

# ニセコ町観光ニーズ調査報告書

## 「ここがダメだよ！ニセコの観光」

～ニセコ町観光の「自然」「食事・飲食店」「おみやげ品」「宿泊施設」「アクティビティ(体験)」の不満足調査～

### (調査概要)

- 調査方法: 「道の駅ニセコビュープラザ」と「高橋牧場ニセコミルク工房」において、ニセコ町の「自然」「食事・飲食店」「おみやげ品」「宿泊施設」「アクティビティ(体験)」という5分野の観光客の不満足について、現地での調査員による対面調査とインターネットを使用した非対面調査により実施。
- 実施体制: 調査員3名体制、事務局
- 実施方法: 対面調査は、回答に対するお礼として飲むヨーグルトを手渡しで差し上げた。非対面調査は、抽選で10名にニセコ野菜詰め合わせを送付した。
- サンプル数:

9/28(水)9:00-15:00	道の駅ニセコビュープラザ	サンプル	103件	
10/2(日)10:00-16:00	道の駅ニセコビュープラザ	サンプル	85件	
10/7(金)9:00-15:00	高橋牧場ニセコミルク工房	サンプル	65件	
10/8(土)10:00-16:00	高橋牧場ニセコミルク工房	サンプル	57件	
インターネット		サンプル	35件	サンプル合計345件

令和4年度 商工会等振興調査事業

ニセコ町商工会

## 目次

▪ ジェネレーションの分類	
▪ はじめに	
▪ 年代	1 P
▪ 性別	1 P
▪ 居住地	2 P
▪ 居住エリア	2 P
▪ ニセコ町への訪問回数	3 P
▪ ニセコ町に訪れた目的	4 P
▪ 旅行前の情報収集源	5 P
▪ 世代別の利用状況	6 P
▪ 「その他Webサイトやブログ」	6 P
▪ 「家族・知人」	6 P
▪ 「SNS」	7 P
▪ 「雑誌・ガイドブック」	7 P
▪ 「ニセコ町や観光協会のWebサイト」	8 P
▪ 「テレビ・ラジオ」	8 P
▪ 「YouTube」	9 P
▪ 情報源の上位ベスト3で利用されているツール	10 P
▪ 世代別の利用状況	11 P
▪ 「Instagram」	11 P
▪ 「YouTube」	11 P
▪ 「Twitter」	12 P
▪ 「Facebook」	12 P
▪ 「るるぶ」	13 P
▪ 「じゃらん」	13 P
▪ 「poroco」	14 P
▪ 「Googleサイト」	15 P
▪ 「食ベログ」	15 P
▪ 「自然」の不満度	16 P
▪ 「食事・飲食店」の不満度	16 P
▪ 「おみやげ品」の不満度	17 P
▪ 「宿泊施設」の不満度	17 P
▪ 「アクティビティ」の不満度	18 P
▪ 5分野それぞれの「不満なし」レーダーチャート	19 P
▪ 5分野それぞれの「不満あり」レーダーチャート	20 P
▪ 5分野それぞれの総合的な満足度レーダーチャート	21 P
▪ 「自然」の具体的な不満	23 P
▪ 「食事・飲食店」の具体的な不満	27 P
▪ 「おみやげ品」の具体的な不満	35 P
▪ 「宿泊施設」の具体的な不満	42 P
▪ 「アクティビティ」の具体的な不満	47 P
▪ 情報提供の面での不満	50 P
▪ ニセコ以外の観光の候補地	54 P
▪ 今回のニセコ町の観光で良かったこと	55 P
▪ ニセコ町再訪の意向	69 P
▪ アンケートの回答種別	69 P
▪ ニセコ町観光の不満の解消と更なる満足度の向上に向けて	70 P
▪ 全体の調査概要	71 P
▪ ニセコ町観光の「強み」	71 P
▪ ニセコ町観光の「弱み」	71 P
▪ 今後の戦略の方向性	72 P
▪ 5分野別の改善の方向性	72 P
▪ 情報収集源の検証	72 P
▪ 各分野毎の改善の方向性	74 P
▪ 改善策の検討	75 P

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

## 目次

▪ 「自然」	75 P
▪ 「食事・飲食店」	76 P
▪ 「おみやげ品」	77 P
▪ 「宿泊施設」	77 P
▪ 「アクティビティ」	78 P
▪ おわりに	79 P

### <用語>

「a世代」「Z世代」「Y世代」「X世代」「ベビーブーム世代」「サイレント世代」

同じ日本又は世界でも、生まれた時代によって人が成長する環境は大きく異なり、それがそれぞれの人格形成や趣味趣向、考え方に影響を及ぼします。具体的には、その時代の社会情勢やその時代を象徴する製品、コミュニケーションメディアやデジタル技術の習熟度などが異なる中で、その時代、その世代特有の価値観であったり行動様式が形づくられていきます。これをその年齢の範囲で分類したものが「a世代」や「Z世代」と言われるもので、アメリカで生まれた用語です。今日我が国においてこれらの世代分類は、人の思考パターンや行動パターンを理解したり、マーケティングを検討する際に役立てられています。今回は、本調査結果をより大局的な観点から俯瞰するのに役立つ目的から、一部データの集計結果の解説の中ではこれらの世代用語を用いています。

※詳細は次のページの「ジェネレーションの分類」を参照

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

<ジェネレーションの分類>

主要世代	サイレント	ベビーブーム	ジェネレーションX (X世代)	ジェネレーションY (Y世代) ミレニアル世代	ジェネレーションZ (Z世代) ポストミレニアル世代	ジェネレーションα (α世代)
出生時期	1928～45年	1946～64年	1965～80年	1981～96年	1997～2009年	2010年～
年齢	77～94歳	58～76歳	42～57歳	26～41歳	13～25歳	1～12歳
労働力人口内構成比	16%	31%	26%	19%	7%	1%
世代成長期の 主な社会情勢	世界大恐慌、第二次世界大戦、電化製品の登場	東西冷戦、月面着陸、公民権運動、ベトナム戦争、女性解放運動	オイルショック、ウォーターゲート事件、チルノブイリ原発事故、ベルリンの壁崩壊、インターネットの登場	同時多発テロ、イラク戦争、インド事件、ソーシャルメディアの登場	リーマンショック、アフリカの春、東日本大震災、AIの進化	北海道胆振東部地震、コロナパンデミック、SDGs、エシカル、サステナビリティ、IoT
時代を象徴する製品	自動車	テレビ	パソコン	スマホ/タブレット	AR/VR (拡張現実/仮想現実) EC	キャッシュレス、ドローン、自動運転車、無人店舗、Eスポーツ
コミュニケーションメディア	手紙	電話	電子メール	SNS/SMS	スマホ/SNS	ウェアラブル端末 ITデバイス
デジタル技術の習熟度	アナログ世代	デジタル移民世代	アーリーアダプター世代	デジタルネイティブ世代	デジタル依存世代	完全デジタルネイティブ世代
特徴・傾向	規律正しい核家族家庭で育った世代。家族やコミュニティ、国への忠誠心が強く、チームやグループの共同活動に献身的に取り組む。	私生活より仕事を優先することが多い。もっとも熱心な働き手世代として知られる。	ベビーブーム世代より独立心や順応性が高く、テクノロジーにも精通した世代。ワークライフバランスを重視する傾向がある。	もっとも教養が高く、人種の多様性に富んだ世代であり、活動的でテクノロジーに精通し、社会課題に敏感で社会意識が高い。	X世代と同様の特徴を持つが、完全なスマホ/SNS世代である。08年のリーマンショック後の経済不況で両親の財政的困難な状況を目の当たりにしたことで、雇用の安定性を懸念し、自ら事業を起こすことに関心が強い。	生まれた時からiPadやInstagramが存在する環境で育つため文章よりも動画や画像を好み、SNSを通して多様な人と交流しながら成長期を過ごすことから自由に役割の垣根を越えてデジタルに行動する。

**はじめに**

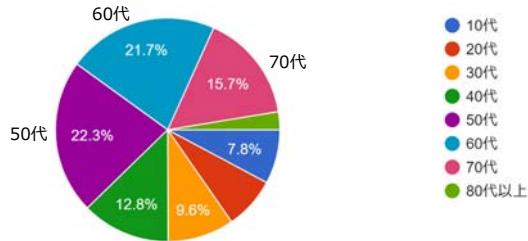
本調査結果は、以下の点を念頭に、データを俯瞰してください。

- ・ 調査場所→高橋牧場ニセコミルク工房、道の駅ニセコビュープラザ(農産物直売所併設)
- ・ 回答者 →日本人観光客、50代～70代が全体の6割、女性が6割、
- ・ 調査時期→初秋 2022年9月末～10月上旬

## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

### 50～70代が全体の約6割

年代をお選びください  
345 件の回答

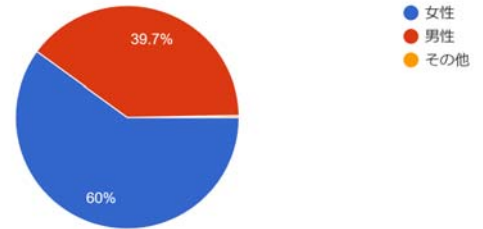


※「X世代」などのジェネレーション分類の意味は前々ページを参照

回答者の年代は、「50代」が22.3%、「60代」が21.7%、「70代」が15.7%の順に多く、これらのX世代～ベビーブーム、サイレント世代の50～70代で全体の6割を占めており、次いで「40代」が12.8%、「30代」が9.6%、「10代」が7.8%、「20代」が7.5%、「80代」が2.6%になっている。

### 女性が6割、男性が4割

性別をお選びください  
345 件の回答

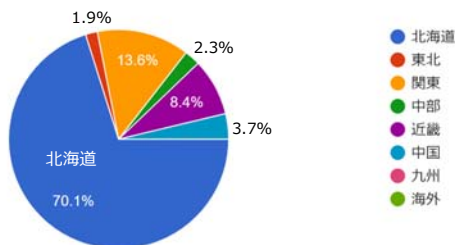


性別では、「女性」が6割、「男性」が4割になっている。

## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

### 北海道が全体の7割

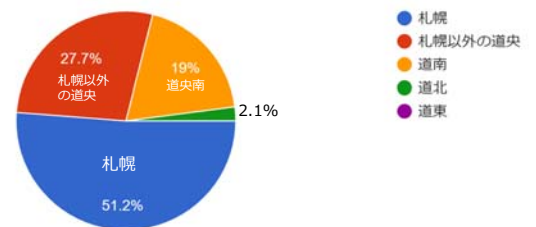
居住地  
345 件の回答



居住地別では、「北海道」が全体の7割を占め、次いで「関東」が13.6%、「近畿」が8.4%になっている。

### 札幌が全体の過半数で札幌を含めた道央圏で全体の8割

居住エリアをお選びください  
242 件の回答

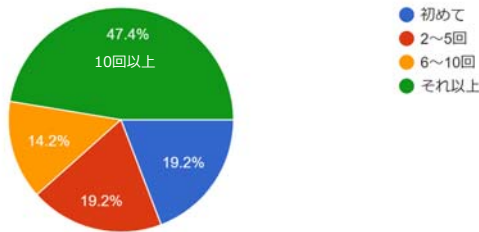


居住地が北海道の居住エリアは、「札幌」が51.2%で全体の過半数を占め、次いで「札幌以外の道央」が27.7%、「道南」が19%になっている。「道央圏」で全体の8割を占めており、「道央圏」と「道南」で97.8%になっている。

## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

### 10回以上が最も多く、全体の8割がリピーター

ニセコ町への訪問回数をお選びください  
344 件の回答



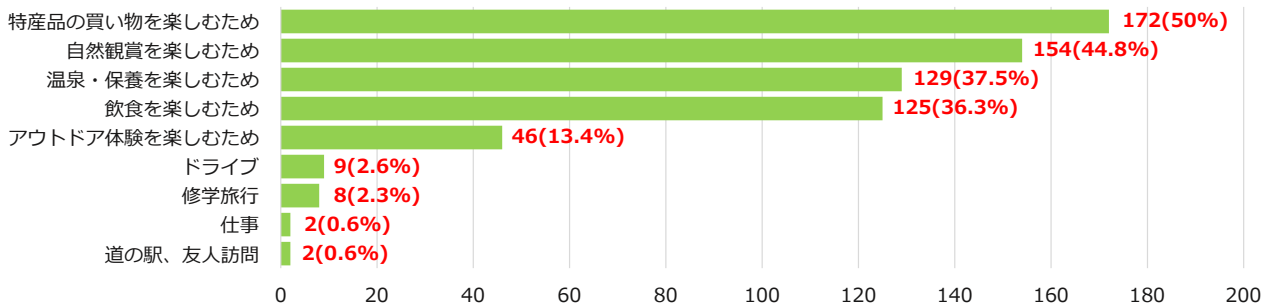
ニセコ町への訪問回数は、「**10回以上**」が**47.7%**と最も多く、次いで「初めて」が19.2%、「2~5回」が19.2%、「6~10回」が14.2%になっている。初来訪が全体の2割、**リピーターが全体の8割**、リピーターのうちヘビーユーザー(6回以上)が6割になっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

3

### ニセコ町に訪れた目的(複数選択) 344件の回答

#### 「特産品の買い物を楽しむため」が最も多い



ニセコに訪れた目的は、「**特産品の買い物を楽しむため**」が全体の**50%**で最も多く、次いで「**自然観賞を楽しむため**」が**44.8%**、「**温泉・保養を楽しむため**」が**37.5%**、「**飲食を楽しむため**」が**36.3%**、「**アウトドアを楽しむため**」が**13.4%**になっている。

(少数回答) ※回答数1

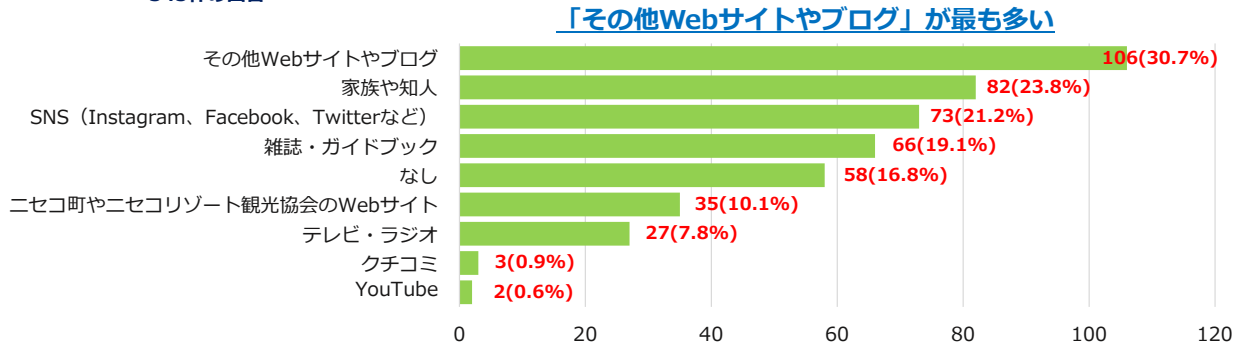
「畑を持っている」「会議」「ロングステイ」「友人に会いに」「友達に会いに」「湧水」「研修旅行」「水」「経由地」「お水くみ」「キャンプ」「有島記念館」「仕事、農業バイト」「湧き水」「牧場」「社員旅行」「勤続20年」「プライベートに食事」「登別」「癒し」「実家」「知人に会うため」「初めての北海道旅行」「カンファレンス参加」

