

Case.3

# 北海道ニセコ町

「食」の魅力を中心とした町内観光消費の促進

## ニセコ町の概要

ニセコ町は、札幌市や北海道の玄関口・新千歳空港から車で約120分の道央西部に位置し、東は羊蹄山、北はニセコアンヌプリに囲まれ、北海道の恵まれた自然であふれた地域である。

「パウダースノー」と呼ばれる世界でも最上級の雪質である上、それを満喫できるよう、利用者の自由と安全のために地域全体で定めた「ニセコルール」が注目を集めている。国内からはもちろんのこと、世界中からスキーヤーやスノーボーダーが訪れる国際観光リゾートである。

また、住民自治の先進地としても知られており、「まちづくり町民講座」、「まちづくりトーク」、「もっと知りたいことしの仕事（予算説明書）」等、「情報共有」と「住民参加」を実践し

ている。2000年には、このような取組や実践を法令で裏打ちするため、「ニセコ町まちづくり基本条例」を全国に先駆けて制定した。

主要産業は農業や観光業であり、町の地域経済や生活基盤は、豊かな自然環境を基礎として成り立っている。このため、自然環境と調和した持続可能な地域づくりにも積極的である。2014年には、内閣官房より「環境モデル都市」として選定され、温室効果ガスの大幅な削減等の低炭素社会の実現に向けた先駆的なチャレンジに着手している。

このように、ニセコ町は、様々な分野で特色あふれるまちづくりを進めている。

## 北海道における位置



## 主要データ

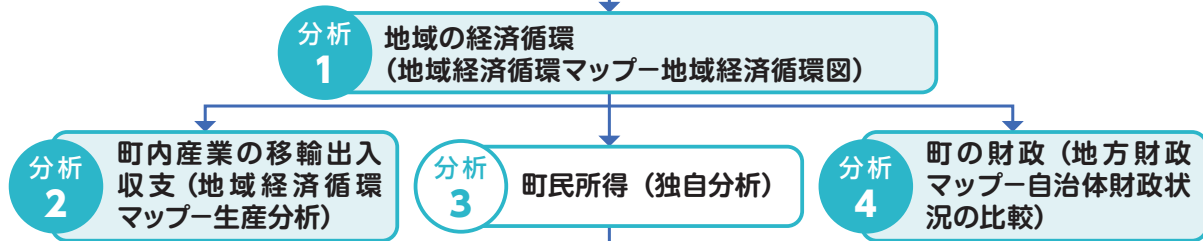
人 口	4,958人（平成27年国勢調査）
面 積	197.13km <sup>2</sup> （平成27年全国都道府県市区町村別面積調）
事業所数	282事業所（平成26年経済センサス－基礎調査）
従業者数	1,999人（平成26年経済センサス－基礎調査）
第1次産業	94人（平成26年経済センサス－基礎調査）
第2次産業	178人（平成26年経済センサス－基礎調査）
第3次産業	1,727人（平成26年経済センサス－基礎調査）
耕地面積	2,770ha（平成27年農林水産関係市区町村別統計）
観光入込客数	1,693千人（平成27年度北海道観光入込客数調査報告書）

# 「食」の魅力を中心とした町内観光消費の促進

## 利活用事例の全体像 施策立案型

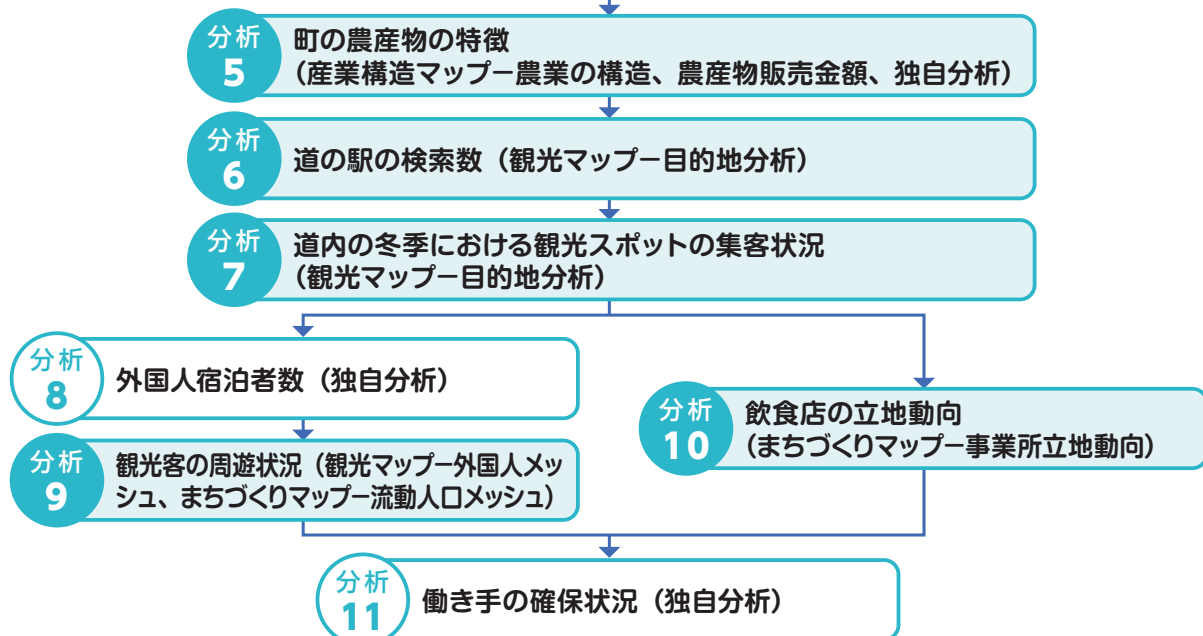
### 活用の背景

ニセコ町を含むニセコ観光圏<sup>\*1</sup>は国内有数の観光地であり、国内外を問わず多くの観光客が訪れ、ホテル建設等の観光投資も活発に行われている。そこで、町が本当に観光で稼げているのかを検証した。



### 課題の見える化

町内産業の移出入収支、町民所得、町の財政の面から検証した結果、観光が町の稼ぎに十分つながっていない可能性が高いことが分かった。農林水産業が唯一、移出入収支がプラスである点に着目し、地元の農産物を活用した「食」の魅力により町内の観光消費を増やすことを今後の目標として設定した。



### 得られた示唆と課題解決のための施策案

- 多種多様な農産物がニセコ町における「食」の強みである。
- 「食」の拠点となり得る道の駅は、冬季の集客が少ないことを踏まえた施策立案が必要となる。
- 町内の飲食店は点在しているため、店の増加と町内の周遊性向上を図る取組が必要となる。

以下3つの方針を打ち立てるとともに、これらの実現のための人手不足解消に向けた取組を進める。

- 道の駅から冬季の「食」(料理)を観光客へ届ける。
- 飲食店を増やし、食材と観光客を飲食店に集める。
- 公共交通を最適化して、観光客が町内を周遊しやすくする。

<sup>1</sup>:ニセコ町、倶知安(くっちゃん)町、蘭越(らんこし)町が一体となった観光区域として、2014年4月に国土交通大臣の認定を受けた。

## 活用の背景

ニセコ町は、国際スキー場を中心とした国内有数の国際観光リゾートであり、隣接する倶知安町、蘭越町もあわせたニセコ観光圏には、国内観光客はもちろん、海外からも多くの観光客が訪れている。さらに近年では、ホテルやコンドミニアム<sup>※2</sup>の建設が増加しており、国際的なホテルチェーンも進出するなど、観光投資が活発となっている。

