

観光振興計画・観光地マスタープラン検討会（第4回：全体骨子たたき台に基づく議論）

- 第4回検討会では、倶知安町を国際的な観光リゾート地として中長期的に振興していくために、目指すべき将来像を示すとともに、それを実現するために必要な方策を「国際競争力を持つリゾートの要件」として整理されている5つの要件に照らして整理した、観光地マスタープランの全体骨子たたき台に基づいて検討を行った。

■ 第4回検討会

○日時：令和元年9月27日（金） 14時～17時

○場所：KUMO RESTAURANT〈SKYE Niseko 1F〉

○参画者：観光関連団体、観光関連事業者



■ 議題

◎リノベーションパートについて

- ・『空間デザイン』『観光客が集うシンボルゲート』『質の高い開発誘導』といった、主にハード面の議論
- ・上記リゾートのハード構成から紐づく必要機能・サービス集積の議論

リノベーションパートについては、第3回検討会までの議論において示された課題やリゾートとして望まれる機能から、（財源や用地の問題などは一旦度外視した）ある程度の理想論としてのたたき台を示して検討を行っている

◎マネジメントパートについて

- ・リゾートで必要とされる機能面の持続性を確保する仕組みづくりの議論
- ・観光を軸とした持続的な地域発展の仕組み構築の議論
- ・観光分野へのデジタル技術の適用により、観光客がリゾートにおいて快適に過ごすとともに、リゾート地側もエリア全体での効果的なマーケティングを行うための議論
- ・観光の持続性確保において近年注目されている、「住民の観光産業に対する理解促進」や「住民QOLの向上」に関する議論

「住民QOLの向上」→「地域ブランドの向上」→「エリア価値向上」→「住民QOLの向上」といった好循環の形成へ

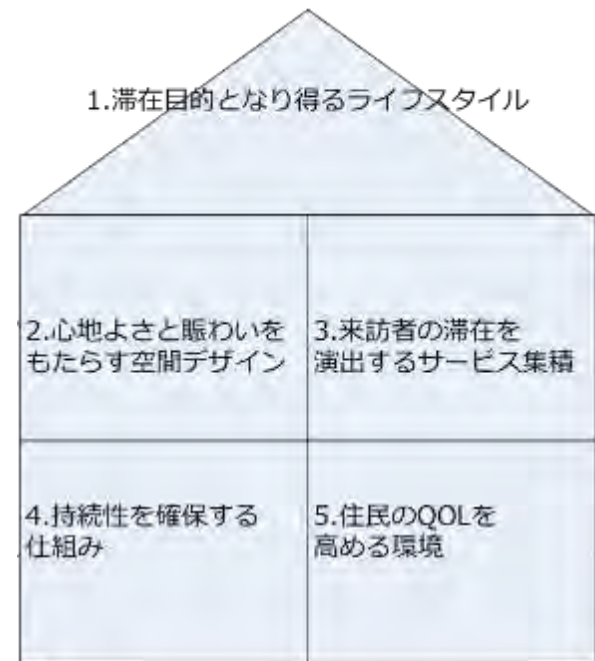
※全体的たたき台として示した資料ボリュームが大きいため、第5回検討会においても継続的に議論を予定

観光地マスタープランたたき台のうち概念関係部分について

- 全体骨子のたたき台として示した資料のうち、概念的な部分について一部抜粋して示す。（資料内容は全てたたき台であり、今後の検討により大きく変わる可能性が大きい）
- 倶知安町は、国内有数の国際的な観光リゾート地域となってきたが、その足元は、観光リゾート振興をリードしてきたコンドミニアム投資は大型化し、対象地域も広がることでリゾートエリアの量的拡大、スプロール化が進行しつつあり、関連サービスの集積はアンバランスな状態にあるなど必ずしも強固なものとはなっていない。
- また、冬季とその他の季節では集客力に大きな差が存在し、通年での雇用が難しくサービスクオリティの低下等の課題も生じており、通年型リゾートの達成には程遠い状態にある。
- 本マスタープランは、本地域を中長期的に振興していくために、目指すべき将来像を示すとともに、それを実現するために必要な方策を「国際競争力を持つリゾートの要件」として整理されている5つの要件に照らして、整理したものである。

