者さんとうまく連携しながら、来場者に農業関連のコンテンツを広めていきたいなと思いました。

先ほど町長の発言されたことと近いのかもしれませんが、北海道の農業というのは本州の農業とは比べものにならないぐらい壮大であります。本州では1反、300坪ぐらい耕作していれば大規模感はありますが、北海道はもっと大きくて、それこそ5反とか10反は当たり前、十勝などは別格に大きいです。大規模であるということは経費や資金も格別に大きくなります。1台1000万円以上するようなトラクターが必要である、資材の資金などを考えると、本当に就農してもらえるのだろうか、公的な支援とかも含めてできるのかなというのが正直な意見です。

滝川：はい、ありがとうございます。私も本州からの移住組ですので、北海道の農業について詳しくはありませんが、大きな土地を保有して耕作することは大変なことと想像いたします。またいかに新規の農家を誘致するかについては、本気にやる気のある新規就農者を、農業委員会やJAさんとも協力をしながら受け入れていく体制づくりがヒアリングの中でも聞かれました。

山口：ありがとうございました。すみません、続いてC班のニセコのよさが観光客に伝わっていないというお話ですが、これは我々の自戒を込めての話にもなりますが、観光でご来訪いただくお客様だけではなくて、地域の皆さんにも伝え切れてないことがたくさんあるなというふうには正直思いました。

いろいろとニセコ町の活性化事業を手伝わせていただいている中でも、町民の皆さんとか事業者さんの話から、観光客に伝えきれていないことも多いと実感します。

先生方のお話であったように、観光の貢献度の見える化について、町の商工観光課の方と協力してきちんと町民に伝えていかないといけないことであると正直思った次第です。

それと、先ほど少し話しました最後のページの方、アウトプットにあったと思いますけど、未来のところで、「ニセコに行くには責任ある旅行者の立場で」というのは本当にその通りだと思っています。サステナビリティを意識した観光に取り組むべきであると実感しました。要するに現状維持という考え方でいけばニセコの観光はいつか死んでしまうと思います。意識ある人たちに来ていただくということを考えながら、ニセコの魅力をもっと深掘りしながら、ニセコのストーリーを語っていただいている人に協力いただこうと考えています。

サイクリングの話がありましたが、地元の交流を仕掛ける人、ガイドなど語る人などはボランティアでやるとどうしても長続きしない。それを確実に事業化すると、どうしても利用料が高くなる。高いこともさることながら対価をいただくことの責任が我々にあることを

皆さんからいろいろな発表を聴かせていただいて、あらためて感じましたし、さらにやることがたくさんできてしまいましたけれども、頑張りますので、外からの目線でまたぜひいろいろと意見を寄せていただければと思います。

ここにいる若手の川口君、彼が地域振興担当で旅行業も今けん引し、一生懸命やっていますので、ぜひ皆さんのご指導をよろしくお願いします。

永岡：ありがとうございます。何度も申し上げますが、本当に難しく、最初、テーマだけを見たときは、ぱつと浮かんだのは、ハワイがレスポンスフルツーリズムを打ち出して、ウェブプロモーションなどをされていますけれども、そういうことなのかなと漠然と思っていたのです。でも事業者の方、地域の方とお話をしてみると、そもそもニセコ町としてはそういうプロモーションをやっているといわなくて、ここに来た人がニセコはいいよねと言ってどんどん増えていったところを伺ったので、この流れは崩してはいけない、今は崩してはいけないのだろうと思いました。

ただ、どこかのタイミングでは、おそらく緩やかにそういう流れにこの街なら変わっていくのかなと感じまして、そんなことをうまく伝えきれないままに最後のスライドに少しだけ載せたというところで、すみません、力不足でございます。

石黒：パリでは、DMO が旅行者に対して「パリの持続可能な観光のためにあなたは何かできますか？アイデアを募集します」というようなことをしています。態度変容というのはDMO や観光協会のように地域側が先導する方法もありますし、むしろ市場の方から変わってくることもあるかもしれません。

もう1つ、町長におっしゃっていただいた土地の話というのはキーポイントではないかと思っています。

もし天田先生がご存じだったら伺いたいのですが、不在地主の場所をどう扱うのか、空間としてどう位置づけるのかについて、他の事例などありますか。

天田：はい、非常に難しい問題だと思います。先ほどのコモンズという問題との関わりでお話したいと思います。私のフィールドでは不明土地問題が観光振興や地域作りとの関わりにおいて直接顕在化している例はあまりないわけですが、一方で、だれのものかハッキリしないという意味では、「入会地」をどういうふうに使っていくかということが問題になっている例がございます。公開の場で実名を挙げながら「ここでこんな問題が」と言うのは、なかなかお話しするのが難しい部分もありますが、特効薬のような処方せんがあるならば私も教えていただきたいです。

問題を難しくしているのは、入会地の例ではいわゆる「地縁」とか「血縁」のようなかつての固定的な社会集団に所属する共同体が土地を共有していたときと現在では状況が異なっているという点です。ニセコもさまざまなところからいろいろな方がいらっやって住

民になっている状況かと思えます。かつてであれば、「昔ながらのルール」が適用できるわけですが、地縁、血縁みたいなものから土地の所有が外れていっている状況で、どういうふうに共有地を考えていくのかというのが非常に難しい問題になる例があります。

少し私の発表に引きつけた答え方にはなってしまいますが、私が接した例では、外から来た人々を仲間化するためのイベントをたくさん繰り返して行って、その中で「地域のもの」をどういうふうに考えていくかということを考える住民参加の場を、たくさんつくっていくような仕方での問題の解決を図っている地域があります。C班の発表で、地域の意見に少しギャップがあるというような話をされていましたが、そういうギャップがある人たちに共に語り合う場みたいなものをたくさんつくっていくというのが1つのポイントになるのかなというふうに感じています。

そうした点では、ニセコ町は非常に先進的な取り組みをされている地域だと思いますね。「まちづくりトーク」では、まさか町長自らお出ましになるとは思いませんでしたが、町長が町の方との話し合いの機会をたくさんつくっているということも勉強させていただきました。こうした場において、私の発表では「文化的資源」という言葉で言いましたが、地域の人々がどう暮らしてきて、これからどう暮らしていききたいのかみたいな、地域アイデンティティみたいなところに焦点を当てたテーマ、トピックをベースとして、外から来た人と中の人との交流の場をつくっていくということが共同体として、土地の利用をどうするのかというコンセンサスを作っていく作業になるのかなと考えています。

私が関わった事例ではそういう仕方での対処をした例があります。

石黒: はい、ありがとうございます。もちろんコモンズという言葉は、ポジティブ、ネガティブ、どちらのものでもありませんが、経済学でいうとどちらかという悲劇と言う言葉とセットで認識されているかもしれません。住民のみなさんのもの、地域全体のものであったはずの土地や空間がいつのまにか失われてしまう、価値を喪失してしまうというのはニセコに限らず起こり得ることかも知れません。

今、期せずして天田先生からまちづくりとかまちおこしという言葉が出てきましたが、今日は地域おこし協力隊の方も何人かいらっしやっていて、まさに外から目で地域を見るところには非常に今適した視点をお持ちなんじゃないかなと思います。

突然のご指名ですが、寺地さん、いかがでしょうか。

寺地: はい、ありがとうございます。私はニセコ町役場の企画環境課に所属しておりまして、SDGsの推進などを主に担当しています寺地と申します。本日お話を伺っておりまして、いろいろなご視点が、すごく大事な視点がいっぱいあるなと思いました。ニセコ町として環境に配慮した取り組みをしていく、住み続けられるまちづくりにしていくのは当然のミッションですが、町民自身がそれを意識していくということはすごく大事なことで感じ

ました。SDGsではよくつくる責任が問われますが、逆に言えば住む責任とかもあるかなと思いましたが、観光客が担う訪れる責任も存在することを認識しました。観光客は、実際訪れたところでどう行動していくのかやさらに学ぶ機会にさせていただくことも持続可能な観光とかを考える上では大事な視点であると思いました。

石黒：はい、ありがとうございます。今ちょうど町民の皆さんの意識、あるいは住む責任などという、すごくキーになる言葉が出たかなと思います。

もう一方、まさに住み続けるというところでいうと、ニセコ町の未来を担う高校生がどのように考えているのかも気になります。

この町に住む責任、地元で学ばれている高校生の皆さんたちが持続可能な観光というのをどうとらえられるかということもちょっと交えながら、少し高校の様子などを教えていただきたいと思います。お願いします。

中谷：ニセコ高校の中谷と申します。よろしくお願いします。持続可能な観光については、本校には観光コースもありますので、その中で生徒も学習しております。特に最近ではSDGsを推進する町としてニセコ町の商工観光課、小樽商科大学さんと連携して、ワークショップなどを行って理解を深めているという状況です。

そういう意識を若いうちから付けるということはとても大切だと思っておりませんが、実はこれを学ばせるための仕組みが現在のところないということを感じています。

高校からだけではなく、観光の生徒だけではなく、できれば小学校や中学校の時代からこれらを学ぶ機会が必要であると感じます。そして、これらをどのように伝えていくかというところも大切だと思いました。今の子どもたちが大人になり、自立した町民となったときに、自然と意識付けができていような長期的な見方をしながら進めていくことも大切かなと思っています。

石黒：はい、ありがとうございます。ちょうどSDGsとかGSTCの議論が町で始まった時に奇しくも新型コロナウイルス感染症の影響で観光客が減少し始めたころでもありました。高校生の皆さんは、実際に観光客と接する機会があったのでしょうか。

中谷：これまでは新型コロナウイルス感染症の関係で厳しい状況でしたが、最近では徐々に観光客に接する機会とか、自分たちで持続可能な観光のコンテンツとしてツアーを実施する中で地域の方に参加していただいて、どちらかというとテストマーケティングのような形で意見を聞いて改善していくなどの取り組みをする中で地域内の交流も始まっています。彼らなりに工夫をしてどのように観光客や住民と触れ合っていくかを考える機会が増えていきます。高校生ですと町民や観光客は非常に優しく、いろいろな話を聞いてくださいますので、今後コロナの終息とともに、観光客と接する機会も増えてくるのではないかと感じて

います。

石黒:ありがとうございます。コロナ禍において会合などへの参加も消極的になりがちですが、こうして将来を担う高校生を指導する立場の先生がこの場に参加いただき、若い世代が何を担っていけるのかを議論していただけたことは、ある意味先ほど天田先生がおっしゃったニセコ町の先進性の原点の1つではないかと感じました。

それでは最後のトピックとして、壇上の3班の代表に意見を伺います。それぞれの班には現地でのヒアリングなどを通じていろいろなアイデアを示され、提言をしていただきました。その中であえて1つだけ、これは行政の計画として明記すべきことではないかと思うことをお話しいただけますか。

藤枝:ありがとうございます。グループの発表の内容を本当にそのままお伝えさせていただきますが、情報がいろいろなところにルール化されることなく拡散しているということは町民にとっても観光客にとっても十分な情報サービスを得られないということにつながってしまいますので、情報のプラットフォームをしっかりと構築するということを記載いただきたいと思います。

石黒:はい、どうもありがとうございます。滝川さんはいかがでしょうか。

滝川:農業の通年化を意識し、加工品の生産に注力し、冬季の道の駅の地域産品の販売に力を入れていただきたいことと。また、その加工品も含め、リゾートエリアに在住している人、長期に滞在している人が、交流できる機会の創出を視野にいれて、ともに農業生産に携わる仕組みを作ること、この2点を提案します。

石黒:はい、ありがとうございます。永岡さん、いかがでしょうか。

永岡:「ニセコに行くには責任ある旅行者の立場で」という気持ちを旅の前、いわゆるタビマエですね、から意識していただけるような仕掛けづくりを目指していただきたいです。地域のことは旅に出てから感じる人が多いように感じますが、タビマエの段階からアプローチできる部分の具体化を考えていただけたら思いが晴れます。恐らくこれができるのはニセコだけではないかと思えますので。

石黒:A班からは、情報のプラットフォームをつくるということ、B班は農業と観光を融合するにあたっての提案。そしてC班からは、タビマエのプロモーションの重要性が指摘され、旅する前からおのずと自覚ある観光客を仕立てるような施策があるべきではという提案でした。

それぞれのトピックに分かれて、多くの地元の方にお付き合いいただいて学生が出した結論ですので、ぜひ寛容に受け止めていただき、これをきっかけにさらに議論を深めていただければと思います。