しかし、こうした観光分野の動向が町の活性化にどのような影響を及ぼしているのかをこれまで把握できていなかった。そこで、町が本当に観光で稼げているのかを検証するため、現状分析を行うこととした。

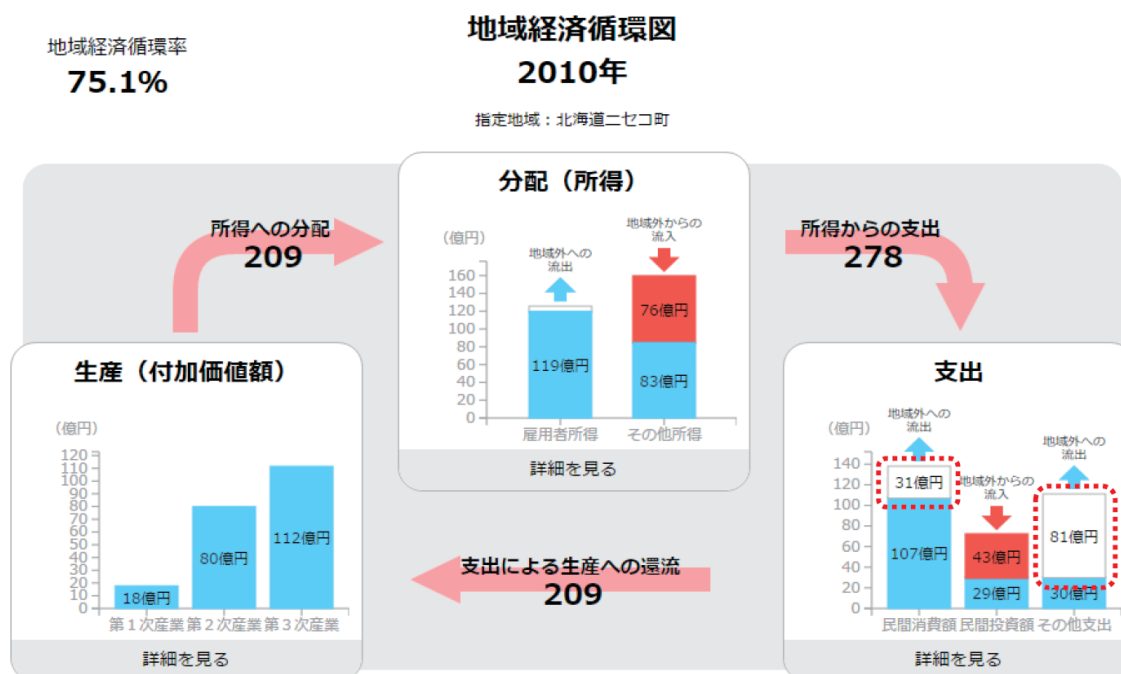
## 分析① 地域の経済循環（地域経済循環マップ）

ニセコ町の現状把握にあたり、まず地域の経済循環を分析した。

図1は、2010年における町の地域経済循環を示したものである。このうち支出に着目すると、民間投資額の地域外からの流入が43億円となっており、活発な観光投資を裏付ける結果となっている。一方、民間消費額は31億円が、地域内産業の移輸出入収支額等により構成されるその他支出は81億円が地域外へ流出しており、支出全体では地域外への流出超過となっている。

以上より、観光による好影響を町内に十分取り込めていない可能性があることが分かった。

（図1）地域経済循環マップ 地域経済循環図 [2010年]



●地域経済循環マップ>地域経済循環図>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択

**Point!**

民間消費額およびその他支出が地域外へ流出している

2: 一般に、リビング、キッチン、ベッドルーム等に分かれ、調理器具や洗濯機等の生活用具を備えた宿泊施設を指す。



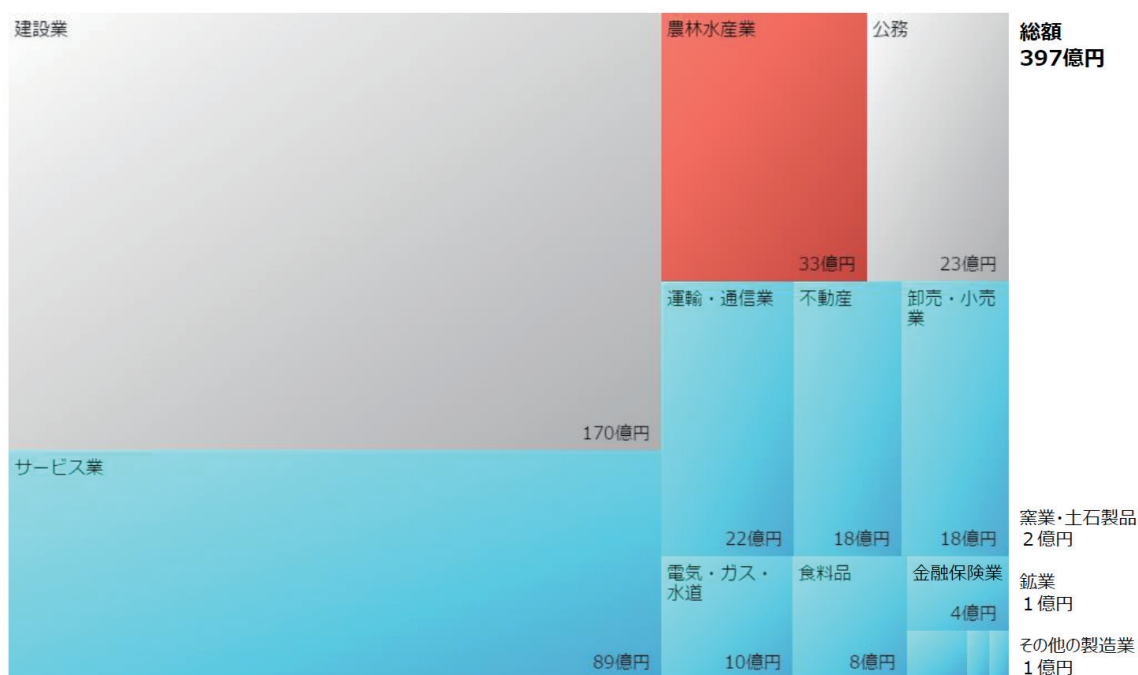
## 分析② 町内産業の移輸出入収支（地域経済循環マップ）

さらに分析を進めるにあたり、ニセコ町では「観光で稼ぐ」ことを「地元の産業、住民、自治体の収入が向上すること」と定義した。そこで、町内産業の移輸出入収支、町民所得、町の財政の面から分析することとし、まずは町内産業の移輸出入収支を分析した。

図2は、町内産業における生産額が多い順に、移輸出入収支の状況を示したものである。移輸出入収支額がプラスであれば赤色で、マイナスであれば青色で表示される。これを見ると、移輸出入収支がプラスとなっているのは農林水産業のみであり、大半の産業の移輸出入収支がマイナスとなっていることが分かる。

観光客や観光投資の増加による産業への影響は、特定の産業だけに限定されるものではなく町内産業に広く及ぶものと考えられるが、大半の産業の移輸出入収支がマイナスとなっているため、観光が域外からの稼ぎにつながっていない可能性があることが分かった。

（図2）地域経済循環マップ 生産分析 [2010年]



●地域経済循環マップ>生産分析>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>地域内産業の構成を見る>「移輸出入カラー」を選択