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

4

## 旅行前の情報収集には何を活用しましたか？(3つまでお選びください)

345件の回答



旅行前の情報源は、「**その他Webサイトやブログ**」が**30.7%**で最も多く、次いで「**家族や知人**」が**23.8%**、「**SNS(Instagram、Facebook、Twitterなど)**」が**21.2%**、「**雑誌・ガイドブック**」が**19.1%**、「**なし**」が**16.8%**と続き、「**ニセコ町やニセコリゾート観光協会のWebサイト**」が**10.1%**、「**テレビ・ラジオ**」が**7.8%**、「**クチコミ**」が**0.9%**、「**YouTube**」が**0.6%**になっている。一方、「**家族や知人**」からもたらされる情報は仮に「**クチコミ**」の範疇に含まれると**考えた場合は「クチコミ」が情報収集のベスト2**に入ってくる。

(少数回答) ※回答数1

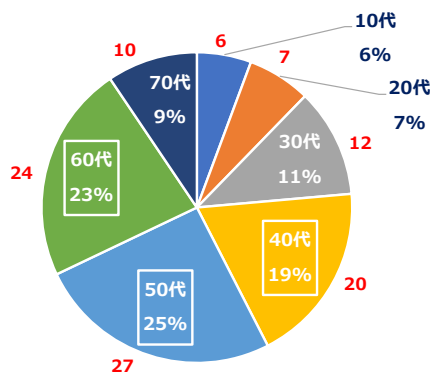
「店に寄りたかった」「ルピシア」「調べない、いつも同じルート」「仕事関係」「ホテルの案内」「友達まかせ」「バスガイドさん」「知ったとこしか行っていない」「観光協会にパンフを送ってもらって」「Googleマップ」「何回も来ているので特に調べていない」

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

5

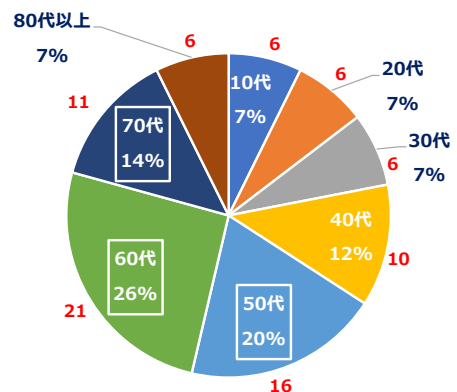
## 世代別の利用状況

### 「その他Webサイトやブログ」



「その他Webサイトやブログ」では、「50代」が25%で最も多く、次いで「60代」が23%、「40代」が19%、「30代」が11%、「70代」が9%、「20代」が7%、「10代」が6%になっており、**X世代～ベビーブーム世代の「40代」～「60代」で全体の約7割(67%)**になっている。

### 「家族・知人」



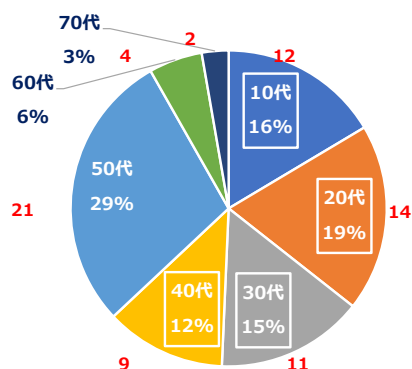
「家族・知人」では、「60代」が26%で最も多く、次いで「50代」が20%、「70代」が14%、「40代」が12%、「10代」「20代」「30代」「80代」ではそれぞれ7%になっており、**X世代～サイレント世代の「50代」～「70代」で全体の6割**になっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

6

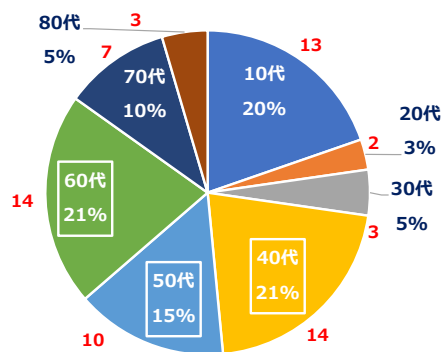
## 世代別の利用状況

「SNS(Instagram、Facebook、Twitterなど)」



「SNS」では、「50代」が29%で最も多く、次いで「20代」が19%、「10代」が16%、「30代」が15%、「40代」が12%、「60代」が6%、「70代」が3%になっている。「50代」の割合が多いが、全体ではZ世代～X世代の「10代」～「40代」で約6割になっている。

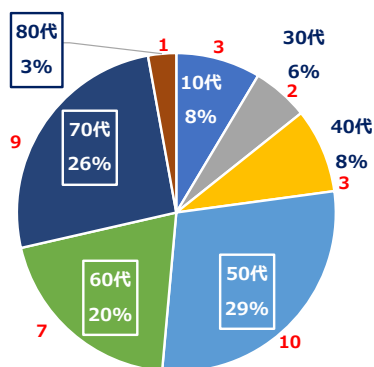
「雑誌・ガイドブック」



「雑誌・ガイドブック」では、目立って割合が高くなっている世代はなく、「40代」と「60代」がそれぞれ21%、「10代」が20%、「50代」が15%、「70代」が10%、「80代」が5%、「20代」が3%になっている。X世代～ベビーブーム世代の「40代」～「60代」で全体の6割になっている。

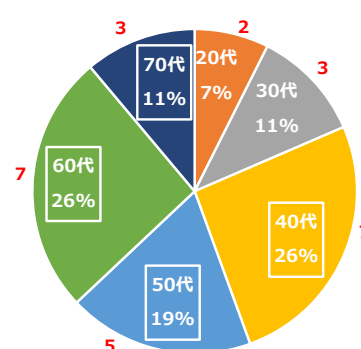
## 世代別の利用状況

「ニセコ町やニセコリゾート観光協会のWebサイト」



「ニセコ町やニセコリゾート観光協会のWebサイト」では、「50代」が29%で最も多く、次いで「70代」が26%、「60代」が20%、「40代」と「10代」がそれぞれ8%、「30代」が6%、「80代」が3%になっており、X世代～サイレント世代の「50代」～「80代」で約8割になっている。

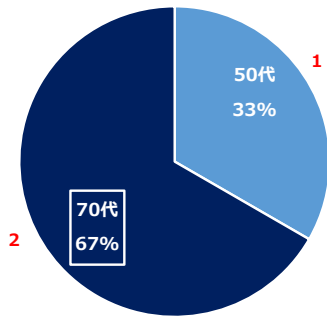
「テレビ・ラジオ」



「テレビ・ラジオ」では、「60代」と「40代」がそれぞれ26%になっており、次いで「50代」が19%、「30代」と「70代」がそれぞれ11%、「20代」が7%になっている。X世代～ベビーブーム、サイレント世代の「40代」～「70代」で約8割になっている。

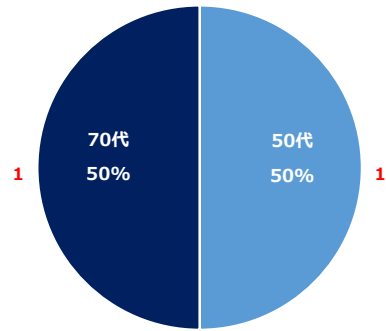
## 世代別の利用状況

### 「クチコミ」



「クチコミ」では、「70代」が67%、「50代」が33%になっている。

### 「YouTube」

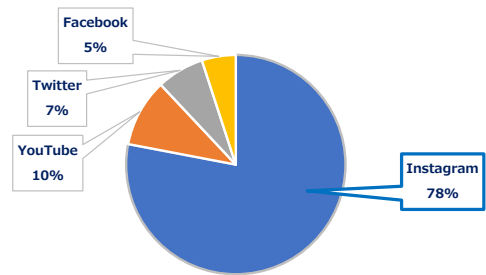


「YouTube」では、「50代」と「70代」がそれぞれ50%になっている。

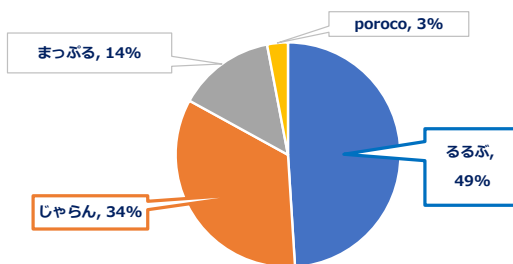
## 旅行前の情報収集源の上位ベスト3で利用されているツール

媒体	件数	%
SNS	Instagram	33件 78%
	YouTube	4件 10%
	Twitter	3件 7%
	Facebook	2件 5%
合計	42件	100%
雑誌・ガイドブック	るるぶ	17件 49%
	じゃらん	12件 34%
	まっふる	5件 14%
	poroco	1件 3%
合計	35件	100%
Webサイト	Googleサイト	19件 83%
	食べログ	4件 17%
合計	23件	100%

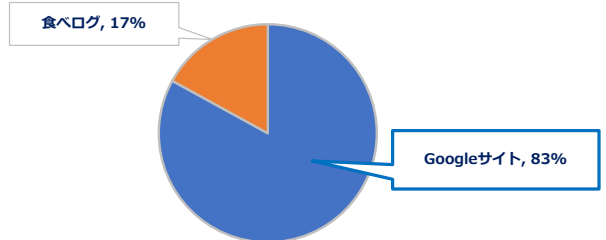
### 「SNS」ではInstagramが約8割



### 「雑誌・ガイドブック」では「るるぶ」と「じゃらん」で約8割

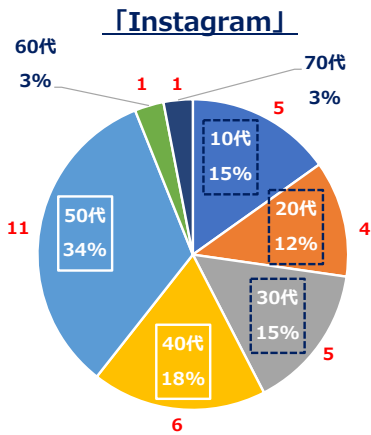


### 「Webサイト」ではGoogleサイトが約9割



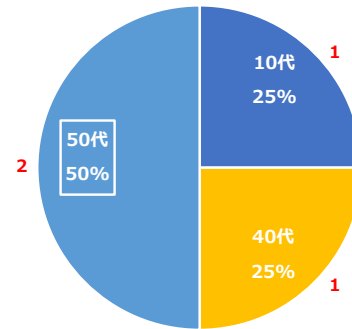


## 世代別の利用状況



「Instagram」では、「50代」が34%で最も多く、「40代」で18%、Z世代の「10代」と「30代」がそれぞれ15%、Z世代の「20代」が12%、「60代」と「70代」がそれぞれ3%になっている。**X世代の「40代」と「50代」で52%**になっている一方、**Z世代～Y世代の「10代」～「30代」**での利用率も高くなっている。

## 「YouTube」



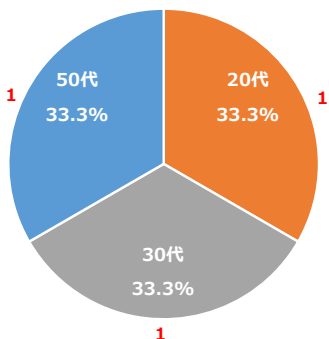
「YouTube」では、「50代」が50%、「40代」が25%、「10代」が25%になっている。X世代の「50代」での利用が高くなっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

11

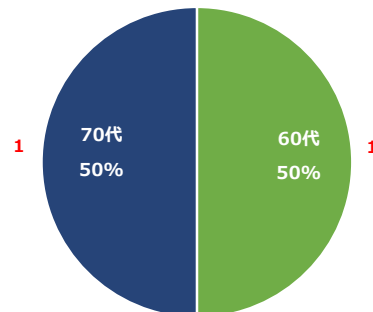
## 世代別の利用状況

### 「Twitter」



「Twitter」では、「20代」が33.3%、「30代」が33.3%、「50代」が33.3%になっている。

### 「Facebook」



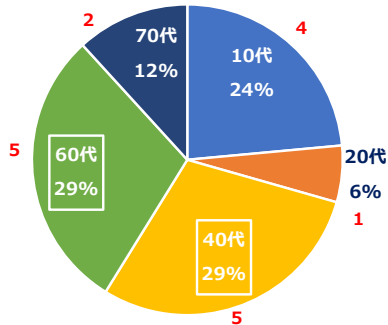
「Facebook」では、「60代」が50%、「70代」が50%になっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

12

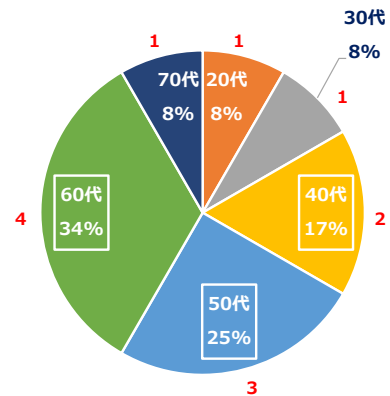
## 世代別の利用状況

### 「るるぶ」



「るるぶ」では、「40代」と「60代」がそれぞれ29%になっており、次いで「10代」が24%、「70代」が12%、「20代」が6%になっている。**X世代～ベビーブーム世代の「40代」～「60代」で約6割(58%)**になっている。

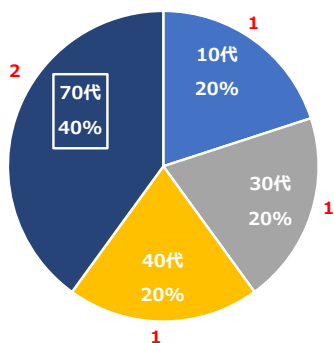
### 「じゃらん」



「じゃらん」では、「60代」が34%で最も多くなっており、「50代」が25%、「40代」が17%、「20代」「30代」「70代」がそれぞれ8%になっている。**X世代～ベビーブーム世代の「40代」～「60代」で約8割(76%)**になっている。

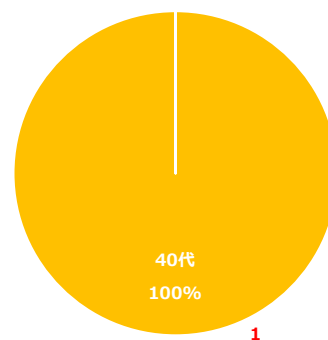
## 世代別の利用状況

### 「まっぷる」



「まっぷる」では、「70代」が40%、「10代」「30代」「40代」がそれぞれ20%になっている。

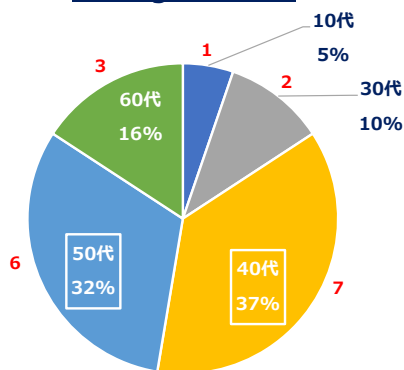
### 「Poroco」



「Poroco」では、「40代」が100%になっている。

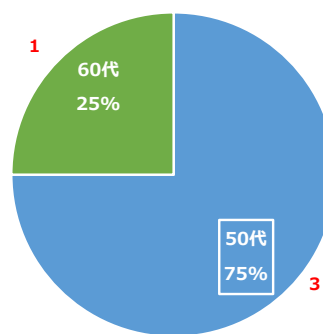
## 世代別の利用状況

### 「Googleサイト」



「Googleサイト」では、「40代」が37%、次いで「50代」が32%、「60代」が16%、「30代」が10%、「10代」5%になっている。**X世代の「40代」と「50代」で全体の約7割(69%)**になっている。