最後に片山町長いかがでしょうか。

片山：皆さん、どうもありがとうございます。最後に刀を突き付けられました。情報のプラットフォームについては、今週もその打ち合わせをしていたのですが、町では「Twitter」や「Facebook」で情報発信していますが、コンセプトがバラバラでした。それらを整理しようということで、「note」での発信や、逆にこれはやめた方がいいとか、検討しているところです。内部情報も含めて、情報共有ツールを整理していますので、引き続きご指導いただければありがたいです。

それから、2番目、冬に売れる加工品も含めて、おっしゃる通りでいろいろやりたいと思いますが、やはり基本は行政主導ではなく、自ら考え、行動して、私がやりたいという人がいれば背中を押そうと思っています。ニセコ高校では、ヒートポンプを利用して地中熱で野菜栽培をやっています。冬場、それを学校給食センターに出すのです。私はニセコの雪の中で採れた朝どれの野菜をホテルの食卓に提供できたら素晴らしいなと感じています。よく農家の若い方に話すのですが、「町長、夏一生懸命働いたのだから、冬は少し休ませてくれよ」と言われます。実際に、冬もそういったことに挑戦したい人がいれば、しっかり応援したい。冬場の道の駅もそうですし、そういった加工品も含めて応援したいなと思っています。

それから3番目の、責任ある旅行者。今、宿泊税を動かそうとしています。「宿泊税を払うことでニセコのこの環境を守ることを応援したい。それから、足の確保など、長期滞在中の質も確保したい。だから私は、こういう税金を払っていきますよ」というような共通の理解が進むことは、すごく良いことではないかと思っています。ヨーロッパでは、実際に観光客に対して、「こういう人が来てね」というメッセージをあらかじめ出しているところもあります。今やっている GSTC の中で、私たちも頑張るし、来た人も一緒になってこの環境や資源を守って、次世代につながるまちづくりをしていこうよ、というようなメッセージを出せるようになれば良いなと思っています。

私から最後に1つだけ。まちづくりを見ていて、やっぱり自由度とかタブーとかのない町が良いと思っています。私自身は、何かの制約があったり、そこに従わなくちゃならなかったりするところには、まったく住みたいと思わないのです。だから、自分たちが自由に発想して自由に意見が言えて、基本的にはタブーがない町、そして人間の尊厳が守られる、子どもたちの尊厳も含めて守られる、寛容な地域がこれから残っていくのではないかと思います。引き続き、そういう努力をしていきたいと思っていますので、よろしくお願ひしたいと思います。それと、先ほど、ニセコリゾート観光協会の事務局長が言った通り、人不足です。ぜひ「ニセコに住んでまちづくりをやってやろうじゃないか」という人がいたら、ぜひ、お待ちしております。よろしくお願ひします。ありがとうございました。

石黒：片山町長ありがとうございました。つたない進行で大変失礼いたしました。

木村：はい、どうもありがとうございました。石黒先生にも取りまとめをしていただき、また、町長からも熱いメッセージを送っていただきました。

おかげさまで多くの方に視聴いただき多彩な議論ができました。ニセコ町の高橋参事、石黒先生、天田先生には貴重な発表をいただきありがとうございました。片山町長にも最後までご出席いただきそれぞれの発表に耳を傾けていただき、また示唆に富んだご意見やコメントをお寄せいただきましたこと御礼申し上げます。そして何より一番感謝したいのは、学生の発表を真摯に受け止めていただき、耳を傾けていただいた町民の皆さんがたくさんいらっしゃったこと、非常にありがたいと思っています。

学生自身も教室で発表して甲乙を付けられるだけではなく、実践の成果として、意見をいただいた皆さんの前で発表できたことは何よりの喜びです。学生からは皆さんからいただいた意見をまとめて、さらにアップデートしたものを最終的な発表の資料として提出させていただきます。そして、このコロキアムの記録は叢書にもまとめ発行予定です。

また、ニセコ町の観光ビジョン策定に向けて実施した昨年の研究会の取り組みが、こういう形で発表できたことと、それから繰り返しになりますが、学生の発表と併せてこれをご披露できたことは、非常によかったのではないかなと思います。来年の3月には完成する新しいニセコの観光ビジョンには今回の研究の成果もきっと、学生の発表も含めて、提言として盛り込まれるのではないかという予感がしておりまして、まさに山岳デスティネーションという意味では、山の上からすそ野を広げたのではないかと感じたところです。

本日ご来場、ご視聴の皆様にはニセコ町の新しい観光振興ビジョンの策定に当たって、興味を持って3月の結果を見ていただきたいと思います。本日はオンラインで参加いただいた方が全国各地から視聴されていらっしゃると思いますが、ニセコには行ったことはないけれどもニセコに興味があるというような方々が、たぶん大勢聴いていらっしゃるのではないかと思います。また、いろいろな意味で先進地であるニセコ町の姿や現状をこういう形で見ていただいたことはデジタル社会の時代を感じることができ、有意義な時間となりました。メッセージもだいぶ入っています。一つ一つご披露できませんでしたが、これも集約してニセコ町にお渡ししたいと思っています。

ともあれ無事議論ができましたことは、ニセコ町の皆さんのご協力あつてのことです。こういう機会をまた設けていければと思っています。

これで終わらずに、この思いを後輩たちに伝え、また来年も再来年もこういった研究発表ができればいいと思いますし、これをきっかけに、この中の何人かが将来ニセコ町で働いているようなことになれば本望です。

なかなか整いませんが、あつという間の3時間でありました。またお会いする機会を楽

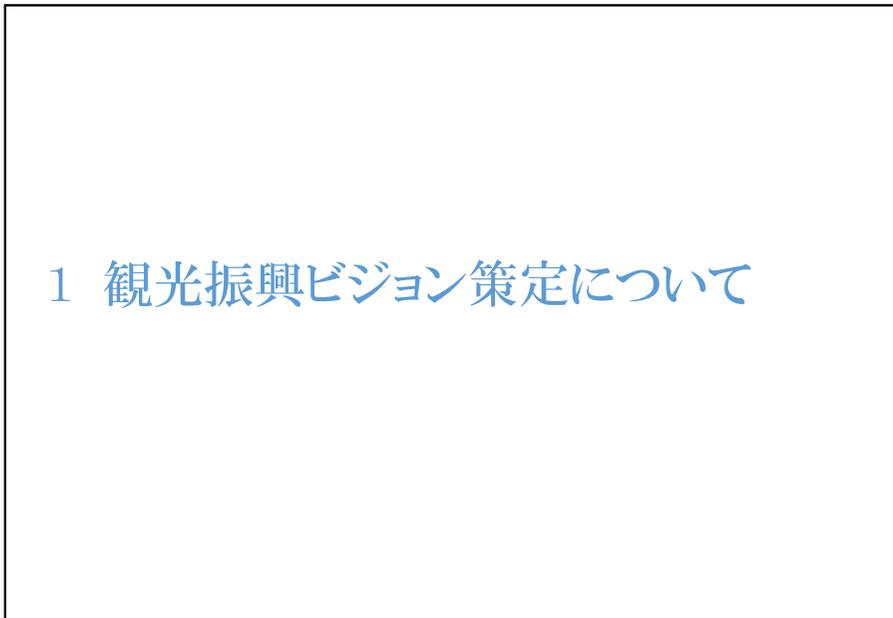
しみにしながら、結びのあいさつとさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。



ニセコ町における 持続可能な観光の 取り組み状況

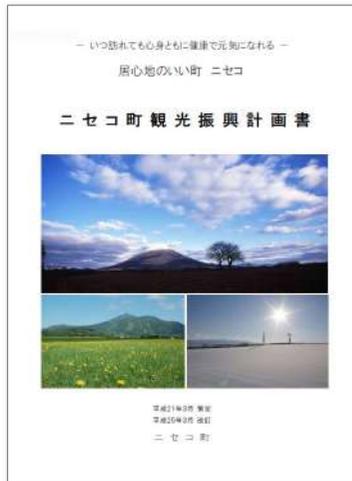
ニセコ町 商工観光課
参事 高橋 葉子

1



2

視点1：観光振興計画(ビジョン)とは？



ニセコ町観光振興計画 (平成21年3月策定)

【目標とする姿】

ーいつ訪れても心身ともに健康で元気になるー
居心地のいい町 ニセコ

【計画期間】 平成21年度～平成30年度
(2009年度-2018年度、10年間)

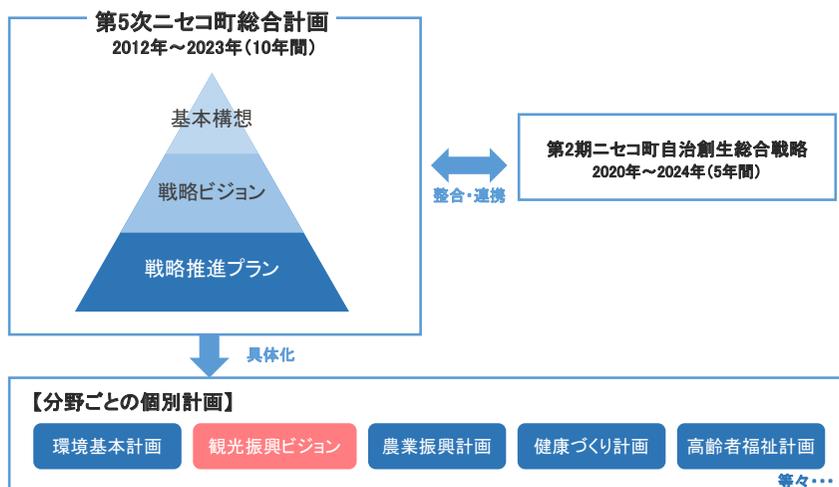
【目標設定】 ①日帰観光客数を年間130万人、宿泊者数を年間70万人に
②観光客の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合を夏期27%、冬期35%に
③観光客の平均消費額を夏期48,000円、冬期65,000円に

ニセコ町観光振興ビジョン (令和4年3月策定)

3

3

【参考】ニセコ町観光振興ビジョンの位置づけ



4

4

視点2: 持続可能な観光地域づくりとは？

世界的な動き

ブッキングドットコム の調査レポートによると、「世界の86%の人がサステナブルツーリズムを希望している」と回答しており、国際的には「サステナブルツーリズムに取り組んでいない観光地は10年後には淘汰される」とも言われている。特に、欧米豪の富裕層ほどこういった傾向は強く、選ばれる観光地（デスティネーション）となるためには持続可能な観光に大きく舵を切る必要がある。

観光庁

観光庁では、各地方自治体等が持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン」を開発した。（UNWTO駐日事務所と連名で、2020年6月に発行）

UNWTO 駐日事務所

UNWTO（国連世界観光機関）では、持続可能な観光を「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義している。



5

5

「サステナビリティ」への関心の高まり

**海外の市場では、サステナブルツーリズムへのニーズが高まっている
～市場から選ばれることが最大のインセンティブ**

○ Booking.comによる「2019 Sustainable Travel Report (April 17, 2019)」

<主な結果> ・世界では「旅行においてより**サステナブルな選択をしたい**」という考え方が浸透→日本と大差
 ・世界の旅行者の70%が、「**エコフレンドリーな宿泊先を好んでいる**」
 ・世界の旅行者の70%が、この1年間に「**環境に配慮した宿泊施設に1回以上滞在する予定あり**」

<その他の結果>

	「はい」と回答した 世界の旅行者の割合	「はい」と回答した 日本人旅行者の割合
サステナビリティを高めるために旅行中の行程を変え、可能な限り徒歩や自転車の利用、ハイキングを行うようになった	52%	34%
旅行中に使ったお金を現地コミュニティに還元してほしい	68%	49%
旅行中は現地の文化を代表するような本格的な体験をしたい	72%	47%
旅行中によりサステナブルな行動をとるためのアドバイスを旅行会社から得たい	41%	22%
滞在する宿泊施設のカーボン・フットプリントを相殺できる方法があるなら実行したい	56%	34%

出典：Booking.com <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report/>
 世界18の市場で合計1万8,077名（内訳：ブラジル、カナダ、オーストラリア、中国、フランス、ドイツ、インド、インドネシア、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、韓国、スペイン、台湾、アメリカ、イギリスからそれぞれ1,000名以上、イスラエルから883名）を対象に調査

6

【参考】：持続可能な観光地の国際基準とは？



✓ グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（Global Sustainable Tourism Council）が開発した国際基準である観光指標をベースとしている。