< 5つの要件 >

1. 滞在目的となり得るライフスタイル
2. 心地よさと賑わいをもたらす空間デザイン
3. 来訪者の滞在を演出するサービス集積
4. 持続性を確保する仕組み
5. 住民のQOLを高める環境



取り組むべき課題

- 現状を踏まえて取り組むべき課題について、要件ごとの整理

要件1

滞在目的となり得るライフスタイル

要件2
心地よさと賑わいをもたらす空間デザイン

要件3
来訪者の滞在を演出するサービス集積

要件4
持続性を確保する仕組み

要件5
住民QOLを高める環境

拠点となるエリアの欠如

開発のスプロール化

交通障害の発生

アンバランスなサービス集積

長期滞在向けサービスの不足

関連産業の不足

マネジメント機能の不足

必要なデータの欠如

季節性の悪化

住宅価格の上昇

住民理解の不足

人材不足（量・質）

滞在目的となり得るライフスタイルとは

- 5つの要件の中で、もっとも基本であり要となるのは「滞在目的となり得るライフスタイル」である。
- 滞在目的となり得るライフスタイルは、地域での「経験」となり、それはそのまま観光地ブランドの核となる。
- 以下の要素を踏まえた滞在目的となるライフスタイル案：

「アジアにおけるオールシーズン・アウトドアライフスタイルの中心」

- スキー場が現在の集客核となっていること。
- スキーに限らず羊蹄山をアイコンに住民においても自然を楽しむ、自然の中で遊ぶという志向がみられること。
- 所得アッパー層においては環境や自身の健康への注目が高まっていること。