### 「食べログ」



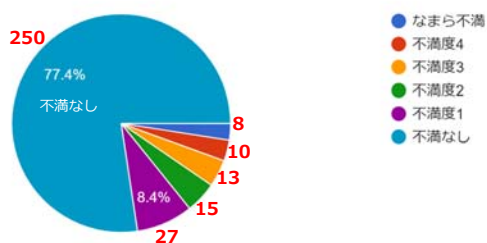
「食べログ」では、「50代」が75%、「60代」が25%になっている。

## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

各分野の総回答数は異なる

### 全体の約8割が不満なし、約2割では何らかの不満を感じている

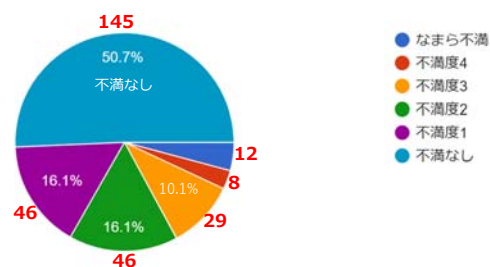
「自然」の不満度  
323 件の回答



「自然」の面では、**全体の約8割の77.4%が「不満なし」と**回答し、一方の全体の約2割の22.6%は何らかの不満を感じている。

### 全体の5割が不満なし、一方の5割では何らかの不満を感じている

「食事・飲食店」の不満度  
286 件の回答



「食事・飲食店」の面では、**全体の5割が「不満なし」と**回答し、一方の5割では何らかの不満を感じている。そのうち「不満度1～不満度3」で42.3%、「不満度4～なまら不満」で7%と、不満の範囲も広がっている。

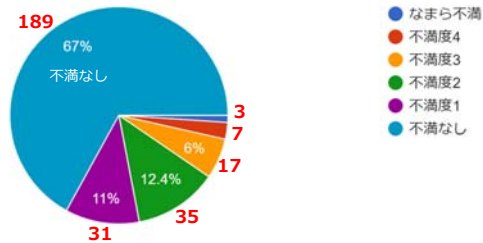
## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

各分野の総回答数は異なる

### 全体の約7割が不満なし、約3割では何らかの不満を感じている

#### 「おみやげ品」の不満度

282 件の回答

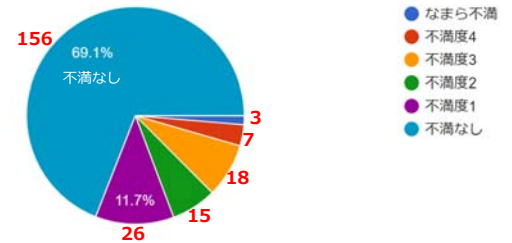


「おみやげ品」の面では、**全体の約7割の67%が「不満なし」と回答し**、一方の約3割の33%では何らかの不満を感じており、そのうち「不満度1～不満度3」で29.4%、「不満度4～なまら不満」で3.6%になっている。

### 全体の7割が不満なし、約3割では何らかの不満を感じている

#### 「宿泊施設」の不満度

223 件の回答



「宿泊施設」の面では、**全体の7割の69.1%が「不満なし」と回答し**、一方の3割の30.9%では何らかの不満を感じており、そのうち「不満度1～不満度3」で26.5%、「不満度4～なまら不満」で4.4%になっている。「宿泊施設」の面については、「不満度3」の割合が高くなっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

17

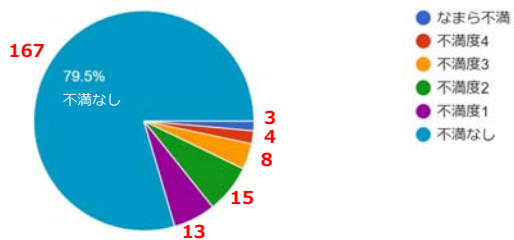
## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

各分野の総回答数は異なる

### 全体の約8割が不満なし、約2割では何らかの不満を感じている

#### 「アクティビティ（体験）」の不満度

210 件の回答

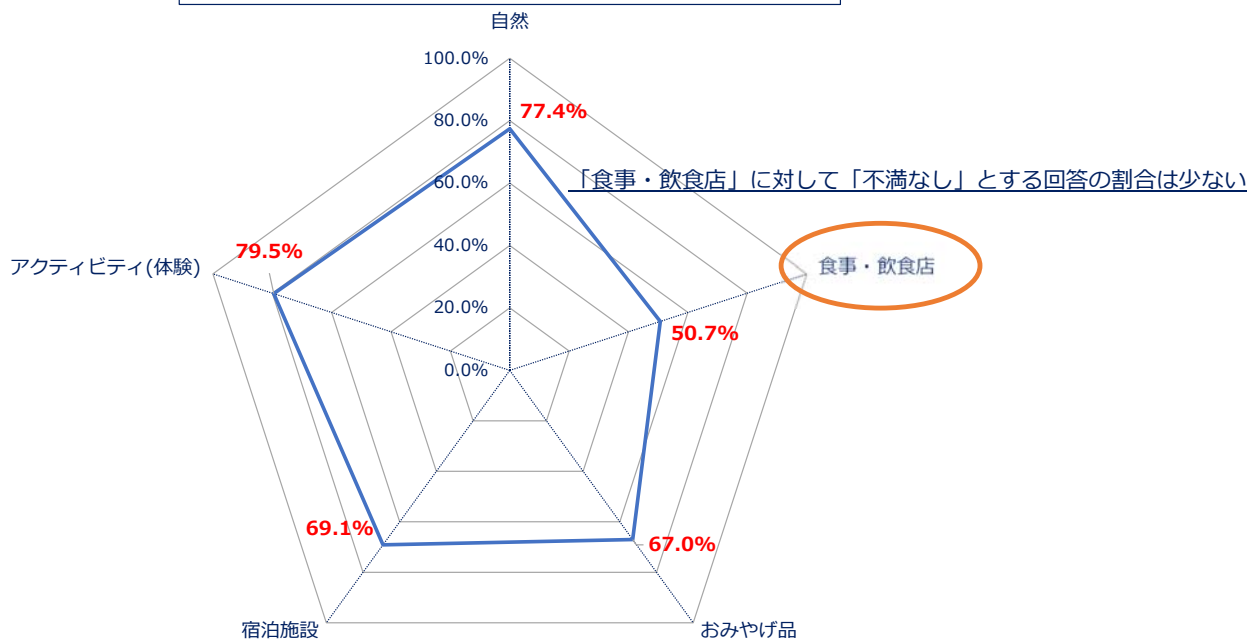


「アクティビティ(体験)」の面では、**全体の8割の79.5%が「不満なし」と回答し**、一方の2割の20.5%では何らかの不満を感じている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

18

### 5分野それぞれの「不満なし」レーダーチャート

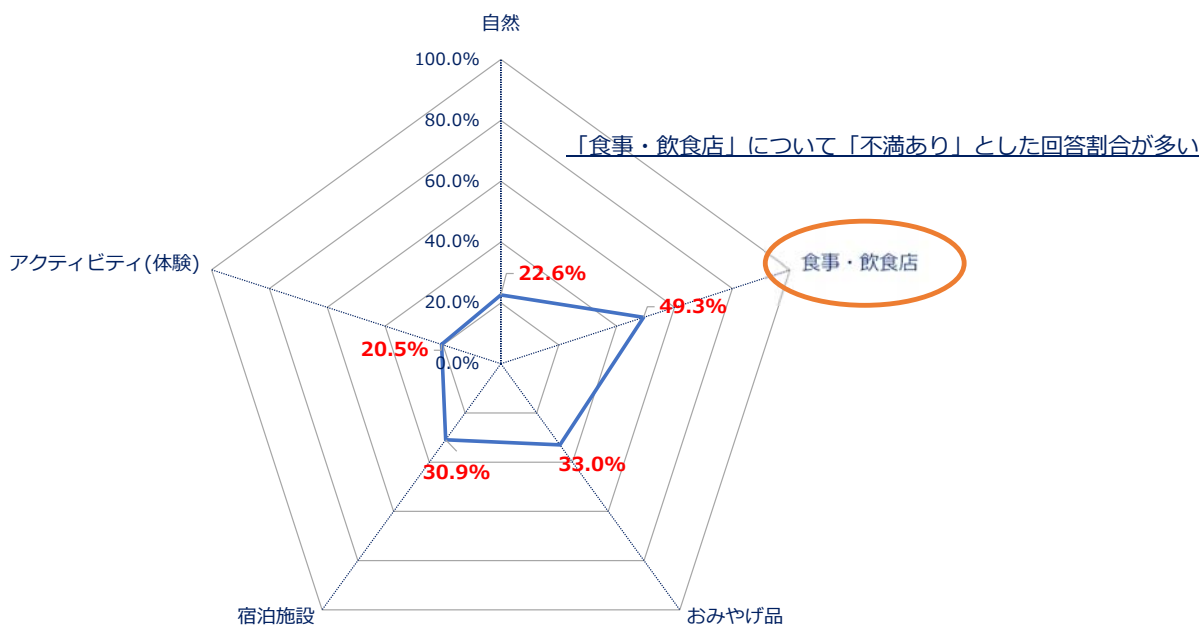


5分野それぞれの「不満なし」の回答は、「**アクティビティ(体験)**」が**79.5%**で最も高く、次いで「自然」が77.4%、「宿泊施設」が69.1%、「おみやげ品」が67%、「食事・飲食店」が50.7%になっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

### 5分野それぞれの「不満あり」レーダーチャート

不満度1～なまら不満



5分野それぞれの不満あり(不満度1～なまら不満)の回答は、「**食事・飲食店**」が**49.3%**で最も高く、次いで「おみやげ品」が33%、「宿泊施設」が30.9%、「自然」が22.6%、「アクティビティ(体験)」が20.5%になっている。

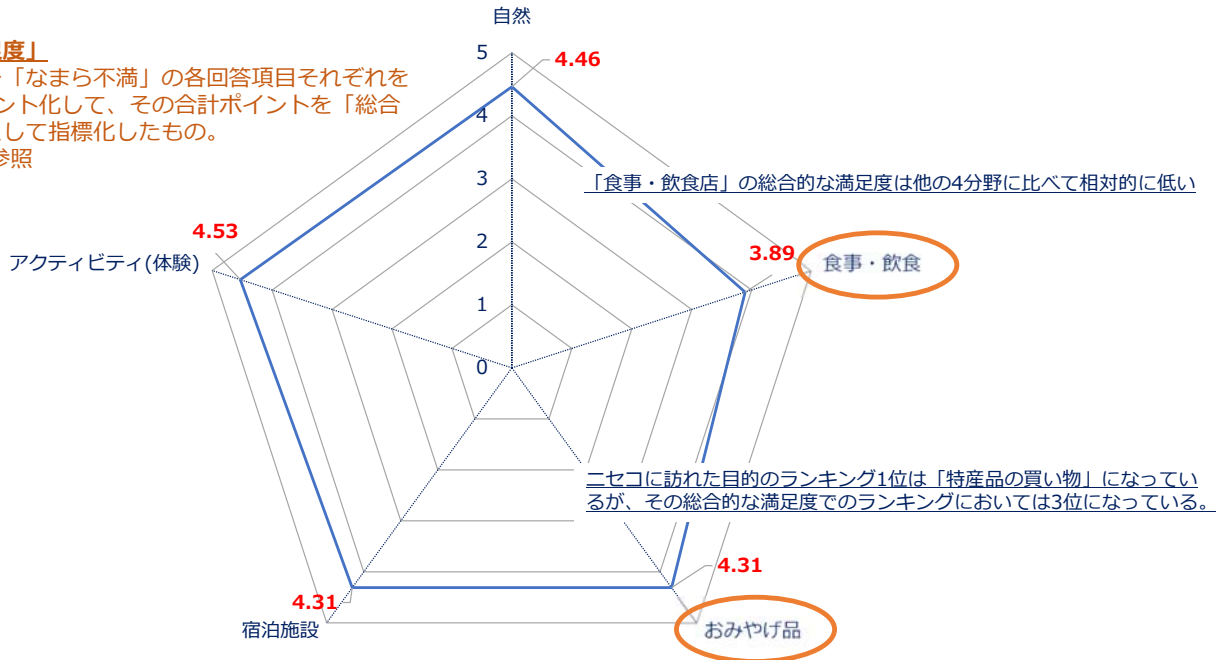
ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

## 5分野それぞれの総合的な満足度レーダーチャート

### 「総合的な満足度」

「不満なし」～「なまら不満」の各回答項目それぞれを0～5点でポイント化して、その合計ポイントを「総合的な満足度」として指標化したもの。

※次ページを参照



5分野それぞれの総合的な満足度は、5ポイント満点で「アクティビティ(体験)」が4.53ポイント、「自然」が4.46ポイント、「宿泊施設」と「おみやげ品」が4.31ポイント、「食事・飲食店」が3.89ポイントになっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

21

「満足度」※総回答数の差で合計ポイントに不均衡が生じないように、合計ポイントは総回答数の平均としている。

(項目)	(総回答数)	配点	不満なし	不満度1	不満度2	不満度3	不満度4	なまら不満	合計
			5	4	3	2	1	0	
自然	323	回答数	250	27	15	13	10	8	4.46
		ポイント	3.9	0.3	0.1	0.1	0.03	0.00	
食事・飲食店	286	総数	145	46	46	29	8	12	3.89
		ポイント	2.5	0.6	0.5	0.2	0.0	0.0	
おみやげ品	282	総数	189	31	35	17	7	3	4.31
		ポイント	3.4	0.4	0.4	0.1	0.0	0.0	
宿泊施設	223	総数	154	26	15	18	7	3	4.31
		ポイント	3.5	0.5	0.2	0.2	0.0	0.0	
アクティビティ	210	総数	167	13	15	8	4	3	4.53
		ポイント	4.0	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0	

※総回答数の差で、合計ポイントに不均衡が生じないように、合計ポイントは、総回答数の平均としている。

※ポイント=配点×回答数÷総回答数

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

22

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「自然」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・羊蹄山の案内不足、行き方がわかりにくい
・外国人が増えすぎて飲食店のマナーが良くない
・警備員の人にもっと案内して欲しい、開発が進み過ぎ、川や木が昔と変化している
・交通手段
・開発が進んで、飲食のお店少ない、移動手段
・外国人が多い、ヒラフ周辺、美味しいお店が混雑
・道の駅にレストランが欲しい、商品の種類を増やしてほしい、道の駅の駐車場が混雑
・車中泊、ニセコ大橋手前にあるトイレの清潔感がない
・休めて景観を損ねないところにベンチがあると良い
・紅葉の時期が早くて楽しめなかったのが残念
・ホテルが乱立しすぎて自然減少が残念、飲食店→道がわかりづらく、個人店に行きづらい、おみやげ→目玉商品がわからない
・飲食のお店少ない、交通の便が悪い
・自然→虫が怖い、アスレチック遊びがしたい