✓ 観光地向けの指標では、**4つの分野**、合計38の大項目・174の小項目が設定されている。

A. 持続可能なマネジメント

B. 社会経済のサステナビリティ

C. 文化的サステナビリティ

D. 環境のサステナビリティ

7

7

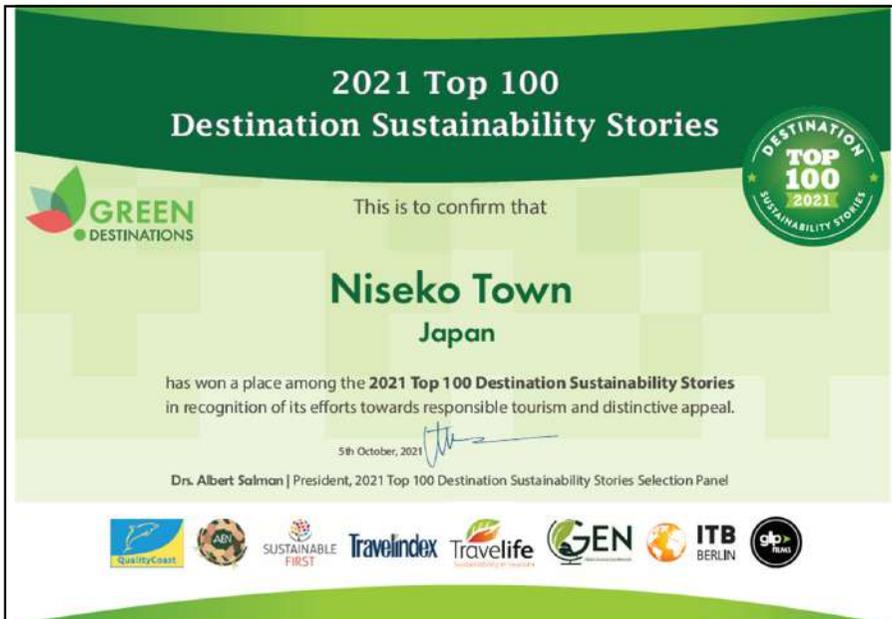
【参考】：持続可能な観光地の国際基準とは？

● 【認証制度の例示】 Green Destinations Standard (GDS) による GSTC認証取得までのステップ (図2)



いま
ここ

8



9

これまでのニセコ町の「持続可能な観光」への取り組み

令和元年度
(2019年度)

- ✓ 北海道運輸局「国際的な観光指標の導入を踏まえた持続可能な観光の推進に関する実証事業」に受入地域として参画する。(対象地域: 釧路市(阿寒地域)・ニセコ町)

令和2年度
(2020年度)

- ✓ 観光庁「日本版持続可能な観光ガイドラインを活用したモデル事業」のモデル地区に選定される。
- ✓ 2020年サステイナブル・トップ100 デスティネーションリストに、ニセコ町がはじめて選出される。

令和3年度
(2021年度)

- ✓ ポストコロナを見据えた「持続可能な観光地域づくりモデル市町村」形成事業に参画(釜石市、ニセコ町、弟子屈町、小布施町、宮津市、三好市、小国町、与論町の8自治体)

10

2 ニセコ町観光の現状と課題

13

2. ニセコ町における観光の現状と課題

2-1 観光の課題(SWOT分析)

内部要因	強み (Strength) <ul style="list-style-type: none"> 国内外のスキーヤー・スノーボーダーに知られた「パウダースノー」をはじめ、国際的リゾート地としてのブランド力、認知度の高さ 日本百名山「羊蹄山」をのぞむ絶景、アンヌプリ連峰や清流尻別川など、豊かな自然環境 多様な観光体験（登山、スキー、ラフティング等のアクティビティや食（ワイン・日本酒・ビール）、温泉など） 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 新千歳空港や札幌などから、最短でも車で2時間程度かかる立地 ニセコ町への交通アクセス、およびエリア内の域内の移動手段（2次交通、域内交通）が限定的（観光客のうち、8割自家用車・レンタカーを利用） 多様な顧客ニーズを満足させるサービス提供（サービスの種類・品質）の不足
	今後の機会 (Opportunities) <ul style="list-style-type: none"> 北海道新幹線の延伸（新函館～札幌間、隣接する倶知安町に新駅開業予定）、および高速道路（後志自動車道）の延伸 札幌での冬季オリンピック・パラリンピックの開催（2026年の開催を招致中／アルペンスキー会場） 宿泊施設（リッツカールトンリザーブ、アマン）、ウイスキー蒸留所（ニセコ蒸留所）等の新規開業 	今後の脅威 (Threats) <ul style="list-style-type: none"> 地域間競争の激化（特に、冬季は、国内だけでなく、世界的なスキーリゾートが競合となる） 今回の新型コロナウイルス感染症の世界的な流行など、観光リスク（疫病、自然災害、戦争や不況等）の発生によるインバウンド客の急激な減少 過剰な観光開発等による自然環境への負荷増大、およびオーバーツーリズム（混雑や満足度低下）
外部要因		

14

14

2. ニセコ町における観光の現状と課題

2-2 各ステークホルダーのからの声(例)



町民

観光客がたくさん来ても、町民には特に恩恵はないのでは？
むしろ、物価が上がり、景観や自然環境は損なわれるなど、良くないことのほうが多い。
コロナ禍では、東京などからの観光客を見ると、「病気を運んでこないか」不安に感じる。

通年で安定的な集客が難しい。閑散期の誘客が課題だ。
慢性的なスタッフの人材不足。繁忙期は頭数の確保さえ難しいこともあった。
さらにマネジメント層の人材育成となると、手間も時間がかかる。



事業者



観光客

スキーシーズンの訪れると、宿も店も混んでいて、料金も高い。
天候が悪く予定していたアクティビティが楽しめず、その間やることがない。
滞在先の施設が外国人でいっぱい、気後れた。

ニセコは観光で稼げている。「食」を生かした町内での観光消費拡大が必要。
観光協会などの強み（第二種旅行業、道の駅の運営等）を生かしたい。
ニセコ町は「SDGs未来都市」であり、観光分野の持続可能な取り組みが必要だ。



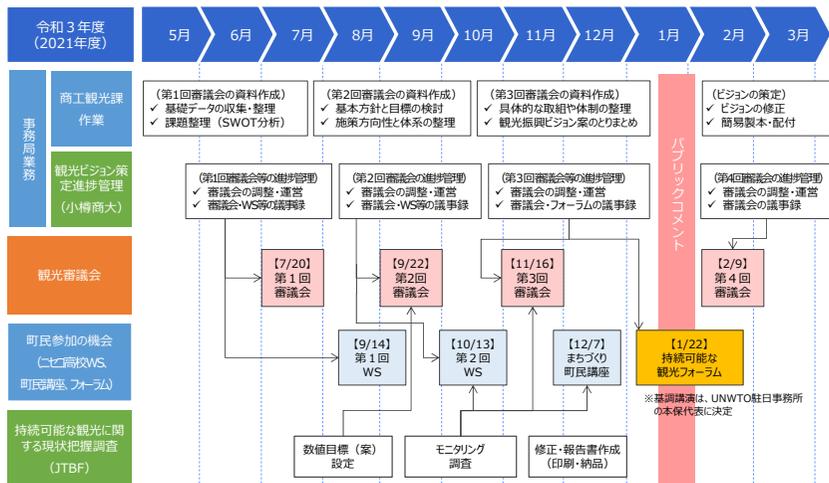
役場

15

15

ニセコ町観光振興ビジョン策定のスケジュール

現在、策定中！



16

16

Strategy for Mountain Destination

山岳デスティネーションの
デスティネーション・マネジメント
—戦略の射程と構成

CATS x ニセコ町観光創造フォーラム ②
YUSUKEISHIGURO

- 1

1

Theme

ニセコ町観光振興計画の
戦略的射程と構成の検討

新型コロナ・ウイルスの感染拡大に
限らず、2020年からの10年間は北海
道観光の内外の環境に大きな変化が
生じることが予想される

まずは資源性やイメージを切口に
ニセコ町のロールモデルを模索し
デスティネーション・マネジメント
戦略の射程と構成を検討する。
ただし最終的にはそもそも「山岳デ
スティネーション」としての類型が
妥当か否かについても考察する。

- 2

2

Mountain Destination

山岳エコシステムとの高い親和性

近代ツーリズムの源流の一つとも言える山岳ツーリズムは、ツーリズムの形態が多様化した今日、他のツーリズムと何を共有し、どう差別化されるべきか

山岳ツーリズムは他のツーリズムと多くの点を共有するが、独自の恩恵や障害をも併せ持っている。その最たるものは地理条件、気候、トポロジー(空間的位置関係)の重要性である (World Tourism Organization 2018)

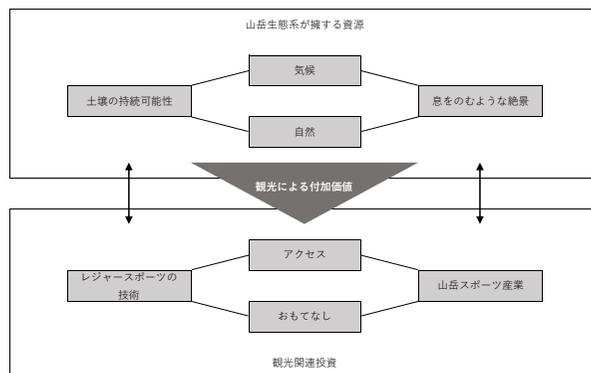
World Tourism Organization, 2018, Sustainable Mountain Tourism Opportunities for Local Communities, Madrid: UNWTO, 7.

- 3

3

Hou Tourism Works

山岳ツーリズムでは山岳というアトラクションが複合的な要素によって構成され観光産業(投資)に対して付加価値を提供する構造として説明されている



出所: Keller, P., 1998, A General Study of Snow Tourism and Winter Sports, Basic Report, 1st World Congress on Snow Tourism, Escaldes-Engordy, 38,より転載 (発表者訳出)

- 4

4

Research Question

2つのエコシステムへのアプローチ

世界的な山岳デスティネーションのデスティネーション・マネジメント戦略は山岳エコシステムとツーリズムのエコシステムの双方を射程とし、それそれに対応する構成を持ち合わせているのか

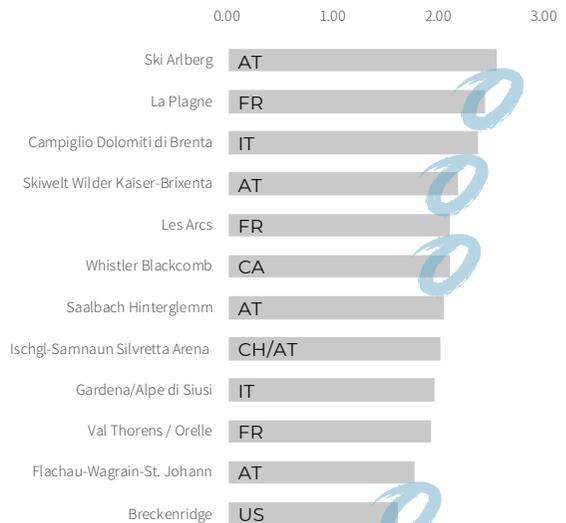
- 5

5

World Top Ski Destinations

実は欧州が独占的なポジションを保持

日本ではあまり注目されないが、「老舗」アルプスの絶対的優位性は変わらない。土地管理制度や環境配慮型デスティネーションとしての取り組みを含め、欧州は日本のロールモデルになる可能性



単位：100万人
出所：Laurent Vanat, 2020, 2020 International Report on Snow & Mountain Tourism, 15.にもとづき筆者作成

- 6

6

La Plagne

モンブランを臨む
フランス最大規模
のスキーリゾート

フランス東部の山岳地帯にあるスキー場。近隣には冬季オリンピックを開催したアルペールビルも



- 7

7

Tourism Plan

アルプスを守るための
持続可能な観光推進

自然環境への負荷軽減と
新規需要獲得の両立

- 大規模開発に対する規制
- アクセシビリティとユニバーサル
- 文化観光
- ハイキングと歩く観光
- 宿泊施設の管理
- 若年層の獲得
- 持続可能な開発
- ブランド・マネジメント
- サービス・パートナーとの連携

- 8

8

Skiwelt Wilder Kaiser-Brixental

スキー大国
オーストリアの雄

90ものケーブルカーを擁する
欧州最大規模のスキーリ
ゾートでありアルプスを代
表する山岳デスティネーシ
ョン



- 9

9

Strategy

住民の暮らしと
旅行需要の両立

観光セクターの
雇用環境改善も

- 市街地活性化
- 公共交通でのアクセス
- 住民参加型イベント
- 季節偏重の是正
- 宿泊施設別の開発管理
- 商品の価格アップとブランド向上
- 地産地消
- 住民に恩恵のある観光
- 起業促進と若年層の雇用拡大
- 従業員の福利厚生と雇用環境改善