今後 ニセコエリアの写真に差し替え予定



ニセコひらふエリアでは個々の建物、ファニチャー、街路には良い空間、デザインがある。



しかし、
ニセコひらふエリア全体として共通する（認識される）
イメージが弱い
シンボルとなる（デザインとして参照される）場
が不足している。



**最も人が集まる場所を
「シンボルとなる空間」へ**

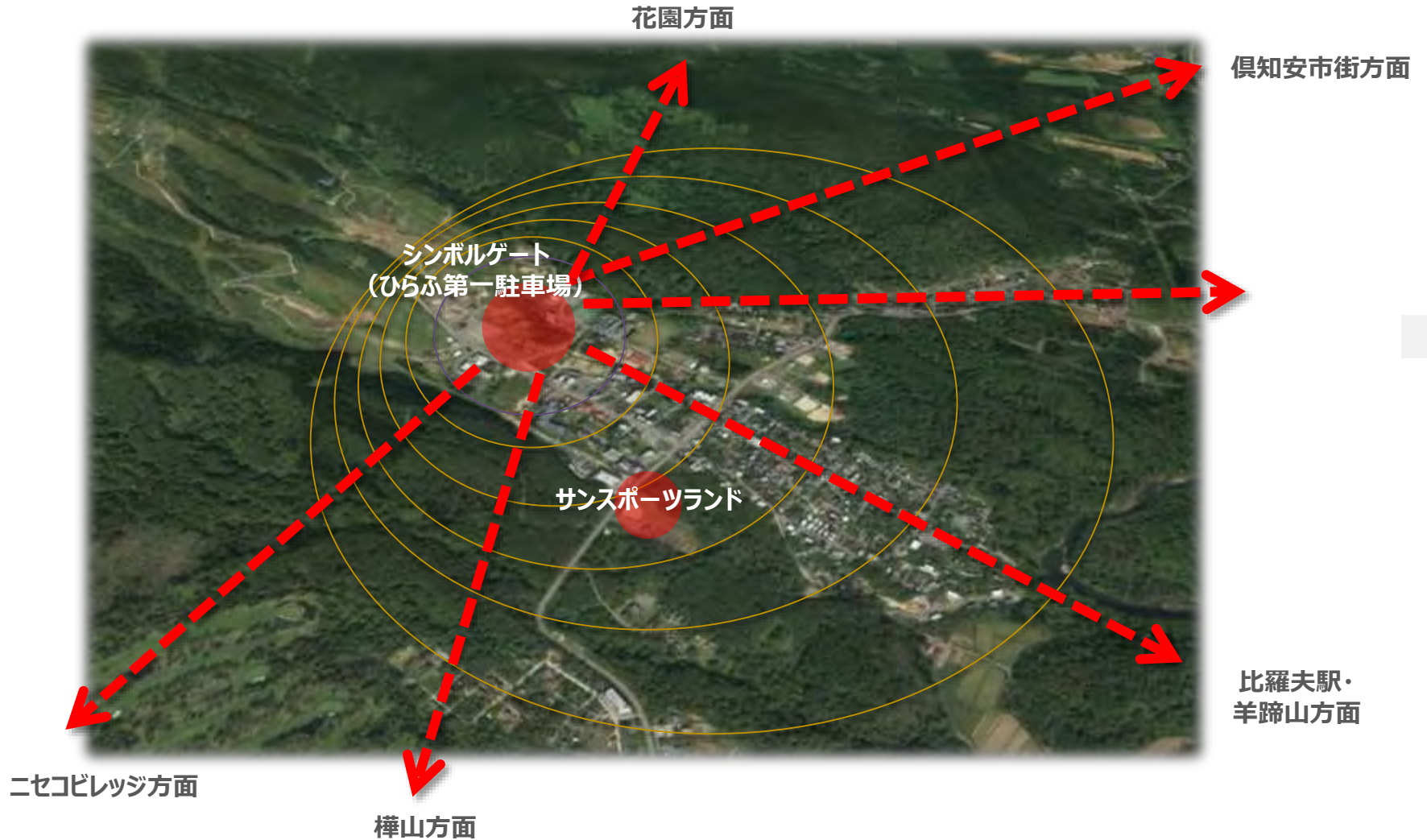
来訪者の滞在を演出するサービス集積とは

- スキー・スノーボードや、コンドミニアム等の宿泊施設で過ごす時間は、一部でしかなく、リゾートにおける経験価値を向上させるためには、スキー場やコンドミニアム以外のサービスも同時に整備していく必要がある。
- さらに、IoT、ビッグデータ、AIといった新しいデジタル・パラダイムとリゾートが掛け合わされたスマートリゾートが実現されることで、既存の課題の解決と、新たな経験価値が生まれ出されることが期待される。