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

23

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「自然」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・写真を撮るのに人工物を躲すのが大変、ロケーションをもっと楽しみたい
・木に名前が書いてあると嬉しい
・紅葉が全くなかった、寒くてソフトクリームの美味しさが半減
・来るたびに森林伐採がされ、新しい建物が建ってショックを受ける
・写真スポットの景観が開発により変わったのが残念、祝日は駐車に困る、ホテルが多すぎる、食事→道がわかりづらいうのに加えて案内がないので到着まで不安
・自然があるのに活かしきれていない、旭岳のようにロープウェイや登山道が、もっとコースとして案内されていれば山を楽しめる
・写真を撮るときに人工物がないとなお嬉しい
・道がわかりづらい、お店の紹介やニセコのいいところ、写真スポットなどの案内看板みたいなものがあると良い、予約方法が電話の場合が多いので、インターネットでも予約できるようにしてほしい
・観光地っぽくなりすぎている、ホテルが増えた、行きたいお店は混んでいるし、飲食や宿も料金が安い、ラフティングも混んでいた
・お土産の種類が少ない、冬季以外の飲食店や観光スポットが少ない、全体的に値段が高い、屋外のフードトラックなどがあれば訪れてみたい
・開発が進みすぎて自然減少が残念
・電車の時刻表が調べづらい、アクティビティ→一人で体験できるところが少なく受けられない、車なしなので、ニセコ周遊バスなどが欲しい（ニコットバスは利用しているが近郊まではいけないのが不便）
・看板等の車に対する案内不足、宿泊高いイメージ、目的地にならない、町として乱開発を許すのか、今を保持するのが大切

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

24

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「自然」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

<ul style="list-style-type: none"> <li>お土産の購入先一覧が欲しい、<b>スキー場付近の開発が特に進みすぎて景観が損なわれている</b>、リフト代が高すぎる</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>定休日がわかりにくいし予約も取りにくい、ニセコをアピールするわかりやすいお土産がない、●●ホテルのスタッフが不足、<b>自然が壊れていってる</b>、残すべきところを残して、もっと情報誌が欲しい、<b>イベント等の案内</b>がほしい、6月～10月の魅力アップ要改善、もっとロングステイの選択肢がほしい、低コストなものがない、キャバを増やして</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>公園遊びもしてみたい</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>雪の時期は路面状況が悪くなるので来ない、<b>道の駅の駐車場が混雑している</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>乗馬でもっと森の中に行くようなコースがほしい、食事するところ少ない、子供向けがない、温泉が減った、安くしてほしい</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>羊蹄山が好きですが雲で隠れていることが多くて残念、ホテルで夕食をつけていないと外で食べるところが少ない、お土産を買うところもない</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>アクティビティ→寒かった、手作り体験なども案内があれば体験できた、自然→<b>牛などに触れてみたいが場所がわからなかった</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>【飲食】料金が安い、リーズナブルなお店があると良い【お土産】品数が少ない、スイーツなど日持ちするものが欲しい</li> <li>【体験】ラフティングの会社がたくさんあってどこを選んだら良いかわからない、各社の特徴を盛り込んだ比較表みたいなまとめたものがあれば助かる【駐車場】<b>スキー場の駐車場の場所がわかりづらい、看板が欲しい</b>【アクティビティ】子供（小学生）が遊べる場所が欲しい【宿泊】大家族でも泊まれるリーズナブルな宿があると良い</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>開発が進んでいる</b>、土地が高い、飲食も高い、定山溪や北湯沢だと1万円ちょいで泊まれる、雑貨兼カフェが欲しい、雑貨は可愛くて家に飾るようなものが良い、アクティビティは何があるかわからない、写真スポットがあると良い</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>自然→人工物が写真に写るところ、アクティビティ→案内が雑</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>開発のし過ぎで、景観が変わりすぎている、自然保護の為に規制をかけてほしい</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>自然 = <b>ニセコなので上手に残してほしい</b>、<b>飲食店などの個人店への道案内が雑</b>、店があるか不安になる、<b>公共交通の不足、運転できない人への代替え案が欲しい</b>、●●ホテルの宿泊施設の窓から見える風景が自然を楽しめず残念だった</li> </ul>

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

25

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「自然」

「自然」に対する具体的な不満は、交通手段やイベント、又は飲食店などの情報提供の面に対することや、自然破壊を危惧する声、移動手段や交通の便、駐車場の混雑にすることが目立つ。

#### 【出現率の高いキーワード】

- 「案内」→写真スポット、交通手段、道、イベント、飲食店、**観光モデルコース、イラストマップ**
- 「開発」→自然破壊 「おみやげ品」39ページの7段目ほかの回答より
- 「移動手段」→交通の便、交通手段の選択肢
- 「駐車場」→混雑

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

26



## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

### 「食事・飲食」

・道の駅の駐車場が混雑
・食事→飲食店の中に虫がいて驚いた
・ <b>お店が閉まるのが早い</b> 、夜、6~7時くらい、ホテルがお高めで外国人向け
・お店→自然が豊かすぎて虫が多くて困った
・静かに満喫できない、高くして混んでる、お土産が変わり映えしない、家族で泊まりに来づらい
・ <b>飲食店の閉店が早い</b> 、お土産が少ない
・ <b>料金が高い</b>
・ <b>価格が高い</b>
・食事がイマイチ
・食事→ビュッフェの野菜が（農村地帯のレストランなのに）少なくてがっかり
・外国人向けで <b>料金が高い</b>
・開発が進んでる、 <b>飲食のお店が少ない</b> 、移動手段
・外国人が多い、ヒラフ周辺、美味しいお店が混雑
・道の駅レストランが欲しい、商品の種類を増やしてほしい、道の駅の駐車場が混雑
・道の駅周辺でお酒を飲める <b>お店が少ない</b>

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

27

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

### 「食事・飲食」

・飲食店が混んでる
・昔のニセコを知っているが町内のお店が減ったから町の中心地に行くことがなくなった、駐車場が狭い。
・飲食店の <b>お店が高いイメージ</b> 、道の駅の駐車場が混んでる、川釣りの魚が減った、開発が進みすぎ？
・食事→駅前のレストランをよく利用する、ほかの飲食店も近くに欲しい
・駅前に車中泊ができる場所があると良い、道の駅周辺に飲食店が少ない、お酒が飲めるお店が欲しい
・味が濃い、カニ、塩辛い、いくらしょっぱい
・好きな野菜の季節が外れていたのが残念（カボチャ・味口マン）、ヒラフ近郊で飲食店に入ったところ、外人さんばかりであずましくない、 <b>案内</b> に一言どんなジャンルのお店か記載があるとなお良いと思う
・ <b>飲食のお店が少ない</b> 、そば、若者向けになってる
・うどん屋が欲しい、 <b>飲食店が少ない</b>
・お昼ご飯を食べるお店は、スマホで調べして行くが、人が混雑していて、あきらめて別の所へ行ったが、お店は <b>値段が高い</b> 割に盛ってあるお肉の質や量が満足いかずがっかり
・食事→営業時間が不規則、素泊まりだったので簡単な朝食を食べられるところが欲しかった、 <b>webサイトなどでもよいので一覧が欲しい</b> 、全体→ <b>駐車スペースの有無の表記</b> がない、個人店→店までの道のりの街頭が少なくて暗く到着まで不安、 <b>営業案内板のサイズが小さく不親切、大きくしてほしい</b>
・ <b>やってないお店が多くて</b> 選べない、お土産が少ない、常温のもの少ない(冷蔵系はすぐ帰らないので買いにくい)、1週間泊まると朝ごはんが毎日ほぼ同じ、魚釣り場がない、ショップもない
・キャッシュレス決済が使えず、現金のみというのは不便に感じるがあった
・自然→ホテルが乱立しすぎて自然減少が残念、飲食店→ <b>道がわかりづらく</b> 個人店に行きづらい、おみやげ→目玉商品がわからない

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

28

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「食事・飲食」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・ <b>飲食のお店が少ない</b> 、交通の便が悪い
・ 交通手段が少ない、車がないと不便
・ 野菜も高くなった、すべてが高い
・ 道の駅の駐車場が狭い、 <b>飲食の軽食ファストフード少ない</b>
・ 食事→アレルギーがあるので記載がなくて不便、飲食店の <b>案内</b> がなくわからない
・ 道の駅トイレ汚い、飲食がありきたりでシンプルすぎ、インスタ映えるものがあると良い
・ <b>飲食の選択肢が少ない</b>
・ <b>閉店が早い</b> 、昔はスキー来てたけど、今は高くて泊まれない
・ 自然→写真スポットの景観が開発により変わったのが残念、祝日は駐車に困る、ホテルが多すぎる、食事→道がわかりづらいのに加え <b>案内</b> がないので到着まで不安
・ 牛乳が欲しい、うどん屋が少ない
・ 飲食→営業時間、定休日短かったり、重なったりで候補地が狭められた
・ 道がわかりづらい、お店の紹介やニセコのいいところの写真スポットなどの案内看板みたいなものがあると良い、予約方法が電話の場合が多いので、インターネットでも予約できるようにしてほしい
・ 観光地っぽくなりすぎている、ホテルが増えた、行きたいお店は混んでいるし、飲食や宿泊料が高い、ラフティングも混んでた
・ お土産の種類が少ない、冬季以外の飲食店や観光スポットが少ない、全体的に値段が高い、屋外のフードトラックなどあれば訪れてみたい

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

29

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「食事・飲食」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・ お土産→駐車できない、食事→場所が <b>不案内</b> 、アレルギー表示がないので食べられない
・ 飲食店やアクティビティが高い、例えばリピーター割やローカル割があれば良いと思う
・ 開発が進みすぎて自然減少が残念
・ ニセコ特有の飲食情報がないので別の所（積丹）で食べる
・ 飲食店の <b>価格が高すぎる</b> がニセコなら仕方ないという共通認識が客側にもあるような、ニセコにはニセコ価格が存在するという暗黙の了解があるように感じます
・ 食事→ <b>金額が高い</b> 、時間外だと言われ、テイクアウトできなかった
・ 食事→お店があるが <b>案内が不足</b> 、温泉→●●ホテルの温泉は湯量を増やしてほしい、●●温泉→温泉の衛生面が気になる、接客対応が悪い、食事レパートリーが少ない、味は美味しい、アクティビティ→ツアーなどの体験はしたことがない、個人で計画して楽しんでいる、その他→急病でニセコに病院がなく困った（倶知安町まで行きました、との事）
・ 登山口まで行くバスが欲しい、長野県は登山口まで行くので羊蹄山の周辺もそのようにしてほしい、 <b>飲食店が少ない</b> 、ラーメン屋が欲しい！ホテル・飲食・体験アクティビティなど観光情報がまとまっていて取り敢えずココに行けば間違いないってような総合観光案内所があると良い、スキーが出来て気軽に泊まれるホテルがない、料金が高くて泊まれない
・ 飲食店は <b>値段が高すぎる</b> と感じることが多い
・ 飲食店がまばらで点在している。
・ 定休日わかりにくい予約も取りにくい、ニセコをアピールするわかりやすいお土産がない、●●ホテルのスタッフ不足、自然が壊れていってる、残すべきところを残して、もっと情報誌が欲しい、イベント等の案内がほしい、6月～10月の魅力アップ要改善、ロングステイもっと選択肢ほしい、低コストなものがない、キャパを増やして
・ 食べる所、お土産を買うところがない

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

30

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

### 「食事・飲食」

・雪の時期は路面状況が悪くなるので来ない、道の駅の駐車場が混雑している
・犬の入れるところがない、道の駅に犬を連れてこれると良い、 <b>飲食店を増やして欲しい</b> 、軽井沢のようにオシャレなお店がたくさん集まっている感じが良い
・乗馬でもっと森の中に行くようなコースほしい、 <b>食事するところ少ない</b> 、子供向けがない、温泉が減った、安くしてほしい
・ <b>テイクアウト出来るお店の選択肢があまりなかった。</b>
・羊蹄山が好きですが雲で隠れていることが多くて残念、ホテルで夕食をつけていないと外で食べるところがあまりない、お土産を買うところもない
・ <b>営業してるお店が少ない</b>
・【飲食】 <b>料金が高い</b> 、リーズナブルなお店があると良い【お土産】品数が少ない、スイーツなど日持ちするものが欲しい【体験】ラフティングの会社がたくさんあってどこを選んだら良いかわからない、各社の特徴を盛り込んだ比較表みたいなまとめたものがあれば助かる【駐車場】スキー場の駐車場の場所がわかりづらい、看板が欲しい【アクティビティ】子供（小学生）が遊べる場所が欲しい【宿泊】大家族でも泊まれるリーズナブルな宿があると良い
・お店の駐車場、休憩できるベンチ
・全般的に金額が高い
・駐車場もあって、うどんが食べられるお店が欲しい、お土産がコレってものがない、車が多い
・開発が進んでいる、土地が高い、 <b>飲食も高い</b> 、定山溪や北湯沢だと1万円ちょいで泊まれる、雑貨兼カフェが欲しい！！雑貨は可愛くて家に飾るようなものが良い、アクティビティは何があるかわからない、写真スポットがあると良い
・ラーメン屋がない
・事前に調べていた行きたいお店が臨時休業だった、飲食店の駐車場の情報が掲載されてないことが多く、ストリートビューや口コミを見て確認しているがその作業が大変、お店に電話をかけても呼び出し音は鳴るが出なかった、留守電設定などにしてもらえると助かる

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

31

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

### 「食事・飲食」

・外国人向けになっている
・食事→営業時間が短い、お土産→少ない、宿泊→他の所
・食事→ <b>営業時間が短い</b> 、お土産→少ない
・道案内の看板が少ない、リゾート開発が進みすぎて景観を損ねている、外国人向けの食事が多い
・廃墟や廃ホテルがそのまま景観が悪い、飲食の閉店が早い、インフラ整備が進んでない、鯉川温泉など昔からある日帰り温泉が減った
・自然＝ニセコなので上手に残してほしい、飲食店などの個人店への <b>道案内</b> が雑で店があるか不安になる、公共交通の不足、運転できない人への代替案が欲しい、甘露の森の宿泊施設の窓から見える風景が自然を楽しめず残念だった
・色々値上げしてる
・道の駅の駐車場が狭い、 <b>食事のできる場所も少ない</b>
・道の駅のまわりにもっと飲食店が欲しい
・人気のお店が混雑、ネットのお店情報等が更新されていない
・ <b>飲食店が少ない</b> 、あるのかもしれないがわからない
・ <b>飲食店が少ない</b> 、道の駅周辺にもっと欲しい
・ <b>飲食が高い</b>
・ランチ美味しいけど <b>高い</b> 、孫向けお土産がない、しまえながキーホルダー、カメムシ、滞在先のホテルで見つけたシマエナガのキーホルダーがホテル以外にどこにも売ってなかった、孫にプレゼントしたかったので非常に残念

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

32

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「食事・飲食」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・ <b>飲食が高い</b>
・ <b>食事が高い</b>
・ <b>飲食店が閉まっている</b> 、コロナで？
・ <b>手軽な飲食店が少ない</b> 。パン屋が少ない
・ オシャレすぎてどんなお店なのかわかりづらい、飲食店や雑貨店をわかるようにしてもらえると立ち寄りやすい、ジップラインや他のアクティビティなど手軽な料金にして欲しい
・ 建物（大型ホテル）、カメムシ、地産地消の野菜が食べられるお店や、かしこまった感じがなくふらっと入れるお店が欲しい
・ 待ち時間長い
・ ●●のランチは、パンかライス選びたい、お土産の種類が少ない、おしゃれすぎる
・ お店がおしゃれすぎて入りにくい、カジュアルなお店が欲しい、夏にフェスやってほしい
・ 料金が全体的に高い
・ まともな飲食店が少ない

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

33

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「食事・飲食店」

「食事・飲食店」に対する具体的な不満は、「虫」といった食事・飲食の環境に関わることや、閉店時間や店舗の選択肢(ファーストフード、テイクアウト)、インターネット予約などの利便性に関する事、営業案内や駐車場、店舗の道案内、飲食店などの情報提供の面に関する事や、価格に対することが目立ち、利便性の面ではキャッシュレスが使えず、現金のみで不便であったとする回答もあった。