- 10

10

Whistler Blackcomb

オリンピックの会場にもなった
山岳リゾート

カナダ、ブリティッシュコロンビア州にありバンクーバーオリンピックの会場にもなったリゾート。リゾート全体が、Resort Municipality of Whistlerとしてそのまま自治体となっている



- 11

11

Master Plan

レクリエーションで
住民と観光客をつなぐ

住民がリゾートの管理に
積極関与

- 生活満足度と旅行者の満足度
- 観光開発と自然環境のバランス
- キャリング・キャパシティと混雑の緩和
- 公共施設・公園の整備
- 施設整備と運営の官民連携
- ブランド力の向上と商品開発
- スポーツツーリズムの推進
- パブリック・エンゲージメント

- 12

12

Breckenridge

ベイルと並ぶ
アメリカを代表する
スキーリゾート

コロラド州にあり全米屈指の人気を誇るスキーリゾート。かつてはゴールドラッシュで栄え1961年に最初のスキー場が整備されその後大きく発展した



- 13

13

Destination Management

文字通りの観光地域経営

需要を平準化し
滞在型を目指す

- 通年型観光を目指した誘客促進
- 観光セクターの雇用安定化と社会福祉
- 旅行者と住民双方による自然環境配慮
- ファミリー層の取り込み
- インターネット環境の整備
- 住民参加の拡大

- 14

14

Result

再頻出項目は「環境保全」、「アクセス」、「ブランド」、「イベント」の4つ。「地域住民」や「商品開発」を取り上げる事例も多いが、「雇用」や「安全管理」は少数

		環境 保全	アク セス	ブラ ンド	イベ ント	地域 住民	商品 開発	施設 整備	ICT DX	誘客 促進	文化 資源	開発 規制	雇用	安全 管理	一次 産業
オート=サヴォワ県	FRA	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○			
ワイルダーカイザー観光協会	AUT	○	○	○	○	○			○	○		○	○		○
ウイスラーリゾート村	CAN	○	○	○	○	○	○	○		○					
ブレッケンリッジ町	USA	○	○	○	○	○	○	○	○		○			○	

- 15

15

Conclusion & Discussion

01 Mountain Destination

スキーではなく山岳 destinations としてのアイデンティティ確立が肝要。環境やアクセス、ブランドの上位概念としてのアイデンティティ。

02 Local Community

環境やイベントなど住民と観光客の「共有」「共用」領域が多い。経済や産業と「思い」や「ビジョン」をいかに融合できるか

03 Emerging Issues

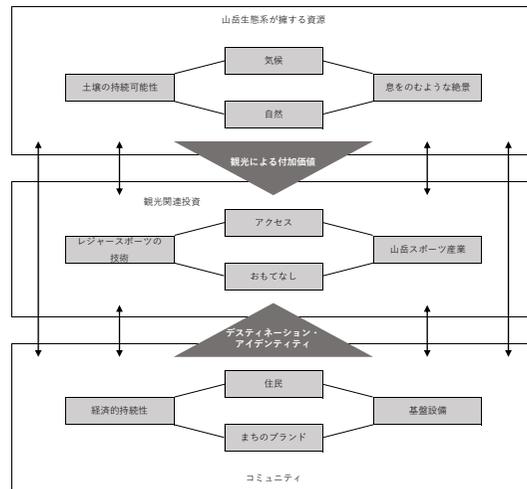
山岳や地域住民といった要素を今日的課題の解決といかに結びつけられるか。温暖化、感染症、そしてカーボンオフセット。

- 16

16

A new framework?

山岳ツーリズムでは山岳というアトラクションが複合的な要素によって構成され観光産業(投資)に対して付加価値を提供する構造として説明されている



出所：発表者作成

山岳デスティネーションの ブランド化と文化的資源

ニセコ コロキアム 2021年11月14日
メディア・コミュニケーション研究院 天田顕徳

1

問題の所在と目的

- 第1回研究会における石黒先生のご提言

アイデンティティの
主体や範囲は？

- Mountain Destination

スキーではなく山岳デスティネーションとしてのアイデンティティ確立が持続可能なデスティネーション・マネジメントを進める。

2

ニセコ町からの問題提起

- (町内における大型開発プロジェクトの状況について) 個々の案件は規制ルール(準都/景観)の枠内だが、山岳リゾートエリアに開発が集中しているため、集中したエリアの自然と生活への影響を住民が懸念。
- 立地エリアにとっての可否判断の根拠(将来像)がない
- 「sustainable」をミッションとする「観光局構想」だが、環境保全と開発のバランスに関する合意形成が、ニセコ町と倶知安町、行政と民間の間でうまくできていない。
- 議論の切り口と積み重ねプロセスの方法論が見えない。
- ニセコらしい参加型の観光まちづくりが必要ではないか? (町民の理解(納得感)、わかりやすい評価の仕組み等)
- 観光事業者の地域への貢献の「見える化」が必要ではないか? (活発な投資の一方、地域に貢献できていない)

→ 「地域」や「住民」がキーワードに。

3

§1 「範囲」を考える

比較事例：霊山の観光化

出羽三山の事例

4

自己紹介



5

鶴岡の旅の楽しみ方

間山千四百年の月山・羽黒山・湯殿山を巡る「生まれかわりの旅」は、江戸時代に「出羽三山詣」として庶民に流行しました。参拝者は山菜の「精進料理」を食べて入山し、下山後は三山ゆかりの温泉につかって俗世に戻り、地酒や旬の食材、海の幸で今を楽しむ「精進落とし」の習慣を楽しみました。美食・美酒はこうした歴史に培われ、今も受け継がれる鶴岡市の伝統文化なのです。

詣でる、つかる、いただきますは、遠くの神さま仏さまに出逢い、大地の恵みに感謝して、いただく、鶴岡市の旅の楽しみ方。日本古来の自然と信仰のご縁を今に伝えます。

詣でる
Mouderu



つかる
Tsukaru



いただきます
Itadakimasu



一般社団法人DEGAM鶴岡ツーリズムビューローHPより (<https://www.tsuruokakanko.com/lp/mouderu/>)

6

[農泊 nohaku.net](https://nohaku.net)
 農泊ポータルサイト

泊まる 楽しむ 味わう

お気に入り

農泊サイト > 農泊地域（地域協議会等・自治体）一覧 > 農泊地域（山形県の地域協議会等・自治体） > 出羽三山門前町プロジェクト

出羽三山門前町プロジェクト



農泊ポータルサイトより (https://nohaku.net/council/council-19_1020/)

7

Login Register My Reviews

Yamabushido
Back to Nature, Back to Yourself

YAMABUSHIDO PROGRAMS REVIEWS ABOUT US DIRECTIONS FAQ MEDIA CONTACT

EXPERIENCE AUTHENTIC YAMABUSHI PRACTICE

WATCH OUR STORY

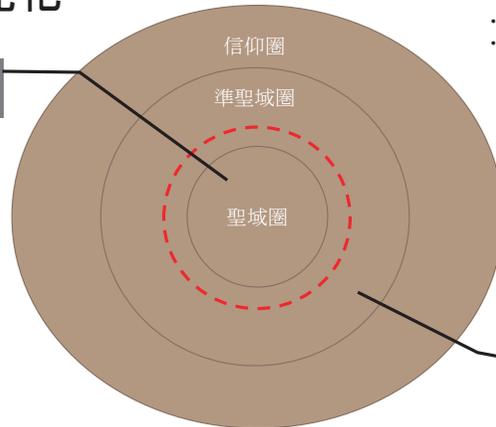


Yamabushido HP (<https://www.yamabushido.jp>)

8

霊山の観光化

ココの歴史や文化を



- ・信仰圏の衰退
- ・門前町等の経済的困難
- ・聖域圏の文化を観光資源化

山の裾野

ここで利用する

- ・ 圏構造については「岩鼻1981」を参照

9

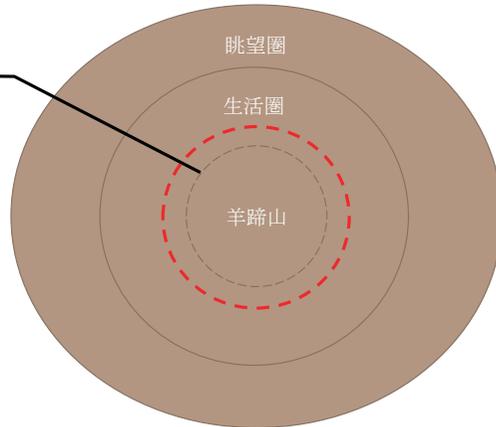
§2 ニセコの場合

山岳デスティネーションにおける観光の圏構造試論

10

羊蹄山を例にとると

聖域圏に当たる圏域が見出せない。



- 豊富な自然資源に対して、山に関わる「文化資源」はあるのか？

11

ニセコ エコ・ミュージアム (有島地区)

- ① 有島井上遺跡古碑
当跡の遺跡事務所近くには、歴史を「有島井上遺跡入口」の碑が置かれています。
- ② 有島記念館
牧小作人によって建てられた資料と、牧小作人の遺骨を奉祀するための1978(昭和53)年に建設されました。
- ③ 有島神社
有島遺跡管理人や有島解放後の「有島井上遺跡」を奉祀として司りた有島神社を継承してあります。
- ④ 小島「新子」の碑
有島遺跡を築地にした小島「新子」に建てられた石碑です。
- ⑤ 有島遺跡
有島遺跡は、解放後に小作人の生活が安定するよう有島への移住を促して、集落を形成しました。
- ⑥ 有島解放記念碑
有島小作人が、解放を決定した有島主人の命を犠牲にして建てたため、大正11(1926)年に建設されました。
- ⑦ 有島神社
大正11(1926)年、有島遺跡が小作人名義にして有島神社を建てた、歴史が伝承されています。
- ⑧ 有島山
「有島神社」が築地から建てられた有島山、有島記念館から有島山まで、有島山が築地を築地と見守っています。
- ⑨ 有島山麓入口
大正11(1926)年に築地した有島の有島山麓が築地を築地と見守っています。
- ⑩ 有島神社第一号電灯
有島山麓入口から「有島」の歴史が伝承されています。

コンテンツは非常に豊富

- ✓ スキー史
- ✓ 『日本書紀』
- ✓ 有島武郎
- ✓ 開拓の歴史

他方でコンテキストが見出しづらい。→エコ??

12

そんな中見つけたのが この地神塔

- 地神塔：大地を祀る石塔（大まかですが）。これは五神号型と呼ばれる五角形。
- 農業に関係の深い神号が掲げられ、作農の神として造立される場合が多い。

写真は天照大神、大国主大神、猿田彦大神、大宮媛大神、倉稻魂大神の神号

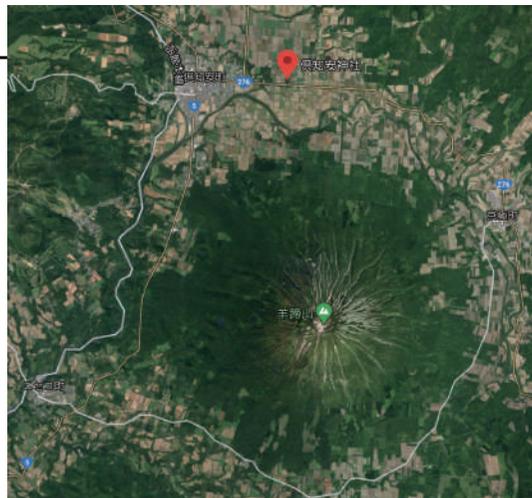
参考：[小林1945] [梅原1984]