スキーシーズンにおける来訪者（ファミリー層）の過ごし方（例）

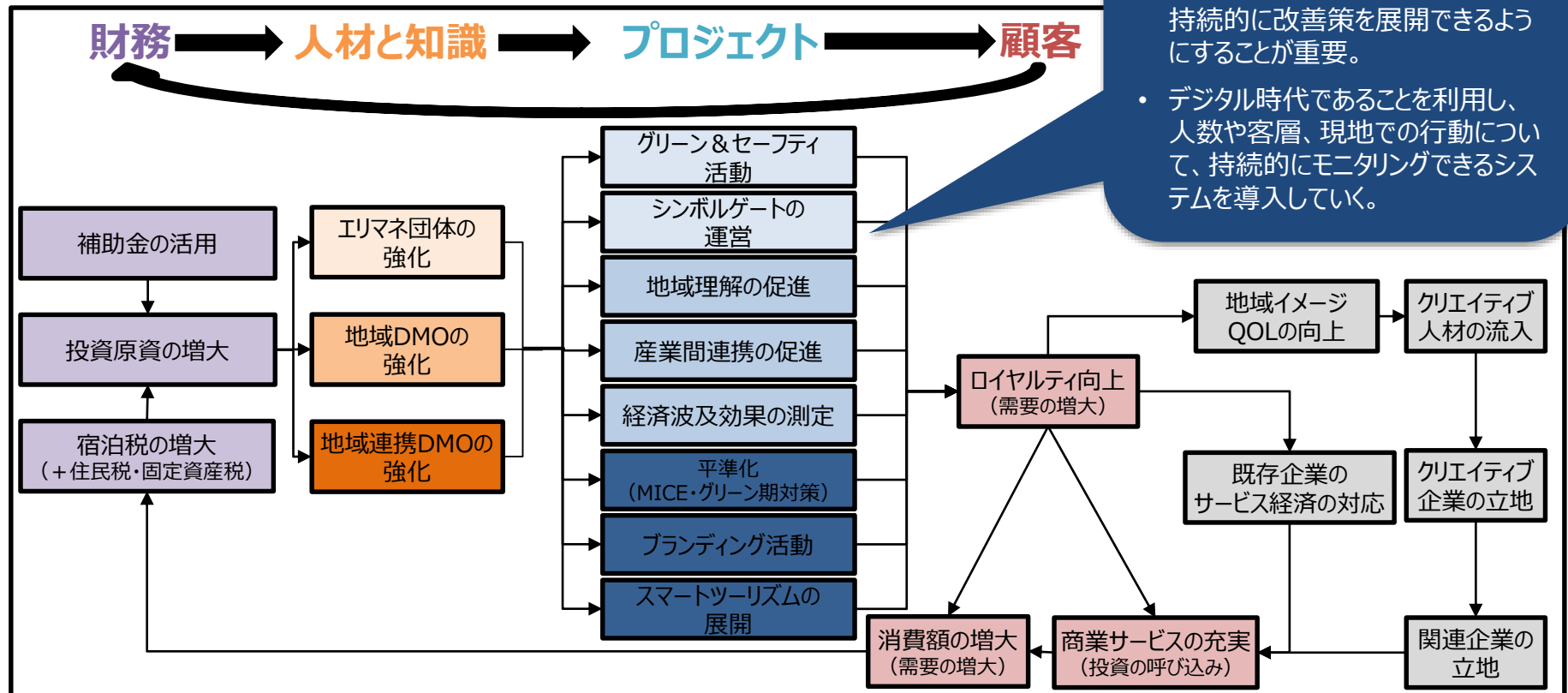
一日の過ごし方 （例）	7:00~	10:00~	13:00~	16:00~	19:00~	22:00~	25:00~				
子供	ランニング・ウォーキング	バス スキー場へ 移動	スキー・スノーボード その他アクティビティ（スケート等）		文化 施設 スパ など	広場 で 集 合	ダイナー（外食・自炊）	コンドミニアム・ホテル			
若者								ナイトライフ （シアター・ バー）	コンドミニアム ホテル		
親世代			仕事 （テレワーク）	バス スキー場へ 移動						スキー・ スノーボード	仕事 （テレワーク） 買い物
シニア			エリアの散策・散歩							文化施設 スパなど	

ひらふ第一駐車場、サンスポーツランドに新たな機能を複合的に導入していくことで、エリアの価値全体を高め、周辺地域への良い波及効果を生むことをめざす。



持続性を確保する仕組みとは

- 2019年11月から導入予定の宿泊税を原資に、DMOやエリアマネジメント団体といった観光関連団体の強化を行い、民間からの投資や人材の流入につなげていき、観光を軸とした持続的な地域発展の仕組みを構築する。
- これらの仕組みについて、各要素を代表性をもって代替出来、かつ、定期的に計測できるような事項を見つけ、KPIを設定する。



- ・ プロジェクトの改善が、顧客の増大（ロイヤルティ向上、消費額増大）へとつながっているかモニターし、持続的に改善策を展開できるようにすることが重要。
- ・ デジタル時代であることを利用し、人数や客層、現地での行動について、持続的にモニタリングできるシステムを導入していく。

スマートリゾート

① 将来像

- タビマエ・タビアトは、OTAの発展によりオンライン化が進んでいるが、タビナカのオンライン化は進んでいない。そのため、観光客は地域に到着した途端に、非常にアナログな環境に身をさらすことになる。
- さらに、そうした状況により、事業者もリアルタイムに観光客へ情報を発信することも、フィードバックを受けることも難しくなっている。
- スマートリゾートは、このような状況を打破し、来訪者のシームレスな体験と、事業者と来訪者間のリアルタイムのやり取りを実現し、結果としてエリアの価値を向上させることを目的とする。