**Point!**

移輸出入収支は町内産業の大半がマイナスで、農林水産業のみプラスである

### 分析③ 町民所得（独自分析）

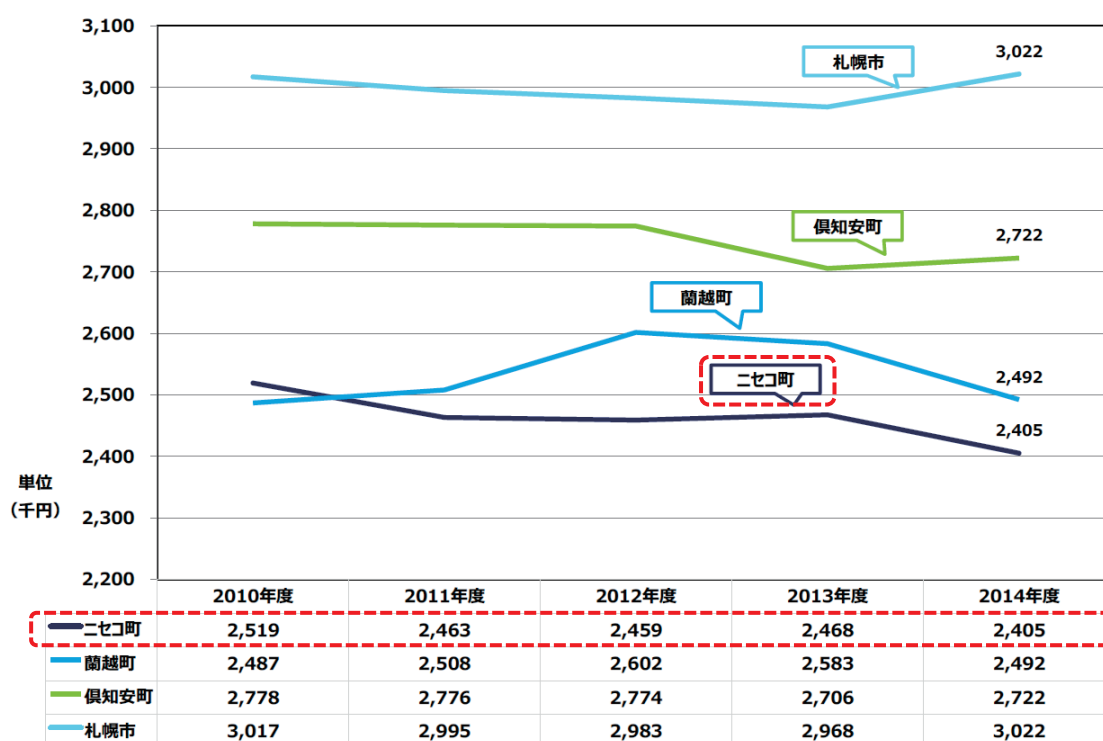
次に、町民所得を分析した。

図3は、二セコ町、二セコ観光圏に属する隣接自治体および札幌市の納税義務者数1人当たり課税対象所得の推移を示したものである。これをみると、二セコ町の所得は近年やや右肩下がりになっており、同じく二セコ観光圏を形成している倶知安町、蘭越町と比較しても、低い額となっている。

以上より、町民所得の面からも、観光が町の稼ぎにつながっていない可能性が高いことが分かった。

（図3）納税義務者数1人当たり課税対象所得の推移〔2010年度～2014年度〕

比較自治体：北海道二セコ町、北海道倶知安町、北海道蘭越町、北海道札幌市



●総務省「平成26年度市町村税課税状況等の調」を基に二セコ町作成

**Point!**

町民所得はやや低下傾向にあり、隣接自治体と比較しても低い

## 分析④ 町の財政（地方財政マップ）

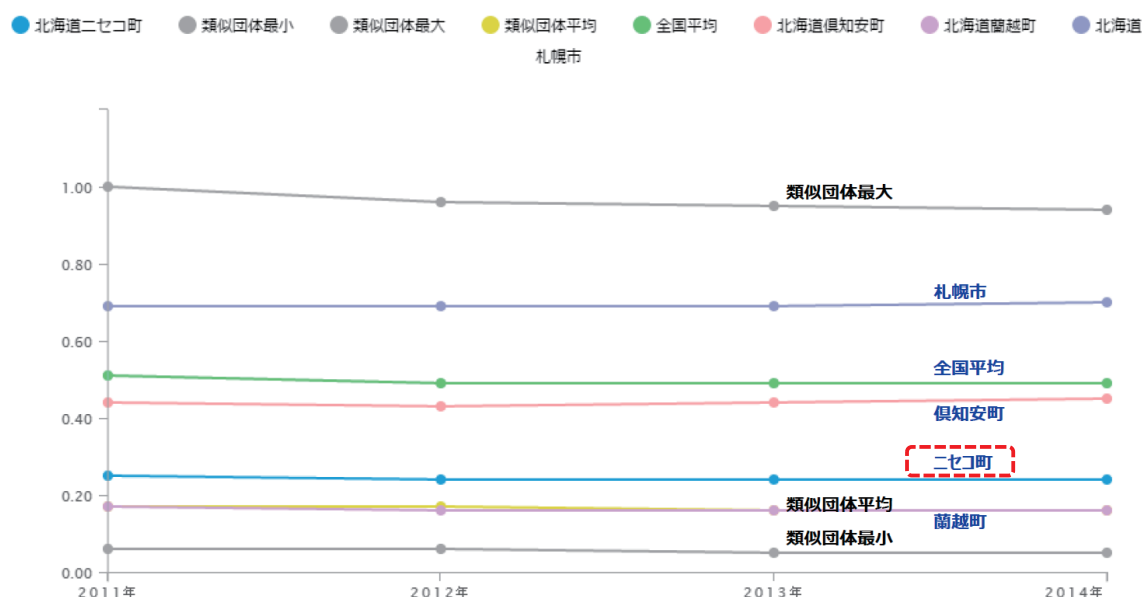
続いて、町の財政を分析した。

図4は、札幌市、二セコ観光圏に属する隣接自治体等と比較した二セコ町の財政力指数<sup>※3</sup>を示したものである。これをみると、二セコ町は類似団体<sup>※4</sup>平均よりは高いものの、札幌市や倶知安町、全国平均より低い値となっている。また、近年観光投資が活発になっているにもかかわらず、推移はほぼ横ばいとなっている。

以上より、町の財政の面からも、観光が町の稼ぎにつながっていない可能性が高いことが分かった。

（図4）地方財政マップ 自治体財政状況の比較 [2011年～2014年]

比較自治体：北海道二セコ町、北海道倶知安町、北海道蘭越町、北海道札幌市



●地方財政マップ＞自治体財政状況の比較＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞地域間で比較する＞「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加

## Point!

札幌市や倶知安町と比べ財政力指数は低く、観光による好影響はみられない

3: 自治体の財政力を示す指数で、基準財政収入額を基準財政需要額で除して得た数値の過去3年間の平均値。財政力指数が高いほど、普通交付税算定上の留保財源が大きいことになり、財源に余裕があるといえる。

4: 行政権能の相違を踏まえつつ、人口および産業構造により全国の市町村（特別区を含む）を35の類型に分類したもの。

## 課題の見える化

地域産業の移出入収支、町民所得、町の財政の面から検証した結果、多数の観光客の来訪や活発な観光投資が二セコ町の稼ぎに十分つながっていない可能性が高いことが分かった。この結果を踏まえ、観光による好影響を町の稼ぎにつなげていく戦略を描くことが、今後の町の目標であると認識した。