→「開拓移民」の文化に関する研究

右の地神塔を見ていて気付いたことが。



13



- 左図「春秋社日醮義」より本朝社之略図
国立国会図書館デジタルコレクションより

14

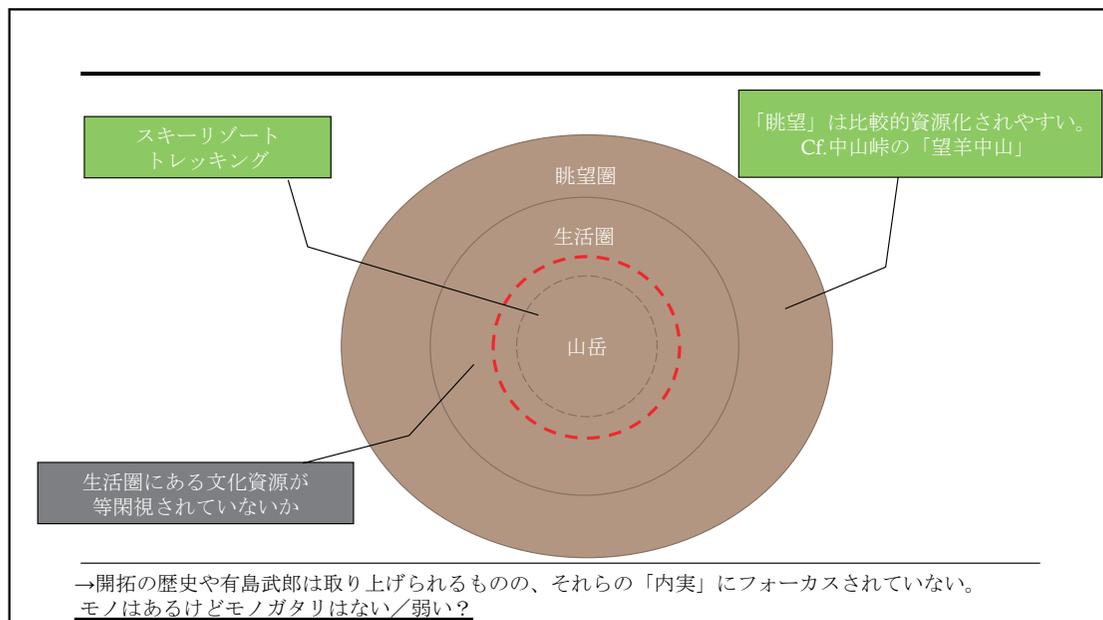
変則地神塔からくらしを想う

- 天照大神が羊蹄山を向く。
→変化のありようでその土地の人々の暮らしぶりがわかる。
✓羊蹄山を特別視する心性が推測される。(Cf. 蝦夷富士羊蹄山神社)



- 造田運動との連動 [村田2019]
そこで暮らす人々の願いや祈りのシンボル。
山とともに暮らしてきた人々の「くらし」を偲ばせる文化的資源。
馬頭観音／初老記念奉納碑なども

15



16

『地域との共生を考える』

クローズアップ①

～北村遊水地事業と地域創生～ 開催報告

(一財)北海道開発協会 開発調査総合研究所

地域との共生事例講演

北村の歩みに向きあう

～地神碑：五社大明神をめぐって～

村田 文江 氏 岩見沢市文化財保護委員会委員



今日は私の大好きな地神（ぢかみ）さんの話をいたします。

私は昭和59年から岩見沢市に住んでいますが、北村とはあまりご縁はありませんでした。「幾春別川ふるさとの川づくり懇談会」のメンバーになり、河川事務

所の案内で北村遊水地のフィールドワークをしたとき、旧豊正5自治会の五社大明神の地神碑を見つけ、北村の歴史を調べて地神碑を探し回るようになりました。

まれています。また、神さまの名前がなく、五社大明神、地神社、地神宮と文字だけを刻まれた碑も多く、自然石に刻まれた碑もたくさんあります。お祭りは春秋の社日（しゃにち）に行われます。社日とは、春分や秋分の日にもっとも近い、戌（いぬ）の日で、今年は3月22日と9月18日になります。春の祭祀では豊作を祈るほか、その年の営農についての相談や種籾（たねまがひ）の交換などもします。秋は豊作を祝って神さまへお礼をし、翌年の農作業に向けてみんなで話し合いをします。

祭りをを行う集団は、部落会や農事実行組合、戦後は農事組合、自治会など、農作業や水利にかかわる一番小さな単位の集まりが一般的です。

地神碑は、自治会館のかたわらや神社の境内に建立されることが多く、祭りに神主（かみ）さんは関与せず、祝詞（のりと）やしめ縄づくりなども自分たちで行います。会館での

17

§3 「主体」について

再帰的な場所アイデンティティの構築について

18

自ら調べ、自ら語ることの効用

- アイデンティティの不在は観光信仰における方向性の喪失を招く。激動の時代における長期的なビジョンを描く上では、デスティネーションとしての競争力と同時に訪問者、**地域住民の双方で**共有可能なデスティネーション・アイデンティティを構築することが極めて重要である（石黒 2021: 26）

✓生活圏の文化を自分たちで調べブランド化する

→住民の手でモノをモノガタリ化する

19

現代のコミュニティ論に見る 住民参加の効用

- 現代の「コミュニティ」は、地理的な範疇や固定的な社会集団に由来する「共同体」としてではなく、「流動的でありながらも、人々の再帰的な帰属感」によって生み出される共同性として理解すべき。「地域イベント」や「街づくり」はそうした共同性を生み出すべく、地域自らが再帰的に場所のアイデンティティを確立しようとする過程。[鈴木2013：195-196]。
 - すなわち彼らは、自分たちの地域やそこで営まれる様々な文化的実践を調査しながら、自分の地域とは何か、そこに住む自分とはいかなる存在であるのかを彫琢しているのである。[門田2014：252]
- 住民自身が再帰的に**場所のアイデンティティを獲得**
-

20

「開拓の歴史」≠人々の暮らし ポイントは「自己言及性」と「多声性」

- このマチに生きてきた人々の知恵が時代に応じてどのような形で受けつがれてきたか、今を生きる人々がどのような工夫と創意をもってこの時代を生きているか、そして、これからマチがどのような形で先祖たちの知恵をふまえた繊細で大胆な飛躍をとげうるか、を明らかにすること。[関2012:8]

→暮らしを描くことで**マチや住民のアイデンティティ**を確立する狙い。



21

(ありきたりな) 民俗から くらし／しあわせを読む。

- 「民俗」は生活文化とも言い換えることができるが、その「生活」とは、結局のところ私たちが夢想する「しあわせ」を実現するための行為である。ある地域における生活の記述とは、その地域に生まれ、暮らす人々が抱いた「しあわせ」を描きだすことでもあるのだ。[高岡 2014:5]



22

まとめにかえて

- ・山岳デスティネーションの範囲を仮に、山岳・生活圏・眺望圏とした場合「生活圏」の文化資源（＝山とともにくらししてきた人々の歴史）の活用を。
 - ・生活圏の文化資源をつかったブランド化を「住民」が主体的に行う／行える環境作りをすることがデスティネーションアイデンティティの構築に資するのではないか。
 - ・それを構築することが立地エリアの将来像を考える際のプラットフォームの一つになるのではないか。
-

23

参考文献

- ・天田顕徳「『山伏文化』の資源化・商品化：山形県手向集落を事例に」（山中弘編『現代宗教とスピリチュアル・マーケット』弘文堂、2020年、pp.169-188）。
 - ・石黒侑介「山岳デスティネーションのマネジメント：戦略の射程と構成」（石黒ほか編『ニセコ町観光の諸相と観光ビジョン策定に向けた展望』北海道大学観光学高等研究センター、2021年、pp.25-41）。
 - ・岩鼻通明「観光地化にともなう山岳宗教集落戸隠の変貌」（『人文地理』第33巻5号、1981年、pp.74-88）。
 - ・梅原達治「北海道地神塔の儀軌」（『札幌大学教養学部紀要』（25）、1984年、pp.73-90）。
 - ・門田岳久「自分自身について語ること：民俗学における〈再帰性〉」（門田岳久・室井康成編『（人）に向きあう民俗学』森話社、2014年）。
 - ・小林己智次「江匡弼撰春秋社日醮儀：地神祭の起源に関する古文献」（『北海道帝國大學法經會法經會論叢』（11）、1945年、pp.199-232）。
 - ・鈴木謙介『ウェブ社会のゆくえ：〈多孔化〉した現実の中で』NHK出版、2013年。
 - ・関一敏「まえがき」（福岡市史編集委員会『福の民：暮らしのなかに技がある』福岡市、2014年、pp.8-10）。
 - ・関一敏編『現代民俗学の視点 二 民俗の言葉』朝倉書店、1998年。
 - ・高岡弘幸「はじめに」（高知市史編さん委員会編『地方都市の暮らしとあわせ：高知市史民俗編』高知市、2014年、pp.1-5）。
 - ・村田文江「北村の歩みに向きあう～地神碑：五社大明神をめぐって～」（北海道開発協会『開発こうほう』19年7月号、pp.26-30）。
-

24

十一月 2021

NISEKO TOURISM

ニセコ町の観光情報発信に関する提案

北海道大学観光学院A班 ©藤枝穂乃花、大野雅人、新海茜、孫梓文、高橋めぐみ



北海道大学観光学院A班

1



NISEKO TOURISM

目次

- 1. 「ニセコ」の目指す姿
- 2. 現状分析とターゲット
- 3. 提案のモデル
- 4. 媒体ごとの現状と課題・提案
 - ①道の駅・観光案内所
 - ②ニセコFM
 - ③アプリ
 - ④ホテル・タクシー
 - ⑤あそぶっく
- 5. まとめ