#### 【出現率の高いキーワード】

- ・ 「虫」
- ・ 「閉店時間」 → やっていない、食事できる場所が少ない
- ・ 「価格が高い」
- ・ 「店が少ない」 → ファーストフード、テイクアウトが少ない
- ・ 「案内」 → 営業案内、駐車場、店舗の道案内

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

34

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・静かに満喫できない、高くして混んでる、お土産が変わり映えしない、家族で泊まりに来づらい
・お土産→ニセコジンジャーエールが見つからない、お土産全般が要冷蔵が多く持ち運びできないので <b>選択肢</b> が狭くなる
・お土産→チーズ工場の場所がわからない
・ <b>お土産の充実</b>
・自然→町の開発が気になり、お土産→午後になると <b>品薄</b> 、ニセコビールを購入できる場所が変わっていた、 <b>ニセコ限定品</b> の購入場所一覧希望、宿泊→良い所ほど料金がなくて利用できない、アクティビティ→体験の事前予約が必ず必要なのが不便、HPなどに事前準備に何が必要かの記載がなくて利用する時に不便を感じた（旅行なので制限がある為、事前に知りたかった）
・料金が安い
・開発が進んでる、飲食のお店が少ない、移動手手段
・野菜が売れて品数が少ない
・道の駅レストランが欲しい、 <b>商品の種類</b> を増やしてほしい、道の駅の駐車場が混雑
・車中泊、ニセコ大橋手前にあるトイレの清潔感がない
・お土産→ <b>品薄</b> なのが気になる、全体→駐車が不便
・道の駅が混雑している

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

35

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・やってないお店が多く選べない、お土産が <b>少ない</b> 、常温のもの少ない(冷蔵系はすぐ帰らないので買にくい)、1週間泊まると朝ごはんが毎日ほぼ同じ、魚釣り場ない、ショップもない
・キャッシュレス決済が使えず、現金のみというのは不便に感じるがあった。
・お土産品の <b>種類</b> が少し足りないかなあ？
・飲食のお店少ない、交通の便が悪い
・交通手段が少ない、車がないと不便
・お土産→生活に必要なものが多いと嬉しい
・野菜も高くなった、すべてが高い
・ほかの道の駅より野菜が高い、フードコートの食事も高い
・道の駅の駐車場が狭い、飲食→軽食やファストフードが少ない
・道の駅のトイレが汚い、飲食がありきたりでシンプルすぎ、インスタ映えするものがあると良い
・お土産品→ニセコの芋が道内で1番おいしいと言うことをもっとアピールして欲しい、地元の農産物の良さをたくさん伝えて欲しい
・敢えて言うなら、人気のお店の道が少しわかりづらい、以前●●ホテルに宿泊した際、布団に穴が開いていたので少し不快だった(複数人での利用だったので仕方ないと諦めた)

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

36

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

<ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅は農産物の販売はかなり充実していますが、地域のお土産の販売や、その生産者、作家、工房などのこだわりの紹介など情報発信をもっと積極的にした方が良いと思います（その土産物の近くにPOPを出すだけでも効果ありかと思います）道の駅や多くの旅行者が立ち寄る場所ですので、そこからさらに購買や観光のきっかけになると思います</li> <li>お土産の<b>種類</b>が少ない、冬季以外の飲食店や観光スポットが少ない、全体的に値段が高い、屋外のフードトラックなどあれば訪れてみたい</li> <li>●●●の店員に笑顔がなかった</li> <li>お土産→<b>たまにほしいものがない</b></li> <li>お土産→駐車できない、食事→場所が不案内、アレルギー表示がないので食べられない</li> <li>登山口まで行くバスが欲しい、長野県は登山口まで行く、羊蹄山の周辺もそのようにして欲しい、飲食店が少ない、ラーメン屋が欲しい！ホテル・飲食・体験アクティビティなど観光情報がまとまっていて取り敢えずココに行けば間違いのないような総合観光案内所があると良い、スキーができて気軽に泊まれるホテルがない、料金がなくて泊まれない</li> <li>お土産→<b>購入先一覧が欲しい</b>、自然→スキー場付近の開発が特に進みすぎて景観が損なわれている、リフト代が高すぎる</li> <li>定休日わかり難く予約も取りにくい、<b>ニセコをアピールするわかりやすいお土産がない</b>、●●ホテルのスタッフ不足、自然が壊れていって、残すべきところを残して、もっと情報誌が欲しい、イベント等の案内がほしい、6月～10月の魅力アップ要改善、ロングステイの選択肢がもっとほしい、コスト低いものがない、キャバ増やして</li> <li>何がオススメかわかりにくい</li> <li>食べる所、<b>お土産を買うところがない</b></li> <li>買いやすい値段のものを置いて欲しい</li> <li>長期滞在できる宿泊施設がない、●●ホテルに年間200泊ほどする、ゆっくり過ごして地域の良さを感じたい、お土産で<b>コレってものがない</b></li> </ul>
--

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

37

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

<ul style="list-style-type: none"> <li>羊蹄山が好きですが雲で隠れていることが多くて残念、ホテルで夕食をつけていないと外で食べるところがありません、<b>お土産を買うところもない</b></li> <li>営業しているお店が少ない</li> <li>【飲食】料金が安い、リーズナブルなお店があると良い【お土産】<b>品数</b>が少ない、スイーツなど日持ちするものが欲しい【体験】ラフティングの会社がたくさんあってどこを選んだら良いかわからないので各社の特徴を盛り込んだ比較表みたいなまとめたものがあれば助かる【駐車場】スキー場の駐車場の場所がわかりづらい、看板が欲しい【アクティビティ】子供（小学生）が遊べる場所が欲しい【宿泊】大家族でも泊まれるリーズナブルな宿があると良い</li> <li>お店の駐車場、休憩できるベンチ</li> <li>全般的に金額が高い</li> <li>駐車場もあってうどんが食べられるお店が欲しい、お土産が<b>コレってものがない</b>、車が多い</li> <li>開発が進んでいる、土地が高い、飲食も高い。定山溪や北湯沢だと1万円ちょいで泊まれる、雑貨兼カフェが欲しい！！雑貨は可愛くて家に飾るようなものが良い、アクティビティは何があるかわからない、写真スポットがあると良い</li> <li>宿泊施設が高すぎるのでホロホロ山荘的なお手頃な温泉宿があればいい、家に合いそうなインテリア雑貨が増えて欲しい、ジェルキャンドルとかおしゃれでもっと増やしてほしい、アクティビティをもっと分かりやすく表示してほしい、何があるのかよく分からない、道民のためのドライブコースとかもあったら最高、道外の人でなくてもニセコのことを知りたい人はたくさんいると思うので日帰りでも一泊コースでも充実してくれるととっても沢山行ける</li> <li>公園が少ない、お土産の<b>種類</b>が少ない</li> <li>お店が少ない、ホテルの温泉内風呂が汚い</li> </ul>
---

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

38

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・お土産→ニセコならではの商品が分かりやすいと嬉しい、日持ちしないものが多く <b>選択肢</b> が狭くなる、観光例のルートがいくつかあれば個人ルートを作りやすいと思う
・みやげ→人気商品が <b>品薄</b> になりがち
・食事→営業時間が短い、お土産→ <b>少ない</b> 、宿泊→他の所
・食事→営業時間が短い、お土産→ <b>少ない</b>
・もっと観光スポットがあるといい、道の駅の野菜が早く来ないとすぐ売り切れる
・色々値上げしてる
・ <b>限定品のお土産欲しい</b> 、情報がわかりにくい、おすすめや観光モデルコースがあるといい、イラストマップも
・自然→子供と一緒に遊べる場所が欲しい、お土産→個人的には手に取るまではいかないものが多い、アクティビティ→定期的に寒いので今回はバス
・お土産→ <b>ニセコ特有のものが見つけれない</b> 、アクティビティ→定期的に寒いので今回はなし、全般→ <b>モデル観光コース</b> があればうれしい
・ランチ美味しいけど高い、孫向けお土産がない、しまえながキーホルダー、カメムシ、滞在先のホテルで見つけたシマエナガのキーホルダーがホテル以外にどこにも売っていなかった、孫にプレゼントしたかったので非常に残念
・シーズンオフのせいかやっているお店が少なく、 <b>ホテルの近隣で、ニセコ特産のソーセージやバター、パンなどを購入し、部屋で夕食とっていたら、全然ホテル近郊に売っているところがなく</b> 、結局、マックスバリュウに行って富良野産のソーセージなど買って食べました、美味しかったけどちょっと想定外…ニセコ観光をまとめた観光地や温泉、食べ物、買い物などいっぺんに探せるものがあるって クーポンなどがあるアプリ（ニセコ攻略）みたいなのがあったらいいなあ、そこに口コミなどが見れると参考になるし…とは言ってもニセコ最高！

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

39

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・野菜の種類が少なくなった、開業当時から毎年来ている
・オシャレすぎてどんなお店なのかわかりづらい、飲食店or雑貨店なのかわかるようにしてもらえると立ち寄りやすい、ジップラインや他のアクティビティなど手軽な料金にして欲しい
・昔に比べると野菜の種類が少なくなり、魅力が少なくなった、スーパーがない
・料金が全体的に高い
・みやげ代が高い

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

40

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「おみやげ品」

「おみやげ品」に対する具体的な不満は、選択肢や種類、品薄や限定品、コレと言ったものがないといった品揃えの面など、商品面に対する回答が多く目立つ。

#### 【出現率の高いキーワード】

- ・「選択肢」「種類がない」「品薄」
- ・「限定品」→ニセコをアピールするもの、ニセコ特有なもの
- ・「買える場所」→おみやげを買うところがない

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「宿泊施設」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・お店閉まる早い、夜、6~7時くらい、ホテル <b>お高め</b> で <b>外国人向け</b>
・静かに満喫できない、高くて混んでる、お土産が変わり映えしない、家族で泊まりに来づらい
・泊まりたいけど <b>高くてムリ</b>
・ <b>ホテル高い</b>
・料金が高い
・価格が高い
・ <b>外国人向け</b> で <b>料金高い</b>
・開発が進んでる、飲食のお店が少ない、移動手段
・外国人が多い、ヒラフ周辺、美味しいお店が混雑
・道の駅のレストランが欲しい、商品の種類を増やしてほしい、道の駅の駐車場が混雑
・ <b>外国人向け</b> の建物が多い、 <b>価格が高くて連泊</b> できない。
・ <b>宿泊料金がお高め</b>
・飲食お店少ない、交通の便が悪い



## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「宿泊施設」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・ <b>宿が高い</b> イメージで <b>外国人向け</b> 、お年寄り向けアクティビティない
・ 観光地っぽくなりすぎている、ホテルが増えた、行きたいお店は混んでいるし飲食や宿も <b>料金が高い</b> 、ラフティングも混んでた。
・ お土産の種類が少ない、冬季以外の飲食店や観光スポットが少ない、全体的に値段が高い、屋外のフードトラックなどあれば訪れてみたい
・ 飲食店やアクティビティが高い、例えばリピーター割やローカル割があれば良いと思う
・ 開発が進みすぎて自然減少が残念
・ ニセコ特有の飲食情報がないので、別の所（積丹）で食べる
・ 海外みたいになった、高い
・ 食事→お店があるが案内不足、温泉→●●ホテルの温泉は湯量を増やしてほしい、●●温泉→温泉の衛生面が気になる、接客対応が悪い、食事レパートリーが少ない、味は美味しい、アクティビティ→ツアーなどの体験はしたことがない、個人で計画して楽しんでいる、その他→急病でニセコに病院がなくて困った（倶知安町まで行きました、との事）
・ ●●ホテルでしたが車椅子の使い方もわからないのか？出迎えたかたはストッパーもせずに車椅子にのせようとするのでとても危なかった。荷物の台車の使い方もきちんと止めることせず、なのでここは一体どうなってるのかと不安になった
・ 看板等の車に対する案内不足、 <b>宿泊が高い</b> イメージ、目的地にならない、町として乱開発を許すのか、今を保持するのが大切
・ 登山口まで行くバスが欲しい、長野県は登山口まで行くので羊蹄山の周辺もそのようにして欲しい、飲食店が少ない、ラーメン屋が欲しい！ホテル・飲食・体験アクティビティなど観光情報がまとまっていて取り敢えずココに行けば間違いないっていうような総合観光案内所があると良い、スキーができて気軽に泊まれるホテルがない、料金が高くて泊まらない

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

43

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「宿泊施設」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・ <b>長期滞在</b> の宿泊施設が足りない
・ 定休日がわかりにくいし予約も取り難い、ニセコをアピールするわかりやすいお土産がない、●●ホテルのスタッフ不足、自然が壊れていってる、残すべきところを残して、もっと情報誌が欲しい、イベント等の案内がほしい、6月～10月の魅力アップ要改善、ロングステイもっと選択肢ほしい、低コストなものがない、キャバ増やして
・ 宿泊施設の設備が古い、洋室の部屋で年代を感じるにおいががした、車がないと移動できない、レンタカーをやめて電車で来たが駅前には昼間にも関わらずタクシーがとまっていなかった、電車は2両編成で本数も少ない、お天気次第などところ
・ <b>長期滞在</b> (15～30日)の宿泊施設が少ない
・ 乗馬でもっと森の中に行くようなコースほしい、食事するところ少ない、子供向けがない、温泉が減った、安くしてほしい
・ <b>長期滞在</b> できる宿泊施設がない、●●ホテルに年間200泊ほとする、ゆっくり過ごして地域の良さを感じたい、お土産でコレってものがない
・ 【飲食】料金が安い、リーズナブルなお店があると良い【お土産】品数が少ない、スイーツなど日持ちするものが欲しい【体験】ラフティングの会社がたくさんあってどこを選んだら良いかわからないので各社の特徴を盛り込んだ比較表みたいなまとめたものがあれば助かる【駐車場】スキー場の駐車場の場所がわかりづらい、看板が欲しい【アクティビティ】子供（小学生）が遊べる場所が欲しい【宿泊】大家族でも泊まれるリーズナブルな宿があると良い
・ 全般的に金額が高い
・ 開発が進んでいる、土地が高い、飲食も高い、定山溪や北湯沢だと1万円ちょいで泊まれる、雑貨兼カフェが欲しい！！雑貨は可愛くて家に飾るようなものが良い、アクティビティは何があるかわからない、写真スポットがあると良い
・ 宿泊施設が高すぎるのでホロホロ山荘的なお手頃な温泉宿があればいい、家に合いそうなインテリア雑貨が増えて欲しい、ジェルキャンドルとかもっと増やしてほしい、アクティビティをもっと分かりやすく表示してほしい、何があるのかよか分からない、道民のためのドライブコースとかもあったら最高、道外の人だけでなくニセコのことを知りたい人はたくさんいると思うので日帰りでも一泊コースでも充実してくれるととっても沢山行ける

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

44

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「宿泊施設」

※不満足分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・お店が少ない、ホテルの温泉内風呂が汚い
・宿泊施設の現地スタッフが海外の人で日本語が通じず困った
・食事→営業時間が短い、お土産→少ない、宿泊→他所
・廃墟や廃ホテルがそのままで景観が悪い、飲食店の閉店が早い、インフラ整備が進んでない、鯉川温泉等昔からある日帰り温泉が減った
・自然=ニセコなので上手に残してほしい、飲食店などの個人店への道案内が雑でお店があるか不安になる、公共交通の不足、運転できない人への代替案が欲しい、甘露の森の宿泊施設の窓から見える風景が自然を楽しめず残念だった
・色々値上げしてる
・宿泊→駐車場からホテル入り口のアプローチが悪かった、入り口がわからなくて困った、食事→道がわかりづらい、全体→道案内が少なくて不安
・ペットと泊まれるところもっと欲しい、預けるところ欲しい、ドックランも
・ホテルの温泉が狭い
・外国人向けのホテルで <b>料金が高い</b> 、アクティビティの種類は増えたが天候に左右される、子供が遊べるところが欲しい
・ホテルのお湯がぬるすぎた
・オシャレすぎてどんなお店なのかわかりづらい、飲食店or雑貨店なのかわかるようにしてもらえると立ち寄りやすい、ジップラインや他のアクティビティなど手軽な料金にして欲しい
・値段が高い、アクティビティが何があるかわからない
・情報がわかりにくい、●●ホテルはキッズスペースがあるわりには浴場に子供用のボディーソープ等がない