以上を踏まえ、観光で稼ぐ町になるためには、「町内での観光消費の増加」と「地場産業への観光投資の波及」の2つのアプローチがあると考えた。このうち、今回の検討では町内での観光消費の増加に絞って進めることとした。町内での観光消費の増加を実現する手段として、分析②の移出入収支において唯一プラスであった農林水産業に着目し、地元の農産物を活用した「食」の魅力を軸とした町内観光消費の増加の実現を念頭に置いて、さらに分析を進めることとした。

### 分析⑤ 町の農産物の特徴（産業構造マップ、独自分析）

二セコ町産の農産物を活用した「食」の魅力創出によって域外から稼ぐための検討にあたり、二セコ町の農業の特徴について分析した。

図5は、二セコ町および二セコ観光圏に属する隣接自治体の農業部門別販売金額を示したものである。これをみると、倶知安町は「雑穀・いも類・豆類」、蘭越町は「稲作」が大きな割合を占めているのに対し、二セコ町は販売金額の大半を占めるような主要作物がないことが分かる。

図6は、二セコ町および隣接自治体の経営体当たりの農産物販売金額を示したものである。これをみると、二セコ町には販売金額の大半を占めるような主要作物がないにもかかわらず、倶知安町とほぼ同水準であり蘭越町を上回っていることが分かる。

図7は、二セコ町および隣接自治体の農産物の出荷先別販売金額の構成を示したものである。これをみると、倶知安町や蘭越町は「農協」が大半を占めるのに対し、二セコ町は「卸売市場」や「消費者に直接販売」の割合が比較的大きいことが分かる。このうち、「消費者に直接販売」については、2014年に「重点道の駅<sup>※5</sup>」に選定されるなど全国的に注目されている町内の「道の駅二セコビュープラザ」に設置された直売所での販売による部分が大きいと推察される。

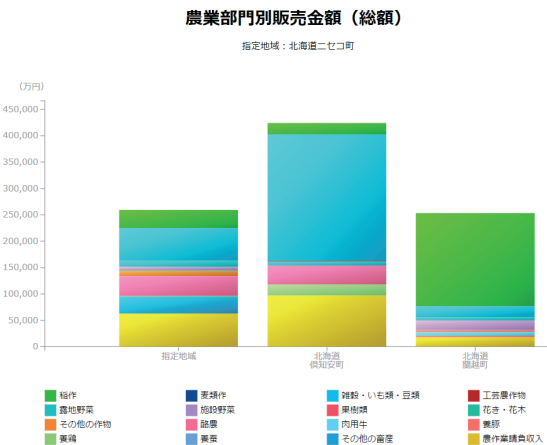
図8は、「道の駅二セコビュープラザ」の直売所の年間売上げや農産物の品揃えを示したものである。これをみると、売上げは年間3億円に迫り、今後も増加が見込まれていることや、年間を通して多種多様な農産物を販売していることが分かる。

以上を総合的に勘案すると、多種多様な農産物を販売する道の駅の売上げが好調となっていることから、道の駅の人気の理由は農産物の豊富な品揃えにあり、したがって町の「食」の強みは地元の農産物により多種多様な品揃えを実現できる点にあるのではないかと考えた。

5: 地域活性化の拠点となる優れた企画があり、今後の重点支援で効果的な取組が期待できるものとして、国土交通大臣が選定するもの。

(図5) 産業構造マップ 農業の構造  
[2010年]

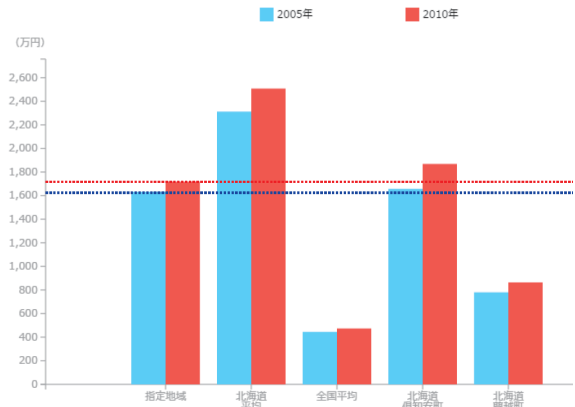
比較自治体：北海道ニセコ町、北海道倶知安町、  
北海道蘭越町



- 産業構造マップ>農業の構造>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>縦棒グラフで比較する>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加

(図6) 産業構造マップ 農産物販売金額（経営体当たり）[2005年、2010年]

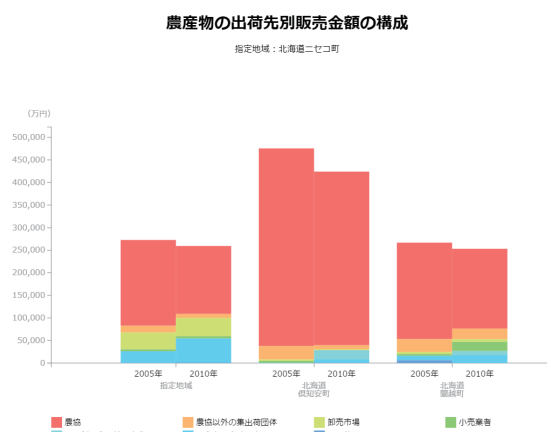
比較自治体：北海道ニセコ町、北海道倶知安町、  
北海道蘭越町



- 産業構造マップ>農産物販売金額>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>グラフを表示>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加

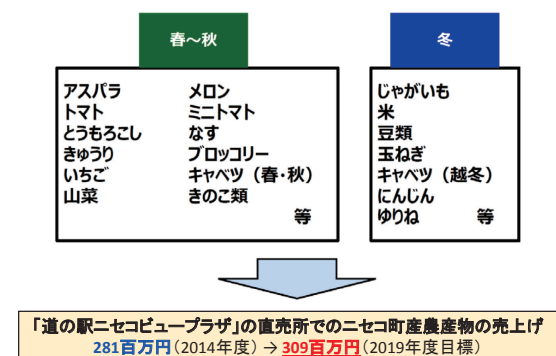
(図7) 産業構造マップ 農産物販売金額（出荷先別）[2005年、2010年]

比較自治体：北海道ニセコ町、北海道倶知安町、  
北海道蘭越町



- 産業構造マップ>農産物販売金額>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>出荷先別販売金額の構成>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加

(図8) 道の駅ニセコビュープラザ直売所の品揃えと売上げ



- ニセコビュープラザ直売会協同組合ホームページ「農作物カレンダー」を基にニセコ町作成

Point!