2

「ニセコ」の目指す姿 ①

《ニセコ町の観光振興基本理念》

- ・ 観光客の満足度を高める
- ・ 町民生活を豊かにする
- ・ 持続可能な地域経済を確保する
- ・ 自然（環境）を保全する



住んでよし、訪れてよしの、
持続可能な観光リゾート

01

「ニセコ」の目指す姿 ②

主体は4つ

- ・ 町民（農業）
- ・ 海外移住者
- ・ 日本人移住者
- ・ 観光客

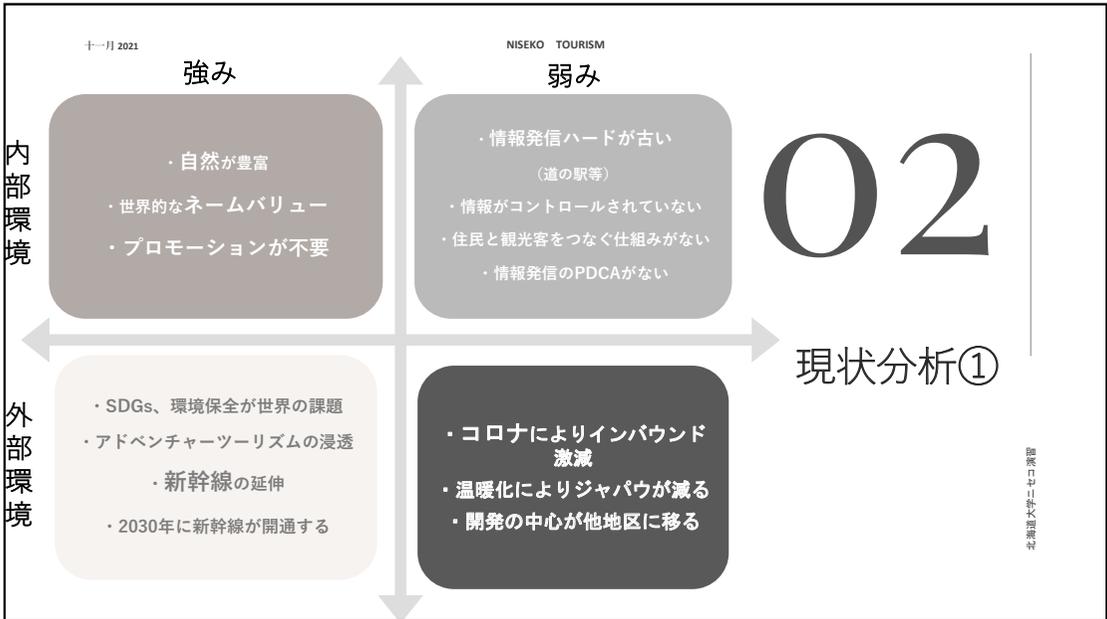


有島武郎の
「コモンズ」の
概念
ニセコ町の地域資
源を4者で共有

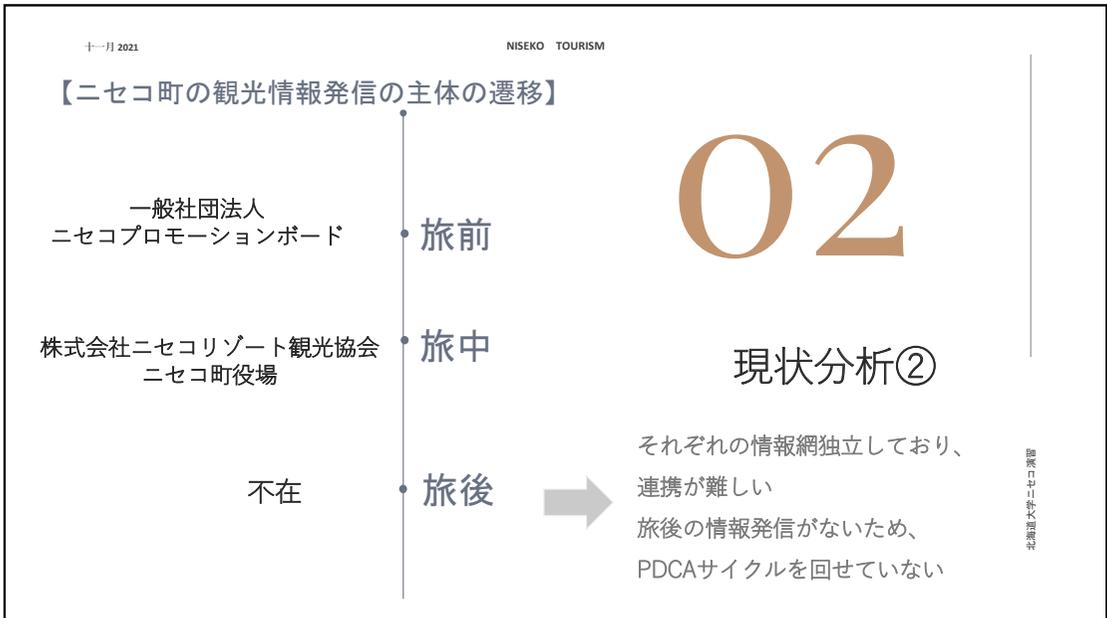


4つの主体が共存す
る、
居心地のいい
まち、
「四方よし」
の実現

01



5

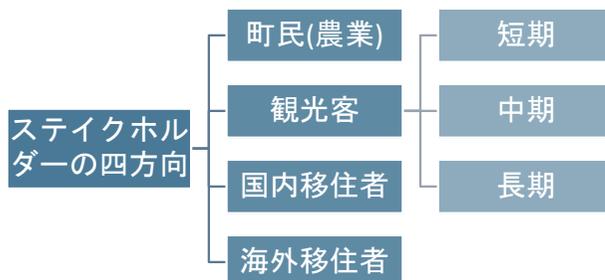


6

02

ターゲット

【観光情報の定義】

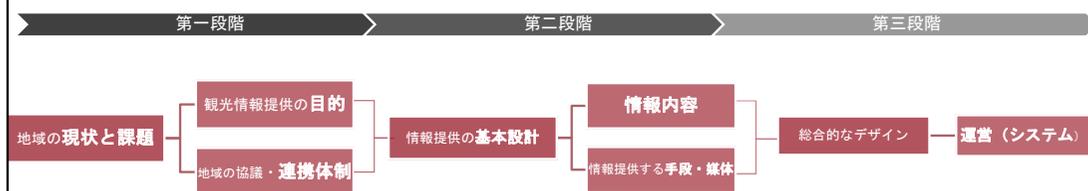


- 情報のターゲット:ニセコ訪問が決定し、具体的な訪問先や滞在先などを探している観光客

観光計画株式会社

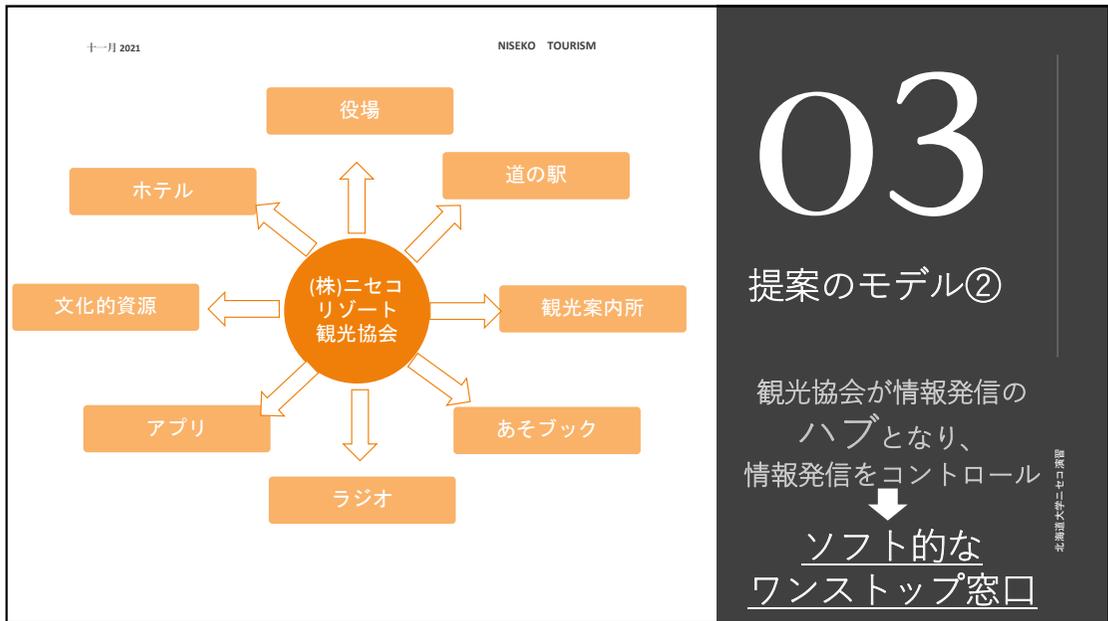
03

提案のモデル①



参考文献 「観光地が取り組む効果的な観光情報提供のための資料集」(p.51)「第1章 観光情報提供の検討プロセス」

観光計画株式会社



9

十一月 2021 NISEKO TOURISM

03

【ニセコ観光振興の9つの基本戦略】

1. 環境との調和
2. 人材育成・交流
3. 地域資源の活用
4. プロモーション活動の強化
5. 広域観光の推進
6. 受け入れ環境の整備
7. スポーツ観光の振興
8. シニア層増加、総人口減少へのアプローチ
9. ニセコに滞在する魅力の発信

「ニセコには毎年多くの観光客が訪れており、こちらから出かけなくても多くの人と交流することができる環境が身近にあります。また、観光客も地域生活や文化にふれたいと考える人が増えており、町民と交流する機会は確実に増えてきています。そこで、町民と観光客とが交流できる機会を積極的に設け、観光客の要望に応えながら同時に地域の活力を育てていきます。」

——出典『ニセコ観光振興計画書』

観光協会が情報発信のハブとなり、情報発信をコントロール

10

【ヒアリング結果】

・従来からのニセコ町民と長期滞在外国人観光客との間の**軋轢**は未だに
存する。

・**言語**の壁は大きい

・**子ども**同士の**順応性**は高い
(日本人の子どもとハーフの子どもは仲良くなるのが大人達より早い)
⇒早い段階からの良好な関係構築の必要性

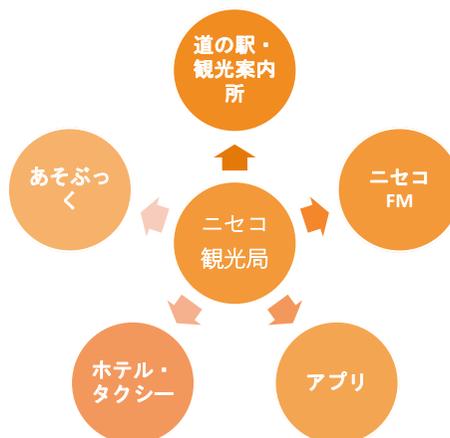
・ゴミ捨ての方法等、日本の**マナーや文化**の周知の必要性

03

観光情報発信を媒介に、町民と観光客の間の**交流**や**軋轢軽減**を図ることはできないか

04

媒体ごとの 現状と課題・提案



十一月 2021 NISEKO TOURISM

04

①道の駅・観光案内所

課題

- ・ ①町民と観光客の接点がない
- ・ ②外国人向けの情報が少ない
- ・ ③短期観光で立ち寄る人向けのみ

提案

- ・ ①野菜を作っている農家が道の駅でQandA対応！（インターナショナルの子ども通訳ボランティア参加）
- ・ ②③英語（媒体）交流員配置
- ・ 国際交流センターの機能を持たせる

効果

- ・ 中長期滞在者と地元住民との交流促進

国際交流センター各支店連絡所

13

十一月 2021 NISEKO TOURISM

04

①道の駅・観光案内所

具体的提案

道の駅「ニセコビュープラザ」改築に伴う国際交流センター機能の併設

- 国際交流センターが担う役割
- 海外諸都市との国際交流の推進
- 市民の国際交流活動に対する支援
- 国際交流に関する講演、講座、研修等の実施
- 市内在住の外国人の支援
- 国際交流に関する情報の収集及び提供

ニセコ町役場の国際交流員を数名配置し、長期外国人滞在者と海外移住者が「買い物ついで」に道の駅で諸事務手続きを行えるようにする。

ヒアリング結果、車を所有している長期滞在の外国人は道の駅を買い物で利用する傾向がある

国際交流センター各支店連絡所

14

04

②ニセコFM

課題

- ・①聴取率が不明
- ・②観光協会が運営しているメリットを活かしきれていない
- ・③観光客に特化した番組がない

提案

- ・①アプリ経由クリック数で聴取率を把握し、フィードバック
- ・②組織内連携（Slack、ChatWork活用）
- ・③時期、時間限定→観光情報を放送（ゲレンデ情報など）

効果

- ・現在は地元住民向けに特化しているが、観光客にとっても、より有益な情報を提供できる！

具体的提案

- ①外国人観光客向けの番組作り
例：スキーのゲレンデ情報、気象情報の提供
長期滞在外国人観光客向けの簡単な日本語教室
- ②観光協会内部の連携体制の強化
Slack、Chatwork等のフリーチャットアプリの活用
導入段階における外部資源のJNTOや北大生の活用
(例：マニュアル作成、アプリのレクチャー指導)
⇒アプリを使うことで端的で効率的な会話感覚での情報共有とタスクの可視化が可能!!

ヒアリングの結果、
来道前にラジオで情報
収集している観光客も
一定数存在していることが判明

②ニセコFM

04

十一月 2021

NISEKO TOURISM

04

③アプリ (Niseko・Niseko Now)

課題

- ①知名度が低い
- ②ニセコプロモーションボードと提携店しか表示されない
- ③アプリのメリットが見えない

提案

- ①Free Wi-Fi利用時にブラウザ版を表示し、アプリを紹介
- ②観光協会から無料掲載している現店舗にWEB掲載を提案
- ③AR,QRコードを付加してクーポン等発行、DL促進

効果

- ・双方向にメリット
- ・旅行者：コンテンツの充実と旅まえ情報、旅なか情報の充実
- ・観光協会：情報の獲得とデータベース化

図解：ニセコ観光協会

17

十一月 2021

NISEKO TOURISM

04

④ホテル

課題

- ・旅行者：観光協会に対応してもらえない案件をホテルに頼む手間

提案

- ・常時、観光協会と同じ観光情報を各ホテルが保有することで、宿泊者はいちいち観光協会に問い合わせずともホテルで情報が得られる

効果

- ・観光協会が情報のハブとなり、各ホテルと情報共有することにより、ホテル側は宿泊客の満足度を高めるとともに、地域全体の観光にも貢献できる
- ・(例) バス、タクシー、レンタカーなどの2次交通手段の情報

図解：ニセコ観光協会

18

04

⑤あそぶっく

課題

- ・①観光客は足を運ばない
- ・②文化的資産（有島武郎記念館）との連携は？

提案

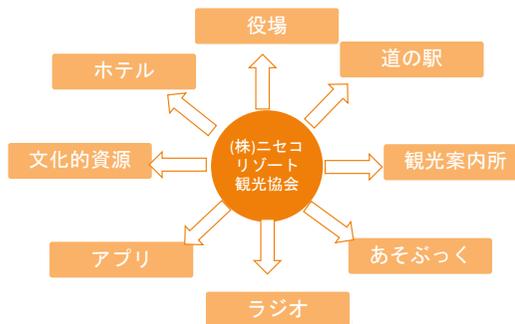
- ・①カフェの運営と本の販売
- ・ドネーションの提案
- ・②文化的施設（有島記念館）と連携し、イベント企画