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

45

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「宿泊施設」

「宿泊施設」に対する具体的な不満は、料金がなくて外国人向けとする回答が多く目立つ。

【出現率の高いキーワード】

- ・「料金」→高い、外国人向け、連泊できない
- ・「長期滞在」→宿泊施設が少ない

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ！ニセコの観光」

46

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「アクティビティ」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・アクティビティ→外人さんが多い所は行きづらい、スキー場などで観光目的の人が休憩所を占拠されていて利用できず困った
・静かに満喫できない、高くして混んでる、お土産が変わり映えない、家族で泊まりに来づらい
・飲食のお店が少ない、交通の便が悪い
・自然→虫が怖い、アスレチック遊びがしたい
・宿は高いイメージで外国人向け、お年寄り向けのアクティビティがない
・飲食店やアクティビティが <b>高い</b> 、例えばリピーター割やローカル割があれば良いと思う
・電車の時刻表が調べづらい、アクティビティ→一人で体験できるところが少なく受けられない、車なしなのでニセコ周遊バスなどが欲しい(ニコットバスは利用しているが近郊まではいけないのが不便)
・登山口まで行くバスが欲しい、長野県は登山口まで行くので羊蹄山の周辺もそのようにして欲しい、飲食店が少ない、ラーメン屋が欲しい! ホテル・飲食・体験アクティビティなど、観光情報がまとまっていて、取り敢えずココに行けば間違いのないような総合観光案内所があると良い、スキーができて気軽に泊まれるホテルがない、料金がなくて泊まれない
・乗馬でもっと森の中に行くようなコースがほしい、食事するところ少ない、子供向けがない、温泉が減った、安くしてほしい
・アクティビティでトイレがあったけど手を洗うところに石鹸がなかった
・アクティビティ→寒かった、手作り体験なども案内があれば体験できた、自然→牛などに触れてみたいが場所がわからなかった
・【飲食】料金が <b>高い</b> 、リーズナブルなお店があると良い【お土産】品数が少ない、スイーツなど日持ちするものが欲しい、【体験】ラフティングの会社がたくさんあってどこを選んだら良いかわからないので <b>各社の特徴を盛り込んだ比較表</b> みたいなまとめたものがあれば助かる【駐車場】スキー場の駐車場の場所がわかりづらい、 <b>看板</b> が欲しい【アクティビティ】子供(小学生)が遊べる場所が欲しい【宿泊】大家族でも泊まれるリーズナブルな宿があると良い

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ!ニセコの観光」

47

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「アクティビティ」

※不満分野が複数ある場合は、各分野で回答が重複している。

・開発が進んでいる、土地が高い、飲食も高い、定山溪や北湯沢だと1万円ちょいで泊まれる、雑貨兼カフェが欲しい!! 雑貨は可愛くて家に飾るようなものが良い、アクティビティは何があるかわからない、写真スポットがあると良い
・宿泊施設が高すぎるのでホロホロ山荘的なお手頃な温泉宿が有れば良い、家に合いそうなインテリア雑貨が増えて欲しい、ジェルキャンドルとかもっと増やしてほしい、 <b>アクティビティをもっと分かりやすく表示</b> してほしい、道民のためのドライブコースとかもあったら最高、道外の人だけでなくニセコのことを知りたい人はたくさんいると思うので日帰りでも一泊コースでも充実してくれるともっと沢山行ける
・自然→人工物が写真に写るところ、アクティビティ→ <b>案内</b> が雑
・アクティビティ→ラフティングの <b>案内</b> 、 <b>説明</b> が分かりづらい
・ジップラインの <b>料金が<b>高い</b></b>
・アクティビティ誤植、体験なし
・オシャレすぎてどんなお店なのかかわかりづらい、飲食店or雑貨店なのかわかるようにしてもらえると立ち寄りやすい、ジップラインや他のアクティビティなど手軽な料金にして欲しい
・値段が高い、アクティビティが <b>何があるのかわからない</b>
・料金が全体的に高い
・ジップラインの <b>料金が<b>高い</b></b> (花園)
・アクティビティ <b>高い</b>

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここがダメだよ!ニセコの観光」

48

## ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容

### 「アクティビティ」

「アクティビティ」に対する具体的な不満は、案内や説明などの情報提供の面や料金面での不満が目立つ。

【出現率の高いキーワード】

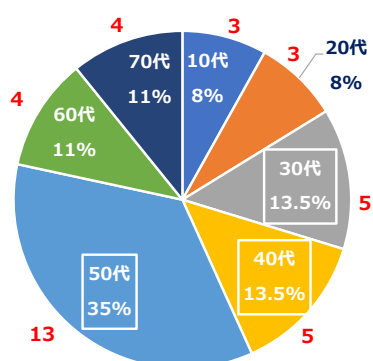
- ・「料金」→高い
- ・「案内」「説明」→雑、わかりづらい

## 情報提供の面での不満

「ここがダメだよ調査の詳細 不満の具体的な内容」より抽出

### 世代別の割合

(抽出数37件)



情報提供の面で不満を感じている世代別の割合は、「50代」が35%で最も多く、次いで「40代」と「30代」がそれぞれ13.5%、「60代」と「70代」がそれぞれ11%、「10代」と「20代」がそれぞれ8%になっており、**Y世代～X世代の「30代」～「50代」で全体の約6割(62%)**になっている。

### (10代)

- ・食事→場所が不案内、アレルギー表示がないので食べられない
- ・アクティビティ→ラフティングの案内、説明が分かりづらい
- ・アクティビティ→初めての場所での体験なのに駐車場から現地への道がわからずに困った

### (20代)

- ・食事→webサイトなどでもよいので一覧が欲しい、全体→駐車スペースの有無の表記がない、個人店→営業案内板のサイズが小さく不親切、大きくしてほしい
- ・飲食店の駐車場の情報が掲載されていないことが多い
- ・情報がわかりにくい

**(30代)**

・お土産→人気商品の販売場所がわからない
・ラフティングの会社がたくさんあってどこを選んだら良いかわからない、各社の特徴を盛り込んだ比較表みたいなまとめたものがあれば助かる、スキー場の駐車場の場所がわかりづらい、看板が欲しい
・久しぶりに来ると景観が変わっているので道が分かりづらい、もう少し看板などがあると助かる
・ネットのお店情報等が更新されていない
・食事→営業時間がわからない

**(40代)**

・飲食店→道がわかりづらく、個人店に行きづらい
・食事→アレルギーがあるので記載がなくて不便、飲食店の案内がなくわからない
・お土産の販売や、その生産者、作家、工房などのこだわりの紹介など情報発信をもっと積極的にした方が良いと思います
・どこに行くにしても、道が分かりづらいのが不便といえば不便
・飲食店などの個人店への道案内が雑

**(50代)**

・羊蹄山の案内不足、行き方がわかりにくい
・ニセコ限定品の購入場所一覧希望、アクティビティ→HPなどに事前準備に何が必要かの記載がなく利用する時に不便を感じた
・食事→道がわかりづらいのに加え案内がないので到着まで不安
・道がわかりづらい、お店の紹介やニセコのいいところ、写真スポットなどの案内看板みたいなものがあると良い
・電車の時刻表が調べづらい
・看板等の車に対する案内不足
・ホテル・飲食・体験アクティビティなど観光情報がまとまっているととりあえずココに行けば間違いはないというような総合観光案内所があると良い
・お土産→購入先一覧が欲しい
・webで情報を調べたが四季別の情報案内が欲しいと感じた
・夏と秋の情報が少ない、冬以外の楽しみ方がわかりにくい
・宿泊→駐車場からホテル入り口のアプローチが悪かった、入り口がわからなくて困った、食事→道がわかりづらい、全体→道案内が少なくて不安。

**(50代)**

・道の案内が少ない
・ニセコ観光をまとめた観光地や温泉 食べ物 買い物などいっぺんに探せるものがあってクーポンなどがあるアプリ（ニセコ攻略）みたいなのがあったらいいなあ、そこに口コミなどが見れると参考になるし…とは言ってもニセコ最高！

**(60代)**

・車の止めてよい場所が駐車場以外はわかりづらい
・情報まとめたものがない
・ニセコ特有の飲食情報がないので、別の所（積丹）で食べる
・ネットしない人には情報がない、観光協会TEL繋がらない、人が少ないなら転送等して対応するべき

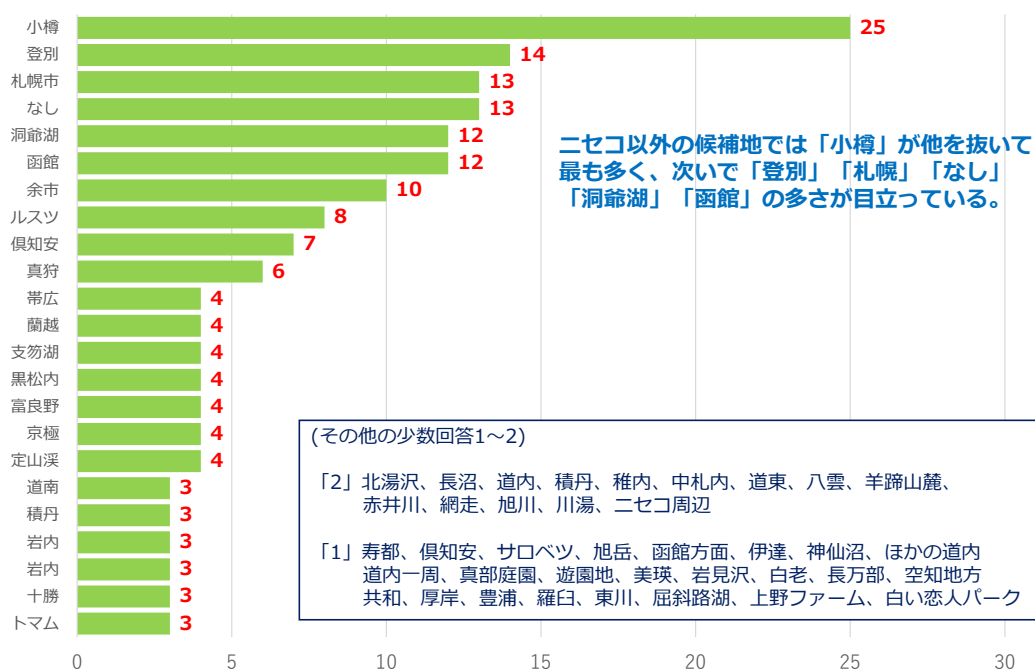
**(70代)**

・敢えて言うなら、人気のお店の道が少しわかりづらい
・工事中の指示がわかりにくい
・もっと情報誌が欲しい、イベント等の案内がほしい
・道案内の看板が少ない

令和3年総務省情報通信白書より  
年代別のインターネットとソーシャルネットワークサービスの利用状況  
2020年調査

情報提供の不満の割合	年代	インターネット	ソーシャルネットワーク
8%	6～12歳	80.7%	37.6%
	13～19歳	96.6%	86.1%
62%	20～29歳	98.5%	90.4%
	30～39歳	98.2%	86%
	40～49歳	97.2%	81.5%
11%	50～59歳	94.7%	75.8%
	60～69歳	82.7%	60.6%
11%	70～79歳	59.6%	47.5%
-	80歳以上	25.6%	46.7%

今回の観光ではニセコ以外の候補地はありましたか？(複数回答)



## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・景色、道の駅
・空の色、 <b>自然</b> 、夏の涼しさ
・ <b>羊蹄山</b>
・ <b>自然</b> の多いところ
・道の駅めぐりが楽しい、多少離れている観光地がドライブを楽しめるので良いと思う、近すぎると逆に楽しめない
・日帰り圏内なので楽しめる
・全体的にとっても良い、ロケーションは特に好ましい
・ <b>羊蹄山</b>
・食事はとても楽しめた、高橋牧場が好き
・食べ物（そば、サンドイッチ）広州屋台、冬→（コロナ禍の為）ここ数年はスキー利用のストレスがなく好ましい
・ <b>自然</b> が豊かなところ、 <b>羊蹄山</b> がとにかく大好き
・ <b>羊蹄山</b> 、迫力がある、おしゃれ
・小洒落ている、食べ物がおいしい、高橋牧場のビュッフェ最高でした
・食事おいしかった <b>羊蹄山</b>

・ <b>野菜</b> が安い、道の駅きれい
・全部
・ビュッフェとお土産はとても良い
・ <b>野菜</b> が安い
・ <b>野菜</b> が新鮮、札幌より <b>野菜</b> が安い
・ <b>自然</b> が多い
・ <b>野菜</b> がおいしく、地産地消に好感、クオリティーも高い
・高橋牧場がとても好き
・ <b>自然</b>
・美味しい <b>野菜</b>
・ <b>自然</b> 、 <b>野菜</b>
・天気が良い
・ <b>羊蹄山</b>
・ <b>野菜</b> が安い

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

55

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ <b>自然</b>
・景色がいい <b>羊蹄山</b>
・ <b>羊蹄山</b>
・ <b>野菜</b> が美味しい、 <b>羊蹄山</b> 、 <b>温泉</b> 、 <b>野菜</b> を買いに気軽に来れる
・（コロナ前は） <b>温泉</b> が楽しみ
・街並み綺麗
・ <b>野菜</b> （いも、カボチャ）美味しい、 <b>乳製品</b> も楽しみ、まっかりーな、楽しかった
・美味しい
・スキー場、道の駅
・ <b>自然</b> が多い
・冬のスキー、アンヌプリ
・食べもの美味しい
・ <b>自然</b> 、新鮮な <b>野菜</b>
・ <b>自然</b> の美しさ

・綺羅街道、駅前街並み綺麗、変わった <b>野菜</b> スーパーで売ってないもの購入できる
・ <b>羊蹄山</b>
・ <b>自然</b> が豊か、 <b>羊蹄山</b>
・居酒屋マンモス、マスター、安くて美味しい、アットホーム
・ <b>農産物</b> 、おみやげが美味しい
・ <b>温泉</b>
・日によって違う <b>羊蹄山</b>
・ <b>野菜</b> が安価で種類が豊富
・ <b>羊蹄山</b> 、 <b>温泉</b>
・ <b>乳製品</b>
・毎回ゆうせんかくに泊まって帰りに高橋牧場に寄って買い物する、ロールケーキと飲むヨーグルトを購入する、美味しい！
・ <b>自然</b> 、食べ物、 <b>羊蹄山</b>
・ <b>自然</b> 、 <b>野菜</b>
・居酒屋マンモス！マスターが良く、お店もアットホームな感じで安くて美味しかった