	現状	将来像
観光客	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域で何ができるのか、情報が一元化されていないため分からない。 ・ 予約がネットで完結せず、現地での手続きが必要。 ・ 地域内での移動がローカルバスしかなく、スムーズに移動できない。 ・ 受け取る広告が、一般向け過ぎて、自分の趣味とは合わない。 ・ 現金のみの店や施設がまだある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ワンストップで、体験可能なものが全て分かる。 ・ ネットで予約が完結し、現地では体験するだけ。 ・ スムーズにエリア内を移動することが出来る。 ・ 自分の趣味に合った体験がお薦めされるようになる。 ・ ほとんどの店・施設のキャッシュレス化。
事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当日まで、予約が埋まるか分からない。 ・ ターゲットとなる人が使っているメディアが分からず、意識的に訴求できない。 ・ 自分の情報をどこにどのような形で出せばよいか分からない。 ・ どの体験が満足度が高い・低いか分からない。 ・ 体験した後、口コミに繋がっているか分からない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 検索状況などから、大まかな需要の予測が可能となる。 ・ 自分のコンテンツへのアクセスがどのメディアから来ているのかわかる。 ・ データに基づいて情報発信先の提案を受ける。 ・ 自分の体験に紐付いたネット上の口コミを自動で追うことが出来る。

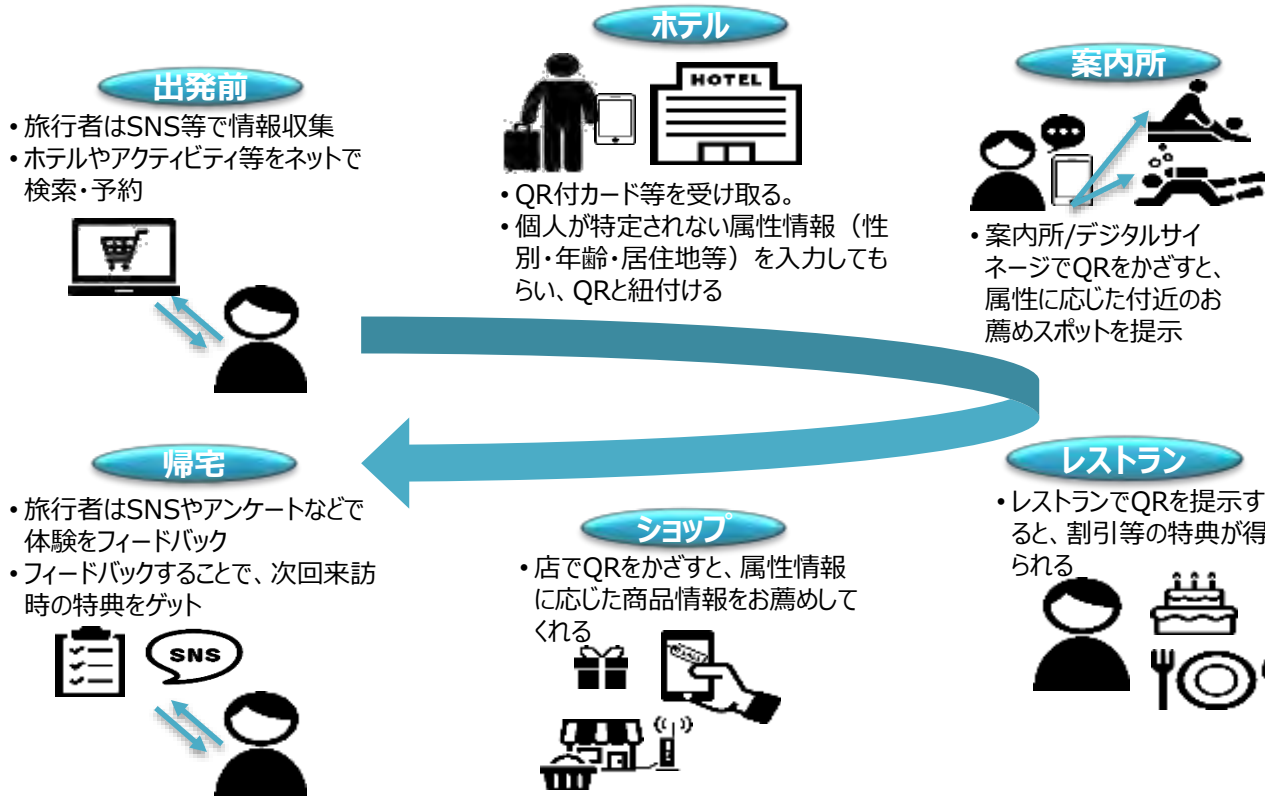
スマートリゾート

③ 来訪者からのデータ取得 a 宿泊客

- 宿泊客は、一定数の場所でQRコードを読み込むことで、エリア内での特典を得ることが出来る。
例：眺望の良いレストラン座席の予約権やリフトの早朝営業への参加権を抽選でプレゼント
- また、アプリ上のQRコードには、より詳細な顧客情報が紐付けられているため、その情報にあわせた特典を事業者が提示することが出来る。