「農産物の品揃えの多種多様さ」が町の「食」の強みであると考えられる

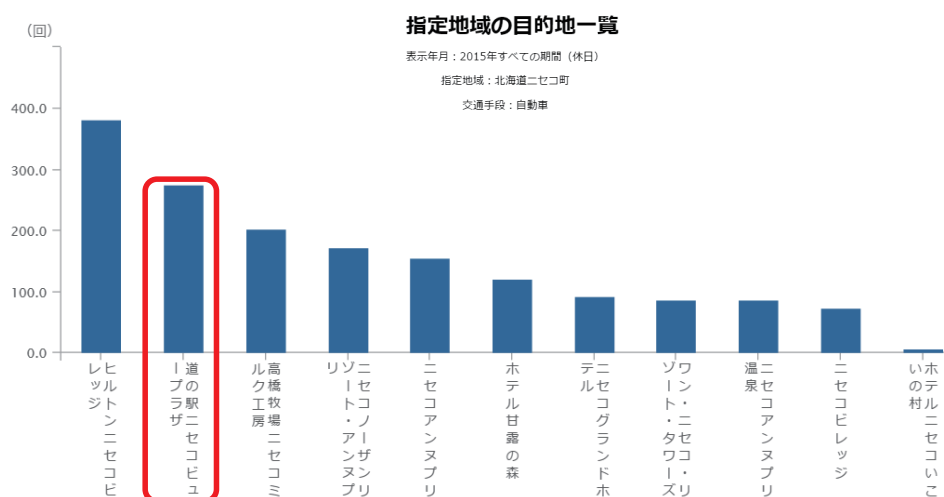
## 分析⑥ 道の駅の検索数（観光マップ）

ニセコ町産の多種多様な農産物が集まる道の駅が「食」の魅力発信拠点となり得るかを検証するため、道の駅の検索数を分析した。

図9は、町内の主要スポットの目的地検索回数を示したものである。これをみると、「道の駅ニセコビュープラザ」は町内で2番目に多く検索されており、来客が多い施設であることがうかがえる。また、図10は、「道の駅ニセコビュープラザ」を検索した人の出発地を示したものである。これをみると、札幌市やニセコ町の近隣自治体を中心に、町外からも多くの観光客が訪れていることが推察される。

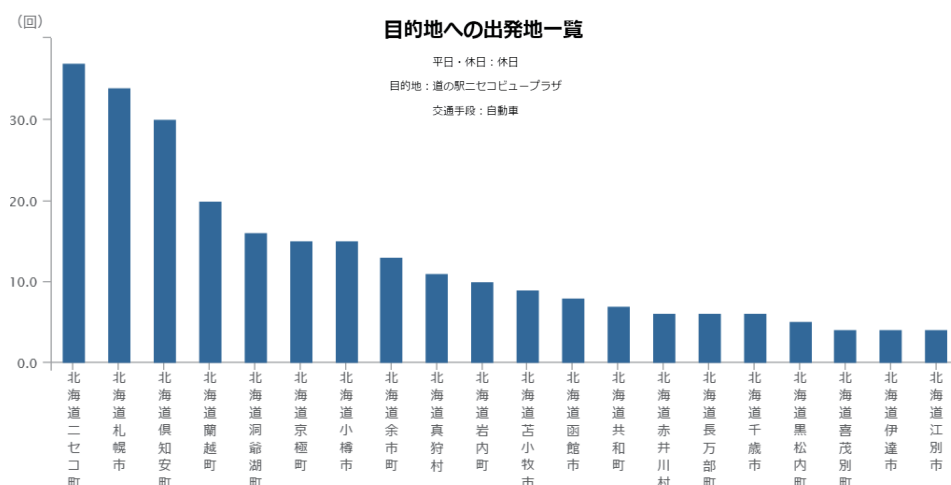
以上より、道の駅は町外からの関心が高く、多くの観光客が訪れている町の主要な観光スポットであり、町の「食」の魅力発信拠点となり得ることが分かった。

（図9）観光マップ 目的地分析（目的地ランキング）（休日、自動車）[2015年]



●観光マップ>目的地分析>目的地検索ランキングを表示

（図10）観光マップ 目的地分析（出発地ランキング）（休日、自動車）[2015年]



●観光マップ>目的地分析>地図上から「道の駅ニセコビュープラザ」を選択>出発地を表示>出発地ランキングを表示

**Point!**

「道の駅ニセコビュープラザ」には町外から多くの観光客が訪れている



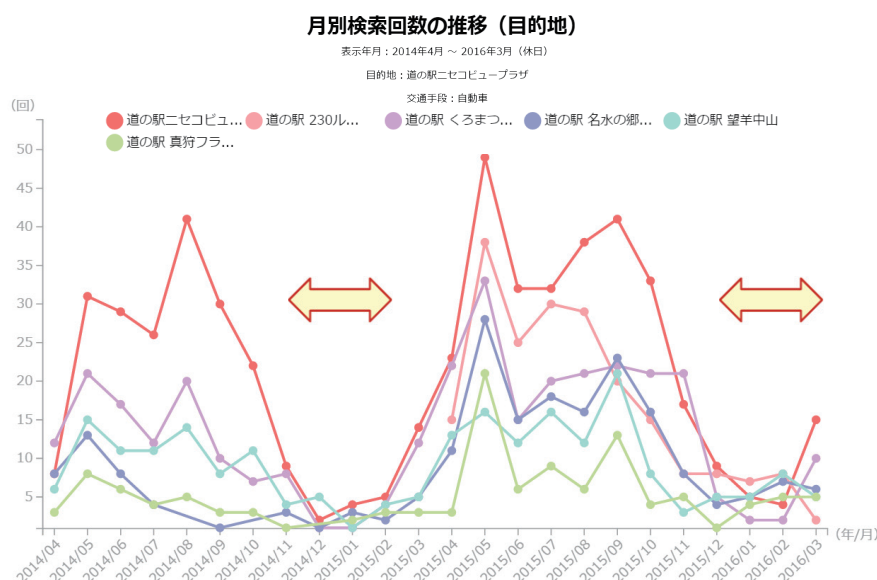
## 分析⑦ 道内の冬季における観光スポットの集客状況（観光マップ）

道の駅の「食」の魅力発信拠点としての可能性を深掘りするため、道の駅の集客傾向を分析した。

図11は、「道の駅ニセコビュープラザ」および近隣自治体の道の駅の目的地検索回数月別推移を示したものである。これを見ると、すべての道の駅で冬季の集客に苦戦している傾向がみられる。また、図12は、札幌市近郊を除く道内の主要スポットのうち、2016年1月（休日、自動車）における目的地検索回数50回以上のスポットを示したものである。これを見ると、道内において冬季の集客が好調なスポットは、スキー場や温泉が多いことが分かる。

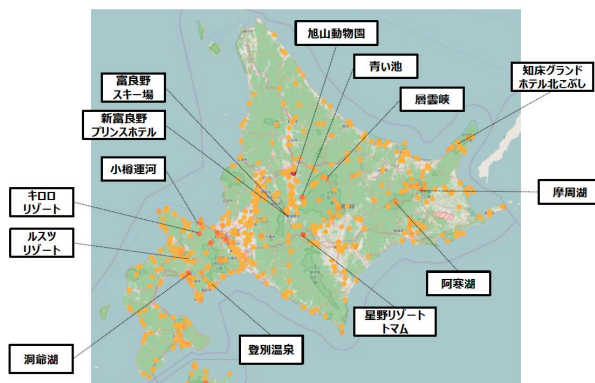
以上より、道内の冬季の観光はスキー場や温泉が中心で、道の駅の集客は落ち込む傾向にあり、道の駅の活用にあたってはこの特徴を踏まえた検討が必要であることが分かった。

（図11）観光マップ 目的地分析（月別推移）（休日、自動車）[2014年4月～2016年3月]



●観光マップ>目的地分析>地図上から「道の駅ニセコビュープラザ」を選択>月別検索回数を表示>「比較する目的地を追加する」で比較対象スポットを追加

（図12）観光マップ 目的地分析（検索回数50回以上を抽出）（休日、自動車）[2016年1月]