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

56

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ <b>自然</b> が多い
・ <b>自然</b>
・ 高い建物がない、景色が広い
・ のどか
・ 空気が美味しい
・ ハロウィンかぼちゃ
・ 道の駅の対応が丁寧で親切、飲食、土産物店など、店員さんの対応は◎
・ <b>羊蹄山</b> 、スキー場
・ 特に活動的な夏と、広大で <b>自然</b> が豊かなこの土地と、種類が豊富で新鮮な <b>野菜</b> 類などを買い求めるワクワク感がたまらない
・ 春夏秋冬、 <b>自然</b> が楽しめる、スキー体験も楽しかった
・ <b>自然</b> が豊か、街並み綺麗
・ <b>自然</b>
・ 観光施設が充実している

・ 山
・ <b>自然</b> 、空気美味しい、神仙沼
・ カフェが多い
・ 大 <b>自然</b> と爽やかな空気
・ <b>羊蹄山</b> がとてもきれいだった
・ <b>自然</b> 豊かな景色が最高です!
・ 晴れた日の景色が最高でした、高橋牧場のビュッフェに行きましたが、羊蹄山を見ながら食べるお昼はとても美味しかったです
・ サヒナキャンプ場、五色 <b>温泉</b> 、スキー場
・ 気候 夏の過ごしやすさ、湧き水、 <b>温泉</b> 、札幌、小樽から車でアクセスいい
・ 空気が美味しい、 <b>自然</b>
・ どこを切り取っても楽しい
・ 空気がおいしく景色は楽しめる
・ <b>自然</b> が多い

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ <b>羊蹄山</b>
・ どこも好きだが、特に景色はどこも素敵
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b>
・ 高橋牧場は逆に山が一望できるので写真スポットでよく利用している
・ <b>自然</b> 、 <b>野菜</b> の苗がいい
・ 渋滞なし
・ 道の駅に活況がある
・ 景色
・ アスパラがおいしい
・ <b>野菜</b> が安い、ゆりね
・ <b>自然</b> 、 <b>野菜</b> が安い
・ <b>自然</b> とか建物とかが心地よくて涙が出てきた

・ 道幅が広くて楽しかった
・ 人が良い
・ <b>自然</b> 乳製品
・ とにかく芋が一番おいしい
・ 期待通りの場所ばかり、二セコビールが楽しみ ( <b>自然</b> が好きなので) お天気がよければ最高
・ 母がお店に立ち寄り、たまたまテレビでやっていた店と気づき、スヌードを一目惚れして購入し喜んでいました、高橋牧場でマロンのジェラートが美味しかった
・ 綺羅の湯で美味しい <b>野菜</b> が安く売っていた
・ <b>自然</b> が豊か。ホテルから見える景観がとても良い
・ 接客が良い
・ 食事は美味しい、アクティビティ→楽しく体験できている、 <b>羊蹄山</b> の案内も◎
・ 食べもの美味しい、ウィンナーソーセージ欲しい
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b> が豊かで温泉もあり、食事も美味しかった



## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・おおらか、 <b>自然</b>
・ <b>自然</b> 、 <b>温泉</b> 、滝本旅館
・ <b>温泉</b>
・空気とご飯がおいしい
・大 <b>自然</b> （山々、川、 <b>温泉</b> 、湧水、新鮮な <b>野菜</b> 、美味しい空気）などをたくさん味わえ、かつ洗練されたレストランやカフェなどたくさん選択肢があるところ
・綺麗な <b>自然</b>
・ <b>野菜</b> が美味しかったです
・アクティビティ→ラフティングの体験をよくする、楽しい、虫取り最高！
・登山、スキー教室の先生はとてもやさしい
・水や <b>野菜</b> 、 <b>乳製品</b> が美味しい、 <b>自然</b> が美しい
・ <b>野菜</b> が多いのでよく来ます、細かなところのとても気配りが行き届いているので大好き！
・ <b>羊蹄山</b>
・ <b>羊蹄山</b> 大好き！

・二セコのジャガイモと、京極のお豆腐が目的なのでまた来ます
・ <b>自然</b> が豊かなところ
・スタッフ洗練されてる、ホスピタリティある
・日帰りできる二セコは定番コース！天然水がおいしい、秋の新じゃがは格別
・ <b>野菜</b> などの特産品は毎回楽しめる
・ <b>羊蹄山</b>
・ <b>温泉</b>
・物価が高いという認識の二セコの生產品（ <b>野菜</b> など）が安く購入できる道の駅が楽しかった
・ <b>温泉</b> 、雪秩父が好き
・ <b>温泉</b> が好き
・ <b>温泉</b>
・川遊び（魚釣り）が楽しいのでよく来ている
・特に無し
・道の駅の <b>野菜</b> や食べ物たくさん、花がきれい、看板があってわかりやすい

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

59

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ <b>自然</b> なところ、海外の方が入りすぎてこの良さが失われないよう考えて欲しいです、ダメなところは特にないですよ
・ <b>羊蹄山</b>
・風景、美味しい農産物、 <b>温泉</b> 、雪質
・ <b>羊蹄山</b>
・じゃがいも買って良かった
・ <b>自然</b>
・ <b>羊蹄山</b> の眺望
・街並みが良い、 <b>自然</b> が見える、ラフティング
・ラフティング
・ <b>温泉</b> が豊富、長野・白馬の雰囲気似ているところ
・田んぼなどの風景
・食べ物美味しい、人情味がある
・ <b>自然</b>
・ <b>温泉</b>

・スケッチできる場所が多くて楽しい、高橋牧場のヨーグルトがおいしい
・食べ物が美味しく <b>羊蹄山</b> が素晴らしい
・食べ物、特に <b>野菜</b> がおいしい
・ほどよい田舎、建物おしゃれ、女子ウケ大事、かわいくておしゃれなもの
・ <b>自然</b> が豊か
・宿のお出迎え、案内は心地よい
・チーズ工房、ビュープラザは必ず来る、道が走りやすい
・ <b>温泉</b> 、景色がいい
・信号ない 白樺 熊笹、大 <b>自然</b>
・ <b>羊蹄山</b> 周辺の景色と湧水、新鮮 <b>野菜</b>
・やまと畑の景色がほっとして落ち着く
・ <b>温泉</b>

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

60

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ 空気
・ 皆さん地域の方が大変優しく、親しみやすかったです
・ <b>自然</b> がいっぱいでしたリフレッシュ出来ました
・ <b>羊蹄山</b> が良い
・ 食べ物がおいしく、 <b>自然</b> が豊か
・ <b>自然</b> 、ソフトクリームが濃厚で美味しい
・ <b>自然</b> 満喫
・ 何を食べても全て美味しいところです
・ 写真スポットが多く楽しい
・ <b>自然</b>
・ <b>羊蹄山</b> ソフトクリーム
・ <b>自然</b> がすごい
・ 食べ物の美味しい、景色
・ <b>羊蹄山</b>

・ 人優しい、 <b>自然</b>
・ ご飯がおいしい、 <b>農産物</b> を安く買える
・ 美味しいお店
・ <b>自然</b> が豊か、孫とスケッチするのが楽しい、 <b>羊蹄山</b> 大好き
・ 食事→魚一心美味しかった
・ 食べ物、 <b>野菜</b>
・ 景色がきれいでとても癒されました！
・ ソフトクリームがとても美味しかったです
・ <b>野菜</b> が美味しい、 <b>自然</b> がいい
・ <b>大自然</b> 、 <b>羊蹄山</b>
・ <b>自然</b> 、 <b>羊蹄山</b>
・ ゴンドラなどで道民割適用できてよかった、 <b>温泉</b>
・ 新しいお店が増えたので行ってみたいところが増えた
・ 街並みがきれい

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

61

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ <b>羊蹄山</b> が素晴らしい、 <b>自然</b> 資源
・ <b>自然</b>
・ とにかく景色がいい
・ お土産にする農産物は新鮮で発送対応もしてくれるので便利
・ <b>野菜</b> が安い
・ 景色 紅葉
・ ハロウィンかぼちゃ
・ 嫌なところはなし、札幌からいい距離、お土産は <b>野菜</b>
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b>
・ どこにいても山が見える
・ <b>羊蹄山</b> 大好き、五色の路が楽しみ
・ 景色

・ <b>自然</b> が豊か
・ 下調べなしで入ったが、道の駅が意外に楽しめた
・ ハロウィン用力カボチャがいたるところに飾ってあるのが楽しい
・ スキー場、温泉（五色、雪秩父）
・ 写真スポットが多いので楽しい
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b>
・ 水が美味しい
・ 甘露の森林
・ お水、 <b>温泉</b> 、 <b>乳製品</b> 、道の駅
・ ホテル
・ 少々不便でもよいので <b>自然</b> が豊かであってほしい！
・ 季節の <b>野菜</b> （アスパラなど）が好き
・ <b>羊蹄山</b>

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

62

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ 食事→ <b>そば</b> はどのお店も美味しい
・ 風景、 <b>自然</b>
・ 空気がおいしい、体がずっと楽になる
・ お風呂、今日は黄金 <b>温泉</b>
・ 滞在先のホテル
・ <b>温泉</b>
・ <b>野菜</b> 新鮮、安い、二セコ豚
・ <b>自然</b> 、スキー、登山、野菜
・ <b>自然</b> 、 <b>温泉</b>
・ 特産品が多い
・ <b>自然</b> が豊かなところ
・ <b>温泉</b> でのんびり
・ 道がわかりやすい 走りやすい
・ <b>農産物</b>

・ <b>温泉</b>
・ <b>自然</b>
・ <b>自然</b>
・ <b>温泉</b> 、 <b>自然</b> が多い
・ 綺羅乃湯が好き
・ 道案内ちゃんとしてる
・ <b>温泉</b> が好き（五色、グランドホテル、薬師温泉、雪秩父）お土産→2年ほど前に来た時、目的のものがなかったがその後の対応がとても良く、電話で置き置き予約ができる所、野菜おいしく安い
・ 食事、 <b>野菜</b> などの素材がとても良い
・ 新鮮な <b>農産物</b>
・ 新鮮な <b>農産物</b>
・ <b>温泉</b>
・ いちむらの <b>お蕎麦</b> 好きです、道が分かりやすい
・ 水が美味しい、アクティビティ

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

63

## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

・ ホテルヒルトンは最高に良い
・ 直売の <b>野菜</b> が安い 変わった種類
・ 景色、食べ物
・ 建物、個性的、景観
・ お店が多くなってきた(たぶんヒラフエリアのことを言っている)
・ 高橋牧場の牧草ロールと <b>羊蹄山</b>
・ 牧草ロールが二セコっぽいので写真スポットによい
・ <b>自然</b> 、しばらく前に修学旅行でラフティングの体験をしたのがとても楽しかった！！またやってみたい
・ <b>羊蹄山</b> が綺麗
・ <b>羊蹄山</b>
・ 天気より景色が違う
・ いつきても楽しめる、 <b>温泉</b> 、道の駅、街がおしゃれ
・ 自転車でホテルから高橋牧場まで来たが景色がよくて楽しい！（帰りは上り坂なのでちょっと心配）
・ アウトドア体験多い

・ 日帰り <b>温泉</b> が多い
・ 空気が美味しい
・ <b>温泉</b> が豊富なので楽しい
・ 食べ物が美味しい
・ 景色
・ <b>温泉</b> 、 <b>野菜</b> 、ユリ。食事→どこも美味しい。
・ <b>自然</b>
・ 今からなのでなし
・ <b>自然</b> 、 <b>野菜</b> が安い
・ <b>羊蹄山</b> 、飲食店が増えた
・ はじめてのコンドミニアム体験（道民割を使って安く泊まれた）
・ 特に観光はしてませんが、とにかく広大な <b>自然</b> が多くて癒やされました。知人から聞き、高橋牧場のシュークリームを食べました、美味しかったです、料理が好きなので <b>野菜</b> の直売所は毎回ワクワクします。
・ <b>自然</b> が素晴らしい。

二セコ町商工会 二セコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！二セコの観光」

64



## 最後の質問です、今回の二セコ町の観光で良かったこと

「今回の二セコ町の観光で良かったこと」としては、自然や野菜(農産物)とする回答が多数を占めており、乳製品(酪農品)とする回答も多い。温泉とする回答も多く、多数ではないが蕎麦や接客とする回答もある。

【出現率の高い二セコ町観光の強みのキーワード】

- ・「自然」「アクティビティ」「羊蹄山」
- ・「野菜(農産物)」「乳製品(酪農品)」
- ・「温泉」
- ・「蕎麦」
- ・「接客」

## その他

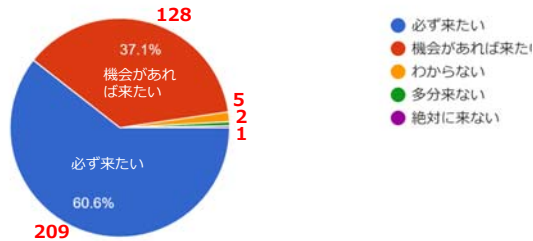
・海外の人が多すぎて地元、日本観光客を軽視している、大切にしてほしい
・二セコリバーサイドキャンプ場を利用、とても良かった、天候などにもよるのでアクティビティなどは、フレキシブルに対応してもらえたらなお嬉しい
・小樽からよく来る、冬以外の楽しめること認知度低い、PR不足、町がきれいにはなったけど入りづらい店が多い
・駐車スペースについてはリアルタイムで利用可能かがわかるとなお嬉しい(無理だとは思っていますが、との事)
・バリアフリーの施設が少ない、整備したらもっといろんな年齢や障害ある人も一緒に楽しめる
・毎年2ヶ月コンドミニアム泊でサテライトオフィスにしている、倶知安にはたくさんあるのに二セコ町内に少ない、2ヶ月不満なく過ごせる施設が欲しい
・温泉まではいかないけど気軽に立ち寄れる足湯がない、食事はヒラフで、雪が降る前に羊蹄山麓に
・二セコは通り道なので休憩にちょうど良い、アクティビティ→タイミングが合えば体験したい(未体験)
・開発、整備などと自然のバランスを取ってほしい、高いお店ばかりではなく、幅広く選択肢が欲しい(食事、宿泊全般)
・農産物目当てで月イチで来ている
・お店など行き先場所は毎回ピンポイントで訪問、事前に決めてから行く
・来てても同じお店ばかり、どこに行ってもいいのかわからない

・二セコは冬のイメージ、夏のイベントもっとやって、ぜひ二セコでフェスを!(ライジングサンみたいな)
・無秩序な開発、日常買い物できるところが少ない、もっと体験イベントなどを増やして、二セコだけでなく近隣の町と連携して観光できるように
・●●の従業員が食事の際口うるさくそのせいで嫌な思いしかない、凄く腹が立った

## ここがダメだよ！ニセコの観光 ニセコ観光の不満度調査

### 全体の97%がニセコ町に観光でまた訪れたいとしている

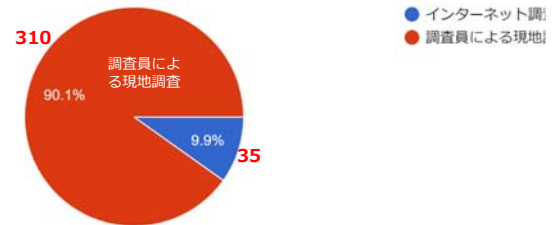
またニセコ町に観光で訪れたいと思いますか？  
345件の回答



またニセコ町に観光で訪れたいかという問いには、**全体の6割が「必ず来たい」と回答し**、約4割の37.1%が「機会があればまた来たい」になっている。全体の97%がニセコ町に観光でまた訪れたいとしている。