宿泊客に地域での滞在を演出すると共に、ストレスのない顧客体験を実現

観光客のQRコード提示イメージ



QRシステムを通じての情報取得

1. 宿泊客数
 - どの宿泊施設に何人泊まっているかを把握
2. 宿泊客の動態データ
 - エリア内の飲食店や観光スポットにQR読み取り機を設置し、宿泊客のQRコードを読み取らせる

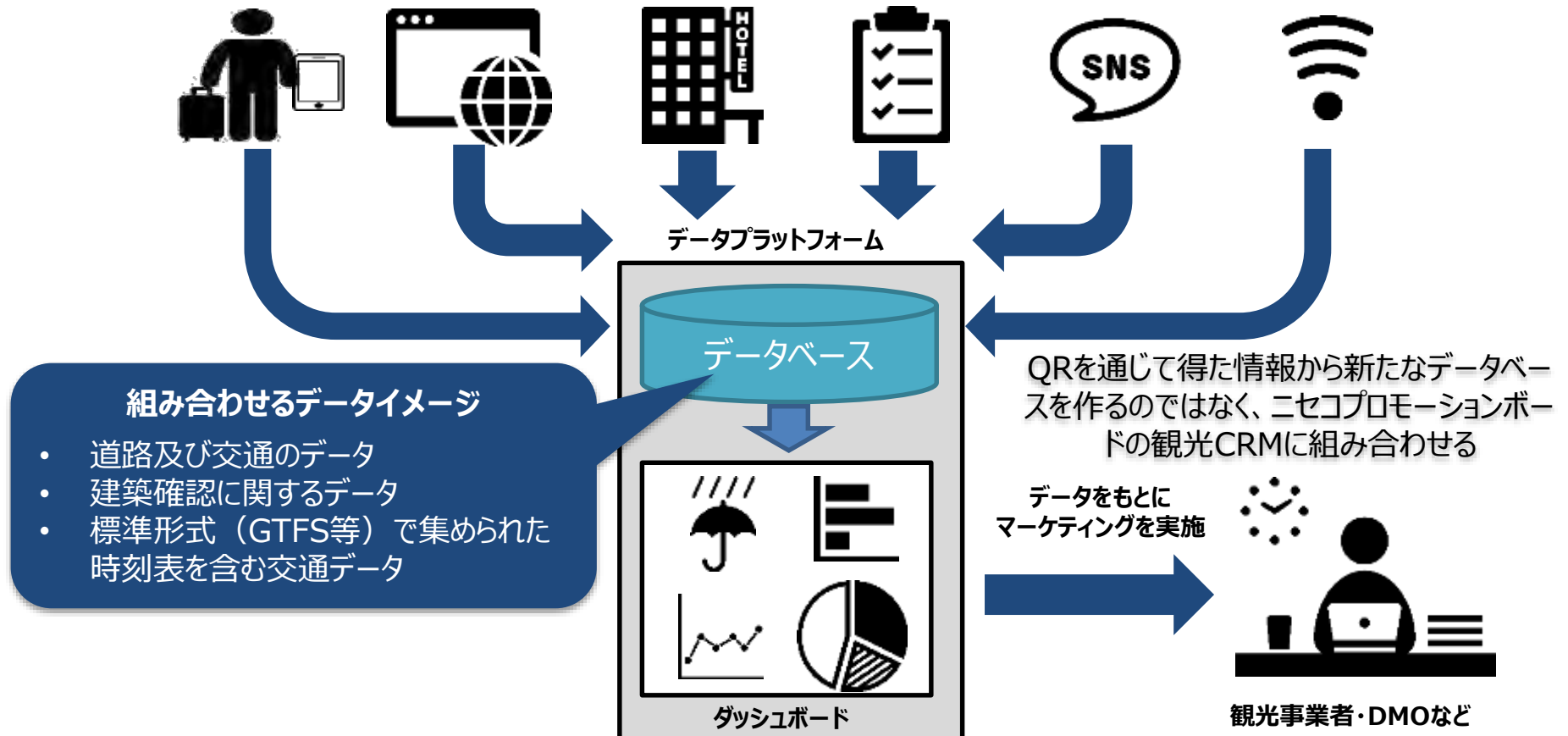
従来型の紙アンケート調査から、アプリでの情報取得へ将来的に移行
→統一のアンケートではなく、必要に応じて調査項目を変更