●観光マップ>目的地分析>「表示年月を指定する」で「2016年1月」を選択>地図上で確認

**Point!**

道内の冬季の集客はスキー場や温泉が中心であり、道の駅は苦戦している



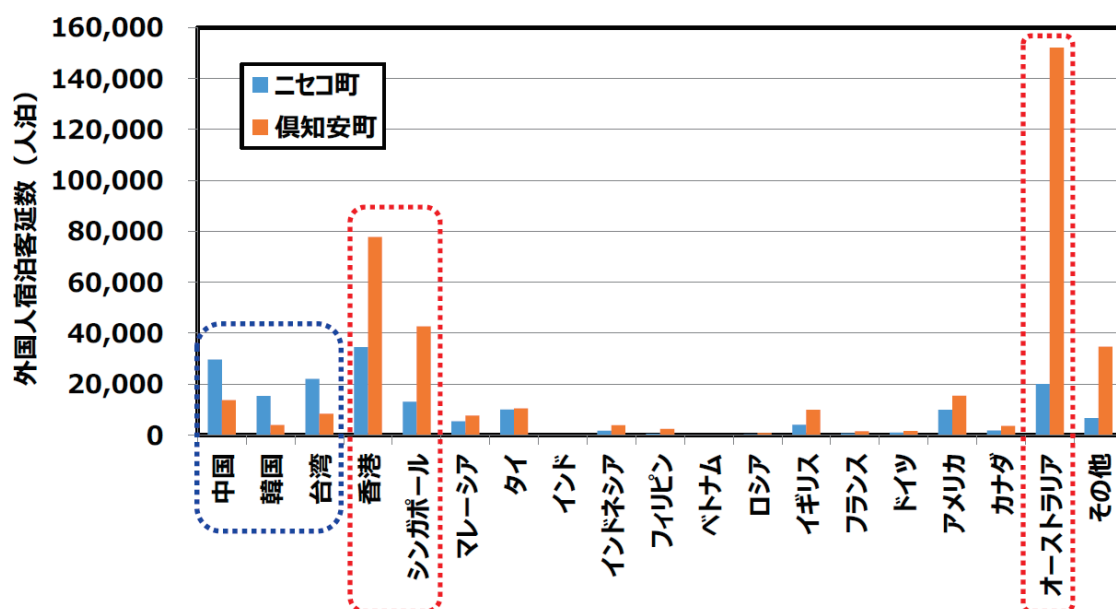
## 分析⑧ 外国人宿泊者数（独自分析）

次に、ニセコ町の「食」の魅力を届けるターゲットについて分析した。

図13は、2015年度におけるニセコ町および倶知安町の国別訪日外国人宿泊者数（延べ人数）を示したものである。これをみると、「中国」「韓国」「台湾」等でニセコ町の方が多くなっているが、全体的に倶知安町の方が多く、中でも「香港」「シンガポール」「オーストラリア」が大きく牽引していることが分かる。

以上より、倶知安町に宿泊する外国人観光客を、ニセコ町の「食」の魅力発信のターゲットとして設定し、さらに分析を進めることとした。

（図13）市町村別・国別訪日外国人宿泊者数（延べ人数）（宿泊客延べ数：人泊）[2015年度]  
比較自治体：北海道ニセコ町、北海道倶知安町



●北海道経済部産業局「平成27年度北海道観光入込客数調査報告書」を基にニセコ町作成

### Point!

倶知安町に滞在する外国人観光客が「食」の魅力を届けるターゲットとして有望である

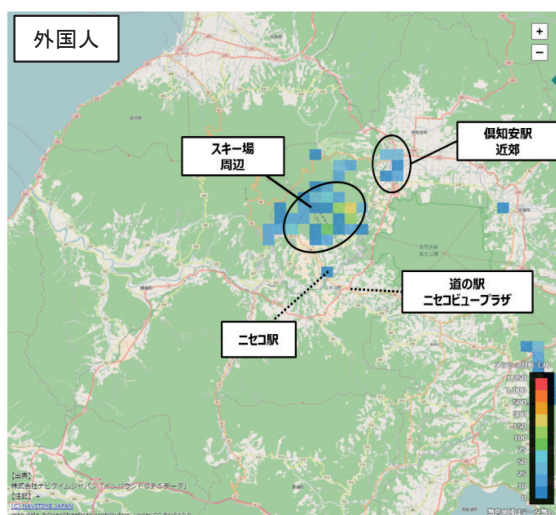
## 分析⑨ 観光客の周遊状況（観光マップ、まちづくりマップ）

ターゲットとして設定した倶知安町に宿泊する外国人観光客にどのようにしてニセコ町の「食」を届けるかを検討するため、外国人観光客の周遊状況を分析した。

図14は、ニセコ町および倶知安町における外国人の滞在状況を示したものである。これを見ると、外国人は倶知安駅やスキー場の周辺に集中しており、ニセコ町中心部の滞在は少ないことが分かる。図15は、ニセコ町および周辺エリアにおける日本人（流動人口）の滞在状況を示したものであるが、こちらは広範囲で周遊状況がみられるため、日本人に比べて外国人は一部のエリアに滞在が集中している傾向にあることが分かる。

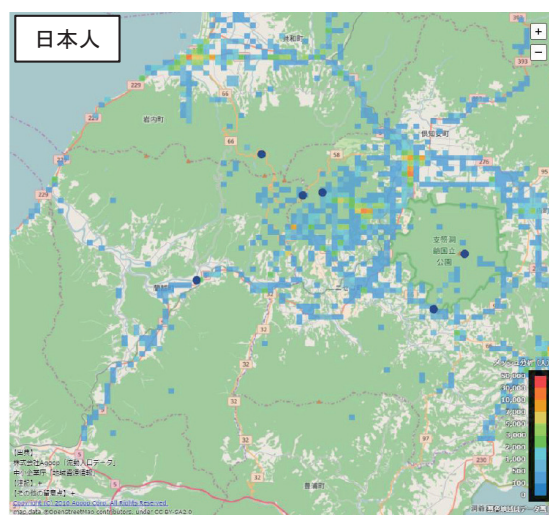
以上の分析結果の背景には、スキー場周辺とニセコ町中心部をつなぐ公共交通が脆弱で、自ら自動車を運転しない外国人富裕層等が一部のエリアにとどまらざるを得なくなっていることが考えられる。したがって、外国人観光客へ「食」を届けるには、このような背景を踏まえた検討が必要であることが分かった。

（図14）観光マップ 外国人メッシュ  
[2015年4月～2016年3月]



- 観光マップ>外国人メッシュ>地図をニセコ町付近に合わせる>「メッシュ単位を指定する」で「1kmメッシュで表示する」を選択>メッシュを読み込む  
(注)2017年2月におけるRESAS第2次リリース前のマップであり、現時点の内容とは一致しない。

（図15）まちづくりマップ 流動人口メッシュ（休日）[2015年1月]



- まちづくりマップ>流動人口メッシュ>地図をニセコ町付近に合わせる>「表示年、月、時間を指定する」で「2015年1月」を選択>「表示する内容を指定する」で「休日の動向を表示する」を選択>メッシュを読み込む