効果

- ・次世代のグローバル人材育成
- ・国際交流促進の場の提供

提案のモデル図

ニセコ町

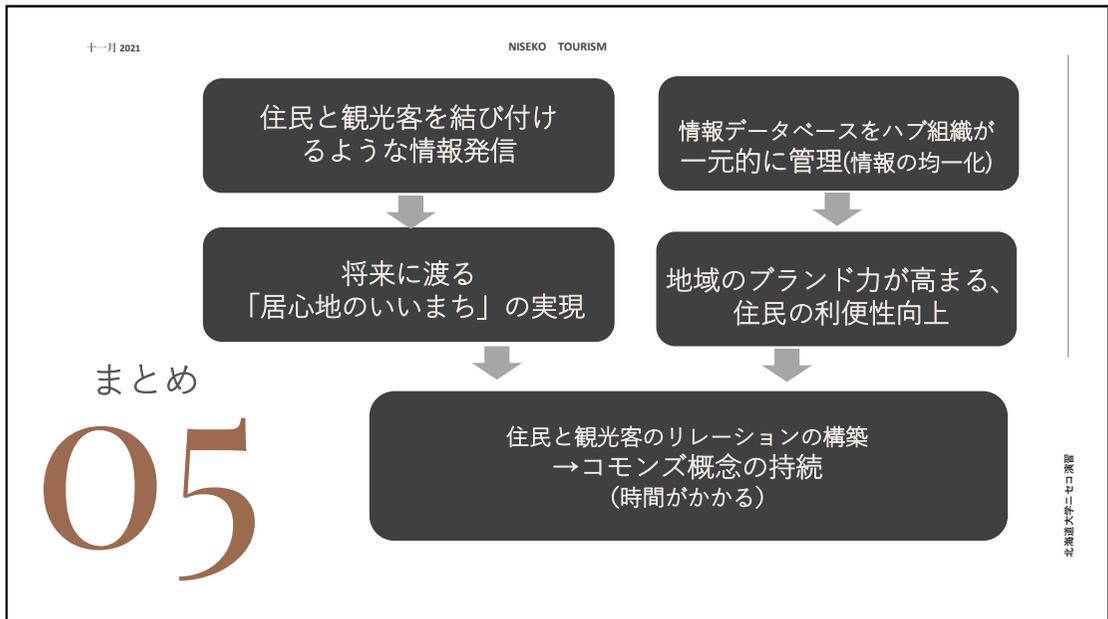


倶知安町



蘭越町





21

十一月 2021 NISEKO TOURISM

参考文献

○訪問先情報
 ニセコ観光協会ホームページ <https://www.niseko-ta.jp/>
 JRニセコ駅観光案内所 <https://tic.into.go.jp/jpn/detail.php?id=4212>
 道の駅「ニセコビュープラザ」 <https://www.michi-no-eki.jp/stations/views/18825>
 ラジオニセコ <http://radioniseko.jp/>

○参考文献
 水戸市国際交流センターホームページ
<https://www.city.mito.lg.jp/000271/000273/000284/bunka/p000718.html>
 「観光地が取り組む効果的な観光情報提供のための資料集」(p.51)「第1章 観光情報提供の検討プロセス」国土交通省/事業総括調整官室
<https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kankojoho/index.htm>

北海道大学ニセコ演習

22

おわりに

本フィールドワークにあたり、現地調査では、突然の訪問にもかかわらず、本研究の趣旨をご理解いただき、快くご丁寧に対応して下さい、本当にありがとうございました。

また、ニセコ町長をはじめ、発表会場に足を運んでくださった皆様からの貴重なご意見を戴いたことは、私たちにとって貴重な経験であり、今後の研究の糧となります。この場をお借りして、メンバー全員で感謝申し上げます。

農業資源を生かした観光と 移住・定住の推進に向けての展開

2021年11月14日

北海道大学大学院
国際広報メディア観光学院
B班 ハン歆、王婷、蓮尾純一
新堀裕幸、滝川徹也



1

1. テーマの解釈と方向性

- ・ニセコ町は「観光」と「農業」の町
→でも、ニセコ町で連想するものは「スノーリゾート」「観光」
→移住・定住の多くは「観光」に関わる
- ・「農業」を真剣に担う為に移住する人は？
- ・「観光」と連携できる「農業」の在り方は？



持続・発展する「農業」には、担い手が来なくなる
「魅力ある」ニセコ農業を創造することが必要。

2

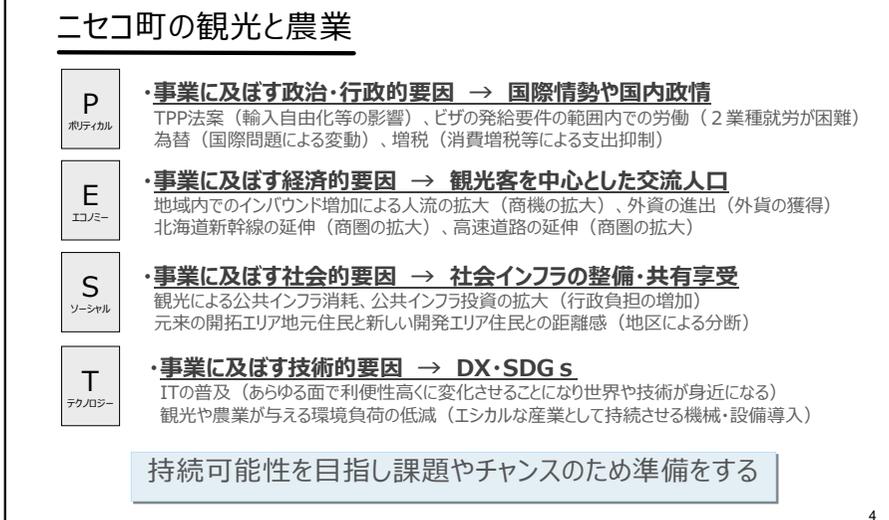
2

2. 現状分析①



3

2. 現状分析②



4

2. 現状分析③

継承される「相互扶助」

自らの農地を小作農に無償解放した有島武郎



「この土地のすべてを諸君に無償で譲渡します。」

しかし、それは諸君の個々に譲るのではなく、諸君が合同してこの全体を共有するよう御願いするのです。

その理由は、生産の大本となる空気、水、土地という類のものは、人類が全体で使用し、人類全体に役立つようし向けられねばならず、一個人の利益によって私有されるべきものではないからです。

諸君全体がこの土地に責任を感じ、助け合って生産を計り、周囲の状況の変化する結果となることを祈ります。」

5

5

3. 課題抽出

ニセコ町の農業の課題

- ✓ 農業所得の低迷 価格低迷、高収益作物の低迷
- ✓ 主力野菜の不在 多品種栽培の弊害（ブランド不足）
- ✓ 事業承継と労働力不足 高齢化、若年層の流出
- ✓ 農地利用の消滅懸念 耕作放棄、原野高額売買の誘惑
（事業としての農業の消滅）
- ✓ 道の駅の消費拡大 冬期間に集客できるラインナップの不足

6

4. 事例紹介①

農家が自主的に6次産業化できる事例



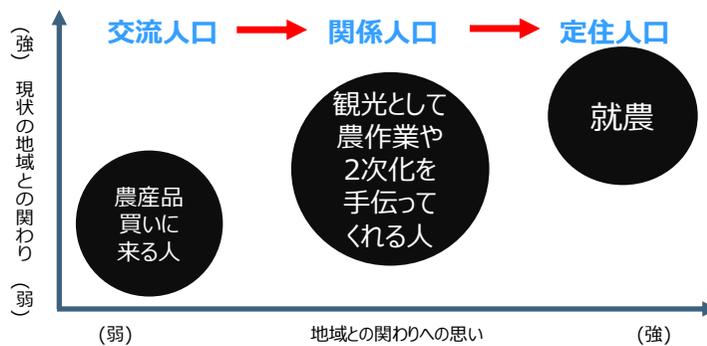
7

7

4. 事例紹介②

観光から就農へモデル事例

総務省が示す関係人口の概念図を参照

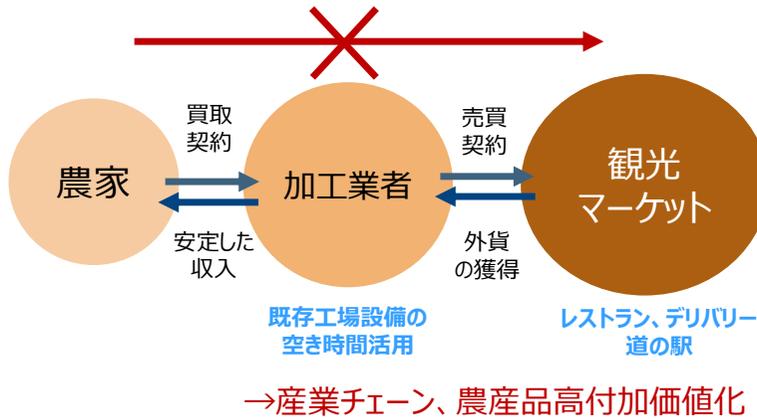


→観光と農業の新たな可能性を示す

8

8

4. 事例紹介③

農家が自主的に6次産業化できない事例

9

5. 解決策 ～「魅力ある」農業に向けて～

① 農業の持続的発展

→観光業と農業の相互扶助
win win mode—六次産業化の工夫

② 主力野菜の創出

→ニセコの「土地が肥沃」「オーガニック」「越冬」「尻別川の水質」など付加された価値が、**地産地消に傾注させる**ことで地域の消費者に評価され、先導的な品目となっていくことを図る。

それにより、生産者と消費者（生活者）の信頼関係強化と安定生産の上に、**その地域でしか手に入らないという希少性**でブランド力が上がることを目指す

→付加された価値をTAG付けしてブランドとして明確化し、視覚からも付加価値を認識できるようにする

10

10

5. 解決策 ～「魅力ある」農業に向けて～

③労働力強化

→機械、IT技術導入

民間：企業経営者は得た観光収入の一部を農業に投資する

行政：観光業と農業が相乗効果を高められるよう、
観光業者へ特別な税金を課してそれを農業へ分配する

→ビザの条件緩和

行政：外国人就労者に対し、農業は夏場の雇用を提供し、
リゾートが冬場の雇用を提供する

適用解釈の拡大：リゾートホテルは業務範囲として、農家サポート
業務を加え、夏期に農家より提携農園としての
業務を受託する

④農産物の販路・消費拡大

→観光と農業の交差する道の駅の冬季活用を図る

11

11

6. 具体案

・解決策の一部の具体案



①六次産業化の工夫

④農産物の販路・消費拡大

農業と観光が交差する道の駅

その道の駅の冬の活用
(圧倒的な商品ラインナップ拡大)



冬の訪日リゾート客の消費拡大
訪日リゾート客(観光)と農業の域内交流

12

12

6. 具体案

・圧倒的な商品ラインアップの拡大

既存のものの掛け算でこの地域として新しいものを創出
 (全て他の道の駅や越境ECで人気商品を応用)

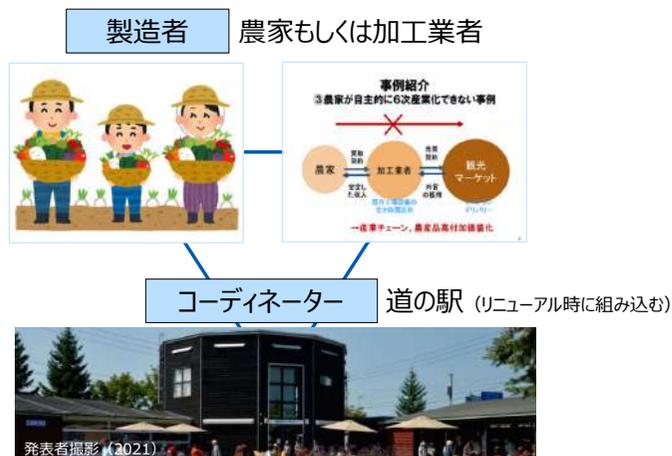
温泉	×	大豆	≡	温泉豆腐
生乳	×	野菜	≡	野菜ジェラート
野菜	×	野菜	≡	野菜ドレッシング
果樹	×	小麦	≡	焼き立てフルーツパイ
野菜	×	アルコールに合う (ウイスキー、クラフトビール、日本酒)	≡	ピクルス
野菜	×	お持ち帰り	≡	レトルトカレー

13

13

6. 具体案

・商品化のコーディネーター



14

14

6. 具体案

・リゾート（観光）と農業の連携

リゾートホテルシェフ・パティシエ監修
リゾート不動産の外国人スタッフ監修



リゾートホテル・コンドミニアムオーナーへの宣伝
リゾートホテル監修によるブランド力強化

商品開発を通じて
訪日リゾート・道内客(観光)と農業の域内交流

15

15

その先のニセコ町へ

魅力あるリゾート・観光だけでなく
「魅力ある農業」と観光との連携を通じて
農業を担う新しい移住・定住を促進し
持続可能な「ニセコ町」の未来に繋げる

16

観光客への 持続可能な観光に対する意識づけ に関する提案

C班
伊蘭・王鷺庭・永岡朋子・川崎孝利

1

ニセコにとって
「持続可能」とは

ニセコというまちが、 暮らす人にとって、 まちとして持続すること

まちが持続しなければ、観光も持続しない

2

持続可能な観光 とは



前文

グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（GSTC）の基準は、持続可能な観光についての共通理解を提供するために設定されました。GSTC 地域基準（GSTC-D）は、観光に関わるすべての地域が目指す必須の基準で、持続可能なマネジメント、社会経済的影響、文化的影響、環境への影響の主要4分野からなり、観光部門全体に適用することが可能です。