1. 消費額
 - アプリを通じたアンケート依頼
 - 決済機能付アプリの利用履歴
2. 満足度
 - アプリを通じたアンケート依頼

スマートリゾート

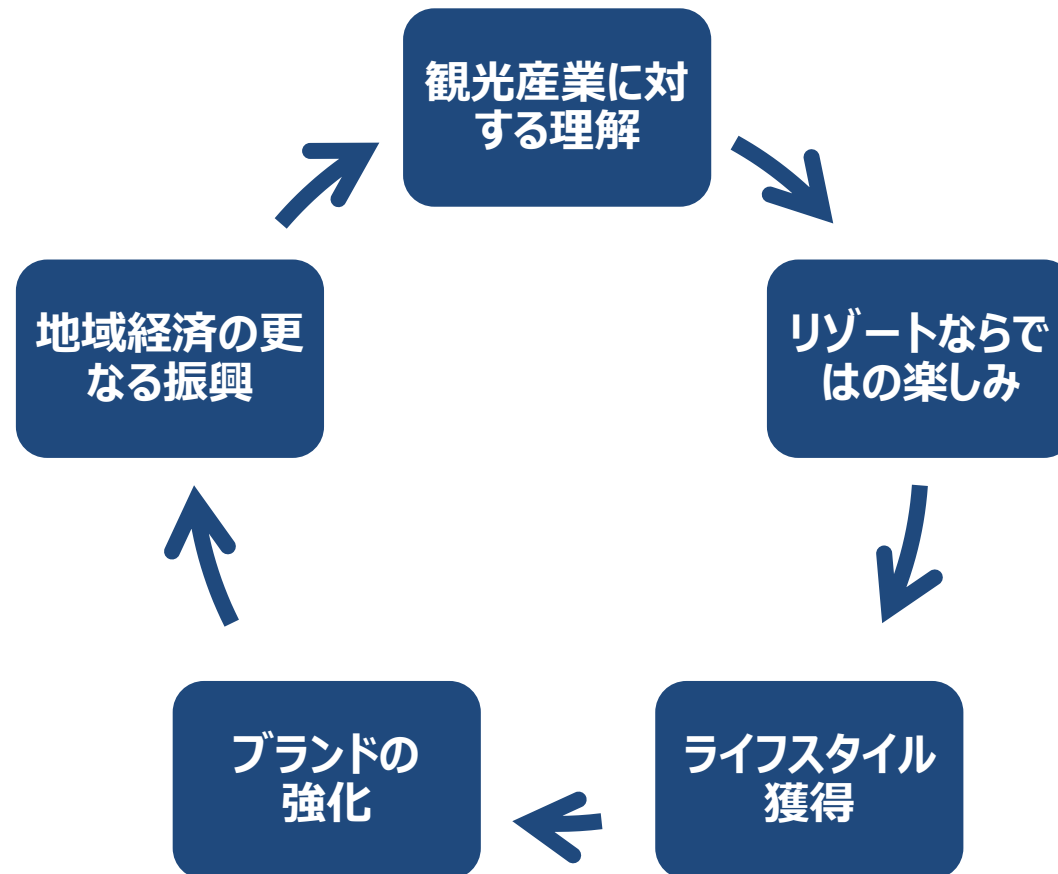
⑤ データプラットフォーム

- 観光客から回収したデータは、他の観光に関連する情報と合わせて、1つのデータベースに蓄積する。ばらばらに集められた顧客データは、統合或いは必要に応じて連携するような仕組みを構築する。
例：リフト券番号を入力してもらうことで、各種データを紐付ける
- データプラットフォームの中から、直感的にリアルタイムの観光地状況が把握できるようなダッシュボードを作成し、データに基づく観光政策をスムーズに実現できるようにする。