### Point!

外国人観光客はスキー場周辺に集中しており、近隣の回遊性が乏しい

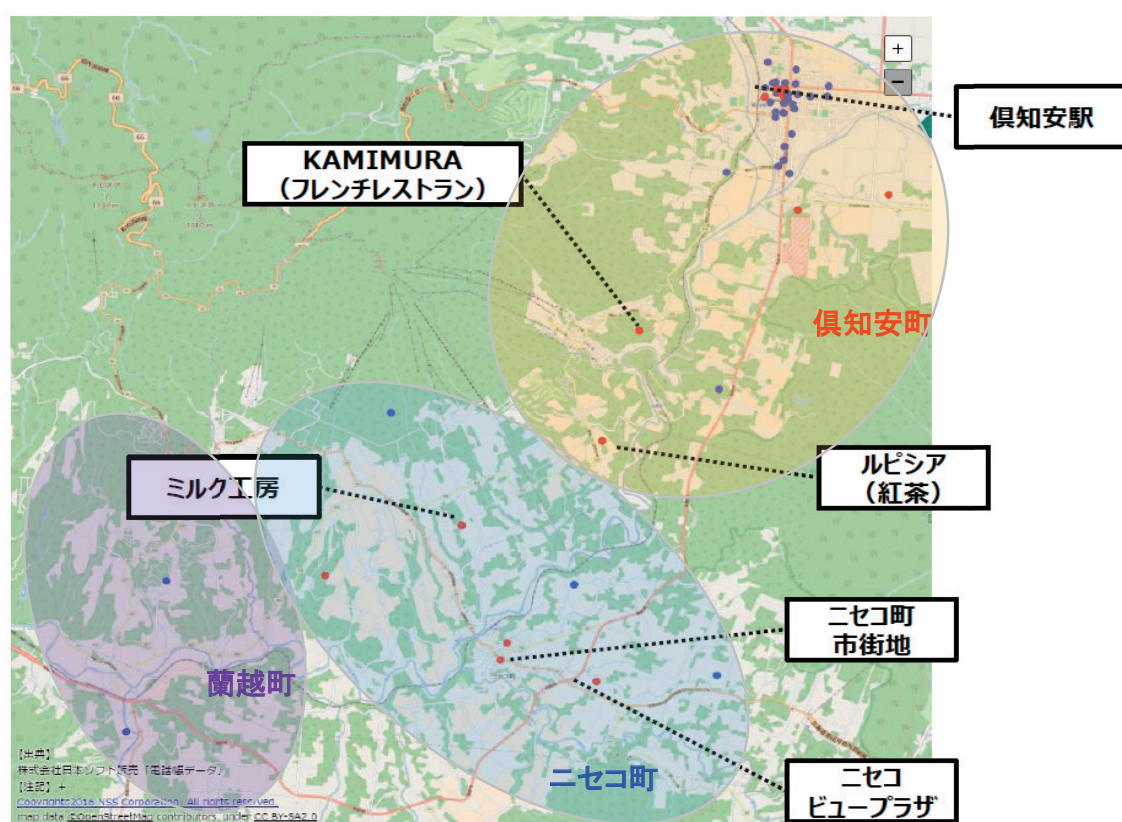
## 分析⑩ 飲食店の立地動向（まちづくりマップ）

ニセコ町全体として「食」の魅力を向上していくためには、道の駅だけでなく、町内の飲食店の役割も重要であると考え、町内および周辺エリアの飲食店の立地動向について分析した。

図16は、ニセコ町およびその周辺の飲食店の立地動向を示したものである。これをみると、倶知安駅周辺に多数の飲食店が集中しているのに対し、ニセコ町側の飲食店は広域に点在しており、件数も少ないことが分かる。

以上より、町の「食」の魅力向上には、飲食店の数を増やすとともに、点在する飲食店と観光客をつなぐための対策が必要であることが分かった。

（図16）まちづくりマップ 事業所立地動向（飲食店）[2015年]



- まちづくりマップ＞事業所立地動向＞地図をニセコ町付近に合わせる＞「表示年を指定する」で「2015年」を選択＞「表示産業を指定する」の大分類で「宿泊業、飲食サービス業」、中分類で「飲食店」を選択

### Point!

倶知安駅周辺と比べ、ニセコ町側の飲食店は広域に点在しており数も少ない

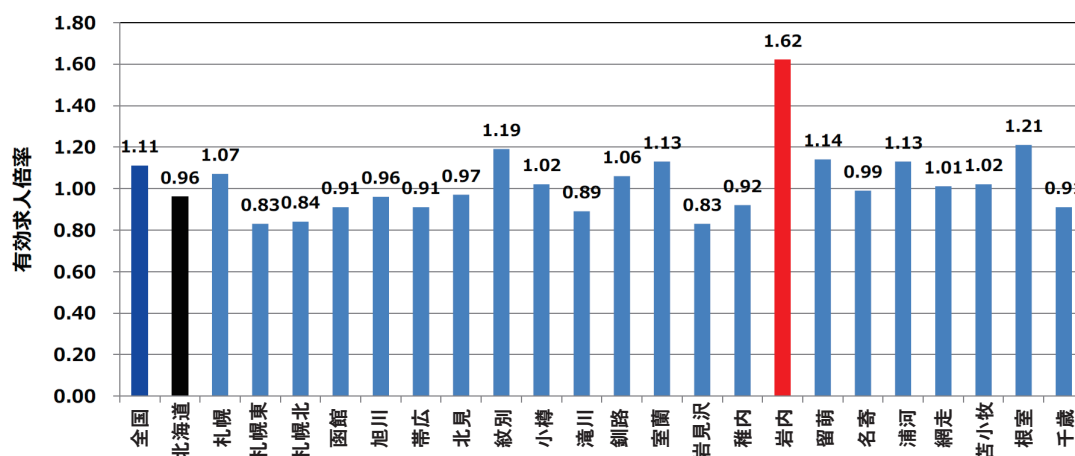
## 分析① 働き手の確保状況（独自分析）

ニセコ町内での観光消費の増加を「食」の魅力により実現するためには、その担い手となる人材の確保が必要不可欠である。そこで、働き手の現状について分析した。

図17は、ハローワーク岩内<sup>※6</sup>の有効求人倍率を道内の他地域と比較したものである。これを見ると、道内で突出して高く、全国・北海道の平均も上回っている。また、図18は、ハローワーク岩内の有効求人数、有効求職者数および有効求人倍率を職業別に示したものである。これを見ると、有効求人数および有効求人倍率は、飲食や接客等の観光に深くかかわる「サービスの職業」が突出して高くなっている。

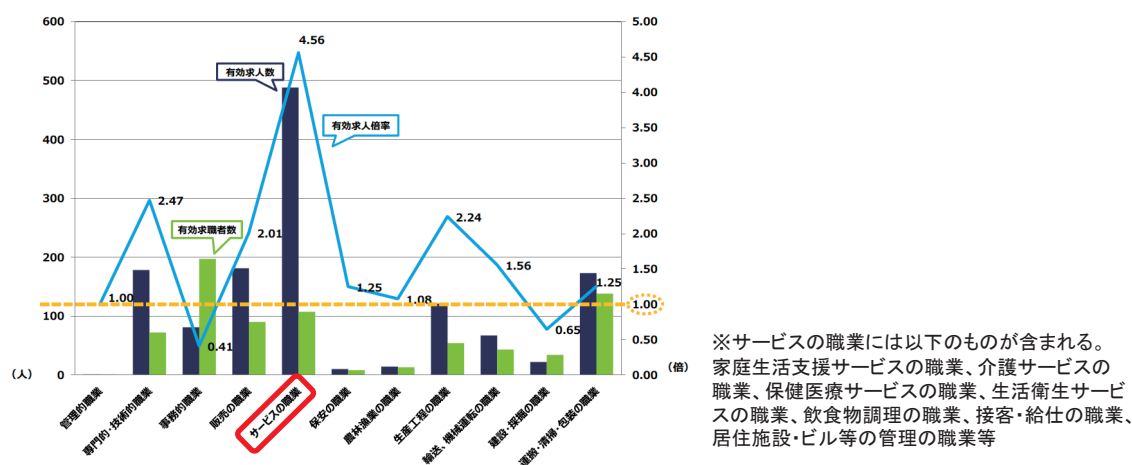
以上より、ニセコエリアの近年の観光の発展により現状でも人手不足が深刻であることが推察され、今後施策を実現するには、働き手の確保が最重要課題であることが分かった。