### 全体の9割が調査員による現地調査

アンケート回答種別  
345件の回答



アンケートの回答種別は、「調査員による現地調査」が全体の9割、「インターネット調査」が1割になっている。

## ☑ ニセコ町観光の不満の解消と更なる満足度の向上に向けて

### ☑ 全体の調査概況

ニセコ町への訪問回数が10回以上のヘビーユーザーがとて多く、初来訪が全体の2割でリピーターが全体の8割になっている。来訪者の7割が北海道で、そのうちの半数以上が札幌からの来訪になっている。ニセコ町に訪れた目的で最も多いのは「特産品の買い物を楽しむため」で、旅行前の情報収集では「その他Webサイトやブログ」が最も多くなっている。そのうち世代別では「50代」が25%で最も多く、X世代～ベビーブーム世代の「40代」～「60代」で全体の約7割になっている。利用されているWebサイトではGoogleサイトの利用が多くなっている。ニセコ町以外の観光の候補地では「小樽市」が最も多くなっており、ニセコ町観光に対する不満度は「食事・飲食店」で高い傾向にあり、また満足と不満を合わせた総合的な満足度の面でも「食事・飲食店」に対する評価は他の4分野と比べて相対的に低くなっている(19～21ページ)。またニセコ町に訪れた目的で最も多かった「特産品の買い物を楽しむため」に関連する「おみやげ品」に対する総合的な満足度においても、その期待に相応しい満足度には届いていなかった。(19～21ページ)

ニセコ町観光に対する具体的な不満内容で目立つのは、『自然』の分野では、「自然破壊」「情報提供」「移動手段」などの面で不満が多く、『食事・飲食店』の分野では、「食事・飲食の環境」「利便性」「情報提供」などの面で不満が多くなっている。『おみやげ品』の分野では、「品揃え」「商品」などの面で不満が多く、『宿泊施設』の分野では、「料金」「外国人向け」などの面で不満が多くなっており、『アクティビティ』の分野では、「料金」「情報提供」などの面で不満が多くなっている。「情報提供」や「料金」の面については、各分野に横断的に共通する不満になっている。

一方で、ニセコ町の観光で良かったことでは、「自然」や「野菜(農産物)」とする回答が非常に多くなっており、このほかでは「温泉」とする回答も多くなっている。ニセコ町の自然由来に関する面での評価はとて高く、これらの自然的な資源に強く依存して成り立っているニセコ観光の現状が窺える。またその他では、ニセコは冬のイメージばかりではなく、夏のイベントをもっとやってみてはどうかという提案などもあった。

「またニセコ町に観光で訪れたいか？」では、全体の97%がまた訪れたいとしており、時として多様な不満を感じながらも、その一方で、ニセコ町の自然に魅せられた訪問回数10回以上の根強いヘビーユーザーの支持と存在が感じ取れる。

## ☑ ニセコ町観光の「強み」

「自然」や「野菜(農産物)」「温泉」などの自然由来の自然的な地域資源

## ☑ ニセコ町観光の「弱み」

①「今回のニセコ町観光の良かったこと」の問いで自然等の地域資源の面で「良かった」とする回答が多数挙がっていた一方で、商品、サービス、提供方法などの事業活動やその営業活動の面に対しては「良かったこと」とする回答がほとんど挙がっていないこと。

②5分野において観光客が不満に感じていること。

- 『自然』→情報提供、自然破壊(開発)、移動手手段、駐車場の混雑
- 『食事・飲食店』→食事・飲食の環境、閉店時間や店舗の選択肢、キャッシュレス対応などの利便性、営業案内や駐車場、店舗の道案内などの情報提供
- 『おみやげ品』→選択肢や種類、品薄や限定品、コレといったものがないなど、品揃えや商品
- 『宿泊施設』→料金が高くて外国人向けで連泊できない、長期滞在の宿泊施設がないなど、料金や利便性
- 『アクティビティ』→料金や、案内や説明などの情報提供

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

71

## ☑ 今後の戦略の方向性

### ①強みの強化とブラッシュアップ

自然由来の自然的な資源については、個店等で対応する域を超えるものであるから、行政や各関係機関等とも一体となって長期的な観点からその維持と向上を図る。

### ②弱みの改善

今回の観光ニーズ調査の結果をもとにして、それぞれの分野毎に、個店で取り組めることから、一つひとつ改善に着手する。

## ☑ 5分野別の改善の方向性

(1) 各分野に横断的に関係する「情報提供」に関連して情報収集源の検証

### ①「その他Webサイトやブログ」(6ページ、15ページ)

「50代」での利用が最も多く、X世代～ベビーブーム世代の「40代」～「60代」での利用が多くなっている。具体的なツールでは、Googleサイトの利用が多く、世代別では、「40代」での利用が最も多く、次いで「50代」での利用が多くなっている。

### ②「家族・知人」(6ページ)

「60代」での利用が最も多く、X世代～ベビーブーム、サイレント世代の「50代」～「70代」での利用が多くなっており、前掲の「その他Webサイトやブログ」の利用者像よりも、その中心となる利用世代の年代は高くなっている。

### ③「SNS(Instagram、Facebook、Twitterなど)」(7ページ、11ページ)

「50代」での利用が最も多いが、その中心となる利用世代の中心は、Z世代～X世代の「10代」～「40代」へと若くなっている。具体的なツールではInstagramの利用が多く、世代では、X世代の「50代」が最も多く、次いで同世代の「40代」になっている。

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

72

④「雑誌・ガイドブック」(7ページ、13ページ)

その利用者の幅は、「40代」～「80代」へと広がっており、「雑誌・ガイドブック」の情報収集手段としてのその汎用性の高さが窺える。具体的なツールでは、「るるぶ」と「じゃらん」が多く、「るるぶ」は、X世代～ベビーブーム、サイレント世代の「40代」～「70代」での利用が多く、次いで「10代」での利用も多くなっている。「じゃらん」は、ベビーブーム世代の「60代」での利用が最も多く、X世代～サイレント世代の「40代」～「70代」が中心の利用者になっている。

⑤「ニセコ町やニセコリゾート観光協会のWebサイト」(8ページ)

X世代～ベビーブーム、サイレント世代の「50代」～「80代」の中老年層が中心の利用者になっている。

⑥「テレビ・ラジオ」(8ページ)

X世代～ベビーブーム、サイレント世代の「40代」～「70代」の中老年層が中心の利用者になっている。

※「クチコミ」と「YouTube」はサンプル数が少ないため割愛している。

【情報提供の面で不満を感じている世代のITリテラシー】

情報提供の面で不満を感じている世代別の割合は、「50代」が35%と最も多く、そして全体の6割に当たる「30代」～「50代」が不満を感じている中心の世代になっている。一方、一般的に他の世代よりもITリテラシーが低いとされる「60代」と「70代」のその割合は22%になっている。情報提供の面で不満を感じている中心の世代が、InstagramやGoogleサイトの利用世代とそう大きな乖離もないことから、個々のITリテラシーの格差が原因となって情報提供の面の不満につながっているケースは大勢に影響を与えるほど多くはないと考えられ、したがって、例えば、インターネットを使えないなど、ITリテラシーの有無との相関関係はほぼなく情報提供の面で不満が起きていると考えてよいものと思われる。(50～53ページ)

(2) 各分野毎の改善の方向性

旅行前の情報収集源の第1位は「その他のWebサイトやブログ」で、第2位には「家族や知人」がランク入りしている。一般に「家族や知人」からの情報収集とは＝「クチコミ」と考えて差し支えないものと思われるから、ゆえに「クチコミ」もニセコ町に訪れる観光客の情報収集源として「その他のWebサイトやブログ」と同様、来訪に係る検討や意思決定等に非常に大きな役割を果たしていることがわかる。したがって、各分野毎に改善の方向性を考えるうえでは、それが成果としてクチコミに変わっていくように、そのことをイメージして、本調査の結果を踏まえ、まずは今できることで、かつ地道で、小さなことの積み重ねから始めていくことが、本調査の結果を生かしていく基本的な方向性になる。



☑ 改善策の検討 アンケートの不満内容の抽出・整理と意見交換の集約・整理

分野	テーマ	いまからできること	長期的な取り組み	隘路
自然	案内	<ul style="list-style-type: none"> <li>声掛け</li> <li>看板</li> <li>工事中の指示</li> <li>観光モデルコース</li> <li>イラストマップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>写真スポットの案内</li> <li>道案内</li> <li>NISEKO観光アプリ (日本人バージョン、外国人バージョン)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域としての戦略的な課題</li> <li>コストがかかる</li> </ul>
	開発	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>開発ビジョン</li> <li>開発計画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域としての戦略的な課題</li> <li>コストがかかる</li> </ul>
	移動手段	<ul style="list-style-type: none"> <li>送迎</li> <li>情報の整理→情報発信、発信方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>移動手段の多様化</li> <li>カーシェア</li> <li>キックボード、</li> <li>無人バス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域としての戦略的な課題</li> <li>コストがかかる</li> </ul>
	駐車場	<ul style="list-style-type: none"> <li>臨時駐車場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>駐車場整備</li> <li>パーキングシェア</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域としての戦略的な課題</li> <li>コストがかかる</li> </ul>

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

75

分野	テーマ	いまからできること	長期的な取り組み	隘路	
食事 飲食店	虫	<ul style="list-style-type: none"> <li>虫対策</li> <li>クレンリネス</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>そもそもが虫がいる環境</li> </ul>	
	価格	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランディング</li> <li>「Q」「S」「C」の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>意識改革</li> <li>エネルギー原材料資材の高騰</li> <li>人件費の上昇</li> </ul>	
	利便性	閉店時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業時間を長く、又は短く</li> <li>営業時間をずらす、</li> <li>テイクアウト対応</li> <li>無人又はDX営業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ディナー当番</li> <li>定休日当番</li> <li>DX化</li> <li>働き方改革</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>横断的な協力関係</li> <li>経営者の高齢化</li> <li>人手不足</li> </ul>
		店の数 業態の選択肢	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業支援</li> <li>事業承継支援</li> <li>事業間の連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>起業環境の整備</li> <li>ラーメン店</li> <li>ペット同伴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>案件の掘り起こし</li> </ul>
		キャッシュレス	<ul style="list-style-type: none"> <li>キャッシュレス化</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>意識改革</li> <li>手数料</li> </ul>
	案内	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業看板、P看板、道案内</li> <li>ネットから予約</li> <li>丁寧な情報案内</li> <li>HPの更新</li> <li>インスタの活用推進</li> <li>アレルギー表示</li> <li>笑顔、接客スキル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材の育成</li> <li>接客コンテスト、表彰制度</li> <li>NISEKO観光アプリ 日本人バージョン 外国人バージョン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コストがかかる</li> </ul>	

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

76

分野	テーマ	いまからできること	長期的な取り組み	隘路
おみやげ品	選択肢	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 補充、品出し、陳列、仕入れ</li> <li>・ コラボ商品、セット販売</li> <li>・ 既存商品のブラッシュアップ</li> <li>・ 常温商品の充実</li> <li>・ OEM、POPの充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品開発支援</li> <li>・ 商品力の強化</li> <li>・ 人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 案件の掘り起こし</li> </ul>
	限定品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品開発支援</li> <li>・ 農産物加工品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ブランディング</li> <li>・ ニセコブランド認証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 案件の掘り起こし</li> </ul>
	買える場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信</li> <li>・ ビュープラザの活性化</li> <li>・ ふるさと納税</li> <li>・ 販売場所の開拓、自販機、飲食店</li> <li>・ コンビニ、ホテル、移動販売車</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アンテナショップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商材と出店コスト</li> </ul>

分野	テーマ	いまからできること	長期的な取り組み	隘路
宿泊施設	料金	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ホスピタリティの向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人材育成</li> <li>・ 新業態等展開の事業者支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 意識改革</li> </ul>
	連泊 長期滞在	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新たな受け皿</li> <li>・ 新業態等展開の事業者支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲットのギャップ</li> <li>・ 新業態等開発の支援環境</li> </ul>
	外国人向け	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新たな受け皿</li> <li>・ 新業態等展開の事業者支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲットのギャップ</li> <li>・ 新業態等開発の支援環境</li> </ul>

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

77

分野	テーマ	いまからできること	長期的な取り組み	隘路
アクティビティ	料金	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ブランディング</li> <li>・ 「Q」「S」「C」の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 意識改革</li> <li>・ プランニングに時間と手間</li> </ul>
	案内・説明	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 案内、説明、接客スキル</li> <li>・ 営業看板、P看板、道案内</li> <li>・ 丁寧な情報案内</li> <li>・ HPの掲載内容</li> <li>・ インスタの活用推進</li> <li>・ ツールの工夫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人材の育成</li> <li>・ 接客コンテスト、表彰制度</li> <li>・ NISEKO観光アプリ 日本人バージョン 外国人バージョン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コストがかかる</li> </ul>
	利便性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 休憩スペース</li> <li>・ アメニティスペース</li> <li>・ クレンリネス</li> <li>・ シルバー向け、キッズ向けプラン</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コストがかかる</li> </ul>

ニセコ町商工会 ニセコ町観光ニーズ調査「ここだダメだよ！ニセコの観光」

78

## おわりに

ちやくがんたいきよく ちやくしゅしょうきよく

### 『着眼大局、着手小局』～荀子～

ニセコ町に訪れている観光客のほとんどは「また訪れたい」と回答しています。そしてそのように回答した観光客の多くは、これまで10回以上ニセコ町に訪れているヘビーユーザーです。具体的には、ニセコ町の観光はニセコ町の自然的な地域資源に支えられて成り立ち、その壮大な自然の素晴らしさに観光客は感動と魅力を感じて何度も訪れています。今回、不満度調査を実施した「自然」「食事・飲食店」「おみやげ品」「宿泊施設」「アクティビティ」の5分野において、その総合的な満足度は一部の分野では多少の低さはあったものの、全体では決して大きく低いものではありませんでした。これも日頃の各事業者の方々の絶えない苦労と弛まぬ努力ゆえの結果によるものと思います。毎日、本当に、お疲れさまです。ただ一方では、観光客が各5分野に対して抱えている不満もあります。その中でも特に「情報提供」と「価格」の面については、各分野に横断的に共通する不満になっていました。アンケート調査は観光客が持つ多様な不満やニーズを様々な角度から客観的に明らかにしてくれますが、一方でそれがゆえに論点が肥大化し、勢い大きな戦略の考察に終始引っ張られてしまって、その結果、時として肝心の足下に対する考察が疎かになってしまうことがあります。小さなことができない者に、大きなことは成し遂げられません。『着眼大局、着手小局』、中国戦国時代の儒学者で荀子の言葉です。アンケート調査の結果は大局で捉えて、そして小局に手をつけていきます。どのような業種でも、その基本は「**Q(品質)**」「**S(サービス)**」「**C(クレンリネス)**」です。ホスピタリティと言い換えても良いかもしれません。戦略は「Q」「S」「C」の上でのみ成り立ちます。今回のアンケート調査を現状を再認識する機会として捉え、その上でそれぞれの「Q」「S」「C」の再度徹底と改善について、まずは今できることで、かつ地道で、小さなことの積み重ねから始めていくことが肝要です。不満度調査では「価格が高い」という不満が多くありましたが、一般的にお客様はその価格の絶対値としての金額面とそれに付随する付加価値面とのバランスの差で「高い」「安い」を認知します。「笑顔」「丁寧」「あいさつ」「身だしなみ」「クレンリネス」「接客」「サービス」など、いわゆるホスピタリティは付加価値を為すものですから、これらの再度徹底と強化を図ることで「価格が高い」といった感情の緩和や解消に繋がられるかもしれません。本調査の結果を踏まえて、小さなことから、シンプルに、愚直に、そして根気よく着手していけることが、ニセコ町観光の不満解消と持続的な満足向上の唯一の手段だと思いますが、いかがでしょうか。