GSTC 基準は、「国際社会環境認定表示連合（ISEAL Alliance）の基準設定に関する規定」を遵守し、開発・改訂されています。ISEAL Alliance は、すべての産業部門で持続可能性の基準を設定するための国際規範について指導を行う団体です。2019年に改訂された GSTC-D 最新版は、2回にわたるステークホルダーからの意見聴取に基づいて作成しています。基準の開発プロセスや今後の改訂計画については、ウェブサイトを参照してください（www.gstccouncil.org、英語）。

3

持続可能な観光 とは

基準の構造

4つのセクションからなり、それぞれ2つまたは3つのサブセクションがあります。
合計38の大項目、174の小項目が設定

A. 持続可能なマネジメント

マネジメントの組織と枠組み
ステークホルダーの参画
負荷と変化の管理



←二セコ町のポイント！

B. 社会経済のサステナビリティ

地域経済への貢献
社会福祉と負荷

C. 文化的サステナビリティ

文化遺産の保護
文化的場所への訪問

D. 環境のサステナビリティ

自然遺産の保全
資源のマネジメント
廃棄物と排出量の管理

4

持続可能な観光とは

1 持続可能な観光とは？

「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」(UNWTO 国連世界観光機関による定義)

簡単に説明すると

- 1 環境的に優しい**
自然遺産や生物多様性の保全を図りつつ、観光開発において鍵となる環境資源を最適な形で活用する
- 2 経済成長ができる**
観光によってその地域で、安定した雇用、収入を得ることができるように、そして貧困緩和に貢献する
- 3 社会文化的に好ましい**
地域の伝統的な価値観を守り、異文化理解や異文化に対して寛容になる

T O P I C

**「持続可能な観光地」として
日本のトップランナーになりつつあるニセコ町**

ニセコ町は、今までの施策（景観、環境、水資源、ごみリサイクルなど）の実績が認められてSDGs未来都市に認定されています。主要産業は農業と観光業。農業が町の環境や景観を守り、観光業でその恩恵を受けますが、観光業は地元の産物を活用することで農業にお返しする。この主要産業がうまく連携することで地元の経済を循環させることが可能となります。町の環境や景観を守ることは、この町に住む人を気持ちよくするだけでなく、訪れた人の心も豊かにするのです。

Sustainable Top 100 Destinations に選ばれました！

ニセコ町は、2020年10月に「Sustainable Top 100 Destinations (持続可能な観光地「トップ100」)」に選ばれました。これは、オランダの非営利団体「GREEN DESTINATIONS」が、より良い観光地づくりに努力している地域を毎年選出しているものです。国際的にも、ニセコ町が「持続可能な観光地」であることの認知度が高まっています。




<https://www.town.niseko.lg.jp/information/3097>

出典:観光庁「ニセコ町持続可能な観光に関する調査レポート」

5

持続可能な観光とは

現在及び未来の世帯にとって、
環境的・経済的・社会的に暮らしやすい
地域を作るための観光まちづくり

**というニセコであることについて、
訪れる旅行者に理解を得る必要有り**

6

検証①

「情報共有」
「住民参加」
の実態は？

ニセコ町「住民自治のまち」

- ・ニセコ町づくり基本条例の制定（全国初）
- ・「まちづくり町民講座」の実施（200回超）

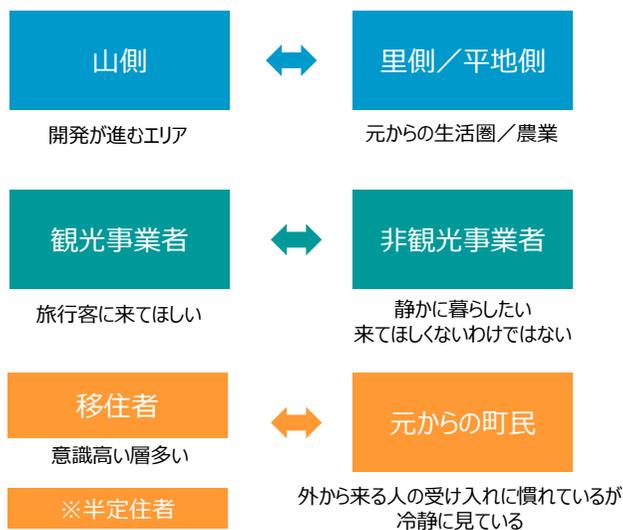
- ▶住民自ら考え、行動するという土壌の確立
- ▶町民は情報は公開されている認識
- ▶行政と住民が話し合う機会は頻繁
- ▶第5次ニセコ町総合計画 町民アンケート
回収率39.3%（回答590件／配布1500件）
※平均25%

ただし、「住民参加」の機会に参加する層は固定化しているとの声もある

7

検証②

地域内での
意識のギャップは
あるのか？



8

検証③

スゴイニセコは
観光客に
伝わっているか？

2014 環境モデル都市	2014 ニセコルール確立
2015 ブラチナシティ認定	2015 ニセコビュープラザが 「重点道の駅」に選定
2018 SDGs未来都市に認定	2018 世界首長誓約に誓約
2021 COP26 グラスゴー宣言に署名	

→伝わっていないのでは？

▶ 観光客に知ってもらおう努力を
※そもそもニセコは、実はクチコミで魅力が伝わっているエリア

9

検証④

現在展開している
「持続可能」
観光コンテンツは？

アドベンチャートラベル

- ・ターゲット：インバウンド層（欧米豪）
- ・羊蹄山麓をニセコエリアでPR



教育旅行

- ・ターゲット：教育旅行
修学旅行、宿泊研修時の
教育プログラムを提供
- ・SDGs未来都市



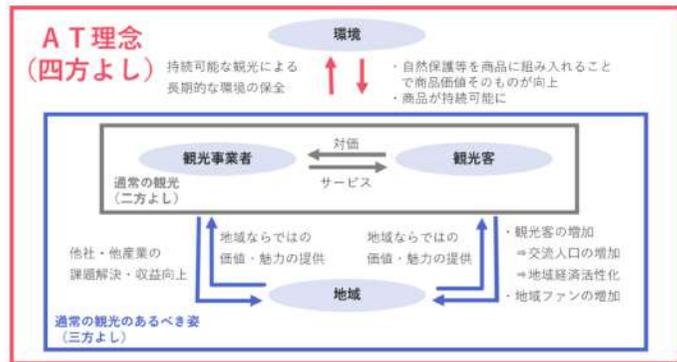
10

検証④

現在展開している
「持続可能」
観光コンテンツは？

「アドベンチャートラベル」

- ・「自然とのふれあい」「文化交流」「アクティビティ」のうちふたつ以上の要素を持つ旅行
- ・旅行を通じ、自分自身の変化や地域社会への貢献が期待



ホームページ：北海道運輸局「アドベンチャートラベル」より

11

ヒアリング結果から
浮かびあがる
課題や問題意識

地域のアイデンティティー
歴史文化の掘り下げが足りない

利用客数に合ったインフラ・
人員配置が出来ていない

季節で客層の変化
・夏の誘客

二次交通の脆弱さ

山側の賑わい（＝稼ぎ）は、
市街地に還元されているか？

車で移動しないといけませんが
CO2削減は？

住民、事業者、観光客の
相互理解

“ニセコドリーム”層と
ニセコを愛する人々とのギャップ

オーバーツーリズムを
抑制するためのルール必要

事業者からのSDGs
取り組みの発信

資源は限りあるものという理解の促進
（雪、温泉）

12

提案

“持続可能”
を観光客に
意識づけるために

ニセコ町で 今までの100年と これからの100年を考える サイクリングコース

13

提案

“持続可能”
を観光客に
意識づけるために

▼目的

ニセコ町がもっている地域としての精神性や
現在の取り組みを、観光客に知ってもらう
(観光客に歩み寄ってもらう)

▼ターゲット

国内客
グリーンシーズン

▼手段

サイクリング (※またはフットパス)
・エコ対応
・2次交通問題への対応

14

自転車
アクティビティに
関する課題

- ①ニセコ町に、レンタルの店が少ない
※観光案内所は5台用意
- ②SDGsをテーマにしたコースがない
- ③サイクリングを支えるインフラは不十分
 - ・道標の設置が不十分
 - ・サイトに自転車用施設がない
 - ・自転車ショップの自転車保有数が不十分
 - ・羊蹄山東側で自転車ショップがない



15

既存アクティビティ

MTBコース

オフロード・サイクリストのための完成度の高いルート

- ・比較的高価
- ・SDGsのコンテンツがない

● 1日ツアー
MTB+リバーカヤック1日ツアー
ツアー開始時間①10:00~
料金 おひとり様¥15750
ツアー所要時間 6時間
最低催行人数

● MTBレンタル
1名30分 ¥1000~

● 下りメイン10kmツアー
ツアー開始時間
①10:00
②11:30
③13:00
④14:30
⑤16:00
出発時間 1日5回

料金
おひとり ¥5000
おふたり ¥8000
3名以上 1名あたり¥3500
最大7名まで対応



photo / SNOW E!

16

SDGsを
テーマにした
コースの考案

今までの100年とこれからの100年を考えるサイクリング

●文化コース
●自然コース

*事前宣伝・ガイド付き (SDGsに関する説明) ・エコ活動連携 (トレイル巡り) により、参加者の意識変化を求める

17

各スポットの
GSTC基準と
SDGs

▼自然コース

	GSTC基準	SDGs
1 羊蹄山眺望	D1 配慮が必要な自然環境の保護 A10 気候変動への適応	
2 ダチョウ牧場	D1 配慮が必要な自然環境の保護 D4 種の搾取と動物福祉	
3 羊蹄の湧き水	D7 水質	
4 ふきだし公園	D1 配慮が必要な自然環境の保護 D3 野生生物との関わり	

18

各スポットの
GSTC基準と
SDGs

▼自然コース
「ダチョウ牧場」

- D1 配慮が必要な自然環境の保護
- D4 種の搾取と動物福祉



19

各スポットの
GSTC基準と
SDGs

▼文化コース

	GSTC基準	SDGs
1 有島記念館	C1 文化遺産の保護 C2 工芸品 C3 無形遺産	12 持続可能な消費と生産 11 持続可能な都市とコミュニティ
2 町民センター	A(a) マネジメントの組織と枠組み A5 住民参加とフィールドワーク	16 平和と公正な社会 11 持続可能な都市とコミュニティ 17 パートナーシップによる開発
3 ミルク工房	B3 地域事業者の支援と公正な取引 C3 無形遺産	12 持続可能な消費と生産 11 持続可能な都市とコミュニティ 8 経済成長と雇用
4 ストーンサークル	C1 文化遺産の保護	11 持続可能な都市とコミュニティ
5 レルヒ記念公園	C1 文化遺産の保護	11 持続可能な都市とコミュニティ

20

各スポットの
GSTC基準と
SDGs

▼文化コース
「町民センター」

A(a) マネジメントの組織と枠組み
A5 住民参加とフィールドワーク



21

住民と観光客が
交流できる
イベント

ゼロカーボンで楽しむニセコ探検

地域住民と観光客がともに参加できるサイクリングイベントの開催

- ▶ニセコ町の“持続可能”スポットめぐり
ニセコ町の取り組みを知ってもらう
 - ▶地域住民にニセコを語ってもらう（相互交流）
道中で世間話感覚での交流を通じ、参加する観光客への啓蒙
- ★他地域のサイクリングイベント、フットパスなどと連携できれば、ニセコの取り組み拡散も期待できる

22

住民と観光客が
交流できる
イベント

ゼロカーボンで楽しむニセコ探検

● スポットイメージ



・有島記念館
(相互扶助)



・ニセコ町役場
(断熱建物)



・ニセコ町民センター
(太陽光発電)



・アンヌプリスキー場 (地熱利用)



・廃熱による暖房や除雪エネルギー

23

“持続可能”
を観光客に
意識づけるために

タビマエ

タビナカ

タビアト

現在

未来

現地ニセコでの
プログラムで
“持続可能”を
紹介する

クチコミ拡散

ニセコに行くには
“責任ある旅行者”
の立場で

24

ご清聴ありがとうございました

ヒアリングにご対応いただきました皆さま
ご協力ありがとうございました