（図17）有効求人倍率の地域間比較 [2015年度]



●厚生労働省北海道労働局「安定所別月間有効求人倍率（常用）の推移（一般＋パートタイム）」を基にニセコ町作成

（図18）ハローワーク岩内の職業別有効求人数、有効求職者数および有効求人倍率 [2015年1月]



※サービスの職業には以下のものが含まれる。  
家庭生活支援サービスの職業、介護サービスの職業、保健医療サービスの職業、生活衛生サービスの職業、飲食物調理の職業、接客・給仕の職業、居住施設・ビル等の管理の職業等

●「ハローワーク岩内データ」を基にニセコ町作成

**Point!**

人手不足が深刻であり、施策の実現にはあわせて人材の確保策が必須である

6: ニセコ観光圏に属するニセコ町、倶知安町、蘭越町を含む14町村を管轄している。



## 得られた示唆と課題解決のための施策案

ニセコ町の農業の強みは農産物の多種多様な品揃えにあることが分かった。また、「道の駅ニセコビュープラザ」に設置されている直売所が町内の農産物販売において重要な役割を果たしていること、道の駅は町内のみならず町外からも関心が高いスポットであることを踏まえ、道の駅を「食」の魅力発信拠点とすることを考えた。一方、ニセコ町に限らず道内の道の駅は冬季の集客が少ない傾向にあり、冬季の観光はスキー場や温泉が中心となっている。したがって、特に冬季は、道の駅へ来訪せずとも「食」の魅力を観光客に届ける方策の必要性が示唆された。

次に、「食」を届けるターゲットを「倶知安町に宿泊する外国人観光客」に定めたが、スキー場周辺とニセコ町中心部をつなぐ公共交通が脆弱なため、外国人観光客はエリア内の周遊がみられず、一定の場所にとどまる傾向が強い。また、町の飲食店は広範囲に点在しており、数も少ない。したがって、点在する飲食店と外国人を中心とした観光客をつなぐための施策が必要であると認識した。

これらを踏まえ、町では以下の3つの方針のもと、施策検討を進めている。

- ①道の駅から冬季の「食」（料理）を観光客へ届ける。
- ②飲食店を増やし、食材と観光客を飲食店に集める。
- ③公共交通を最適化して、観光客が町内を周遊しやすくする。

このうち、③については、2016年12月に認定を受けた地域再生計画<sup>\*7</sup>「ローカルスマート交通構築事業<sup>\*8</sup>」に基づき、すでに具体的な取組に着手している。また、このほかにも、農家や飲食店等による検討・実践が進んでおり、今後も地域の主体性を活かして、これらの取組を加速させていきたいと考えている。

一方、これらの施策を実現するためには、働き手の確保が最重要課題となる。地域住民と行政との連携に加え、地域おこし協力隊<sup>\*9</sup>等の外部人材も積極的に活用し、人手不足に対応していきたいと考えている。

7: 地域経済の活性化や地域における雇用機会の創出、その他の地域の活力の再生を総合的かつ効果的に推進するために地方自治体が地域再生法に基づいて策定する計画。地域再生計画を作成し、内閣総理大臣の認定を受けることで、当該地域再生計画に記載した事業の実施にあたり、財政、金融等の支援措置を活用することが可能となる。

8: ニセコ町ではホテル等の宿泊先と、スキー場、飲食店、JR駅等を広域的につなぐ公共交通が脆弱であり、観光客に加え町民生活にも影響を及ぼしているため、町民や観光客のニーズに沿った町内交通手段の最適化の取組を進めている。

9: 自治体が都市住民を受け入れ、地域おこし協力隊員として委嘱し、一定期間以上、農林漁業の応援、水源保全・監視活動、住民の生活支援等の各種の地域協力活動に従事してもらいながら、当該地域への定住・定着を図る取組。（総務省「地域おこし協力隊推進要綱」）

## 利活用の現場から ―ニセコ町 企画環境課―

多くの観光客が訪れ、人口も増加を続けているニセコ町。その中で浮かび上がる町の課題や地方創生へ向けた考え方について、担当部署にお話を伺った。

### ニセコ町は観光で稼げているのか

ニセコ町は全国でも有数の国際観光リゾートであり、外国人を中心とした観光客が多く、ホテル建設等の観光投資も活発に行われています。また、ニセコ町への移住者も多く、人口は増加しています。このような面だけをみると、町はとても上手くいっていて、地方創生の先進地のようになってしまうかもしれません。しかし、地元では、これらの状況が地元の稼ぎに十分つながっていないのではないかとその直感があったのです。そこで、町では「本当に観光で稼げているのか」という問いかけから、地方創生の議論を始めることとしたのです。



■ RESAS を活用した「まちづくり町民講座」

### 最大の地域資源は“ニセコ町民”

ニセコ町の大きな特徴は「住民自治のまち」であることです。ニセコ町のまちづくりは、町民一人ひとりが自ら考え、行動することによる「自治」が基本です。役場職員が町民に地域課題や政策を解説する「まちづくり町民講座」等、多様な方法で、情報共有と住民参加を実践してきました。まさに、町の最大の地域資源は、自ら考え、行動してきた「ニセコ町民自身」であるといえるのです。2000年には、これまでの様々な取組や実践を法令で裏打ちするため、「ニセコ町まちづ

くり基本条例」を、自治基本条例として全国で初めて制定しました。

このような町民主体のまちづくりは、ときに町全体としての地域課題から大きく外れた方向が生じることもあります。そんなとき、RESASは威力を発揮します。なぜなら、RESASは町の現状や地域課題を客観的に「見える化」してくれるため、これをきっかけに「町民主体のまちづくり」の議論をさらに活発にできるからです。住民自治活動と行政が連携しながら、より戦略的に地域課題に対応することで、「住民みんながまちを考え、活動する」地域社会の持続可能性が高まることが期待できます。

### 「住民自治×外部人材」で化学反応を

ニセコ町では今、労働力不足が深刻です。国内だけでなく海外からも労働者を確保しているのが現状です。今回立案した施策も、その担い手がいなければ、絵に描いた餅で終わってしまいます。

これを解決する方法の一つは、やはり「住民自治」の実践だと考えています。「まちづくりは行政が行うもの」という固定観念から脱却し、地域の関係者それぞれが主体的にまちづくりに取り組んでいくニセコ町らしいアプローチで、解決策を模索していきたいと思います。

そしてもう一つは、外部人材の活用です。町のまちづくりの考え方に共感して、自らの主体性を活かし、地域との創造的摩擦を乗り越えながら、地域課題を発見・解決できるしなやかさを持った外部人材を、戦略的に導入するよう努めています。町民と外部人材の化学反応によりダイナミックな解決策が生まれることに期待を持っています。そもそも、地域おこし協力隊のような外部人材を導入できる制度の活用にあたっては、人材の「量」ではなく「質」に着目した、地方創生の観点からの戦略性が、ニセコ町に限らず、ますます必要になってくるのではないのでしょうか。



■観光客でにぎわう道の駅の直売所