住民QOLを高める環境とは

- 住民が観光経済が地域に与える経済効果を理解し、リゾートならではのアクティビティ等を体験することによる、住民QOLの向上を目指す。
- 住民QOLの向上は、地域ブランドの向上につながり、結果的に倶知安町のエリア価値向上につながる。
- そのエリア価値向上がさらに住民QOL向上につながっていく。



第4回検討会概要・議論要旨

■参加者一覧

○検討会メンバー

- ・山田洋 North Design 株式会社（はんこ広場倶知安店）
- ・田中義人 ニセコリゾートサービス
- ・岩佐信 SUPER OKUSAN（Chalet IVY）
- ・大久保実 Japan Premium International
- ・釜江良尚 東急リゾートサービス
- ・阪井啓司 つばらつばら
- ・天沼清貴 （一社）倶知安観光協会〈地域DMO候補法人〉
- ・ラミズ麻衣 （一社）倶知安観光協会〈地域DMO候補法人〉
- ・渡辺淳子 グラウビュンデン
- ・大加田正信 （一社）ニセコひらふエリアマネジメント

○事務局

- ・福家朋裕 倶知安町観光課 観光課長
- ・沼田尚也 倶知安町観光課 観光係長
- ・田中康太 倶知安町観光課 観光係主事
- ・星加明仁 倶知安町まちづくり新幹線課 まちづくり係長
- ・山田雄一 公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 部長
- ・守屋邦彦 公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員
- ・池知貴大 公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 研究員
- ・高鍋剛 株式会社都市環境研究所 取締役/主任研究員
- ・大井菜摘 株式会社都市環境研究所 研究員

第4回検討会概要・議論要旨

■ 主な意見（リノベーションパート）

- ・ひらふスキー場第1駐車場については、リゾートのシンボルとしての機能と、交通集中を解決するための機能をバランス良く考えていく必要があるのではないか。交通課題については、ひらふ第一駐車場の再整備を検討する有識者会議においても議論を重ねている。
- ・一定以上の規模の開発には、条例による強制力を持たせるといった形で、何らかのコントロールをかけていくことが必要ではないか。
- ・景観レビューを行う場合は必須にするか任意とするかのさじ加減が課題。平場で関係者同士で色々な問題を指摘しあえる場になることが良い形ではないか。
- ・エリアとして環境問題に対して取組をしていることを打ち出すのは非常にいいのではないか。
- ・夏のコンテンツを、ニセコのブランドに紐付けながら見せていくことが必要ではないか。コンテンツとあわせて、『ワーケーション』のように補完的な取組も重要ではないか。
- ・山の上にスパを作るという尖ったアイデアもある。
- ・今後開発されるひらふエリアでのベッド数の上限を議論の前提として出すべきではないか。

■ 主な意見（マネジメントパート）

- ・エリマネ団体、観光協会、NPBの役割分担、観光課との連携等の、各種団体の役割整理が必要ではないか。
- ・スマートリゾートについては、既に少しずつ始まっている取組と整合性を取ってプランに落とし込んでいく必要がある。
- ・エリア全体で観光客のデータを取得することの重要性が事業者になかなか伝わらずハードルが高い。バラバラに存在するサービスチケットの一元化が望まれる。
- ・観光客データ収集手段のうち、ハードルが一番低いQRコードによるデータ収集は、将来的なアプリ化やリフトチケット同期までの移行期におけるデータ回収手段としては適しているのではないか。
- ・住民のQOL向上施策や専門職大学施策については、倶知安町が持っている町有財産をいかに活用していくかが重要となるのではないか。
- ・海外リゾートを知る投資家によると、教育や地域の文化的成熟がエリアの衰退に関係しているとの意見もある。倶知安も分岐点にいると思われ、リゾートがある地域の住民QOL上昇施策は重要。