

# 「世界水準の観光地」について

---

平成29年3月

国土交通省 北海道局

# 「世界水準の観光地」の検討に当たって

- 北海道が「世界水準の観光地」となって我が国の観光先進国実現をリードするためには、観光業に携わる者だけでなく、オール北海道で取り組んでいくことが重要。
- そのため、目指すべき「世界水準の観光地」のイメージを北海道民の間で共有するとともに、「世界水準の観光地」となることの意味・重要性の理解を深めていくことが重要。

## 「世界水準の観光地」のイメージ

※「世界水準の観光地」の検討に当たって参考とした指標

### （事例1）外国人旅行者受入数、国際観光収入

- ・世界観光機関（UNWTO）発表。国・地域単位。
- ・外国人旅行者受入数、国際観光収入の上位40か国・地域の順位。

### （事例2）世界の人気観光都市ランキング

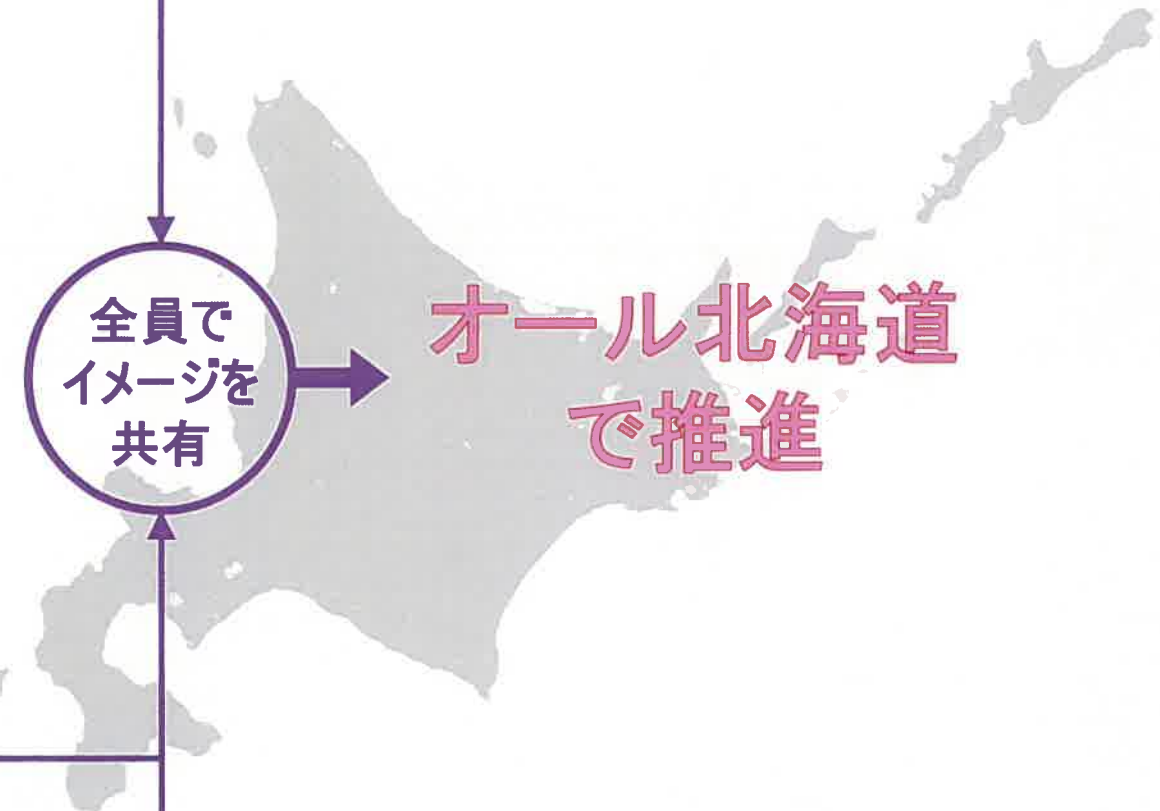
- ・米国の旅行雑誌「Condé Nast Traveler（コンデ・ナスト・トラベラー）」、「Travel + Leisure（トラベル・アンド・レジャー）」発表。都市単位。
- ・富裕層向け旅行雑誌で読者投票型ランキング。

### （事例3）旅行・観光競争力指数

- ・世界経済フォーラム（WEF）発表の「旅行・観光競争力レポート」。国・地域単位。
- ・世界141か国・地域を対象に、4領域14項目93指標について点数を算出し、ランキング化。

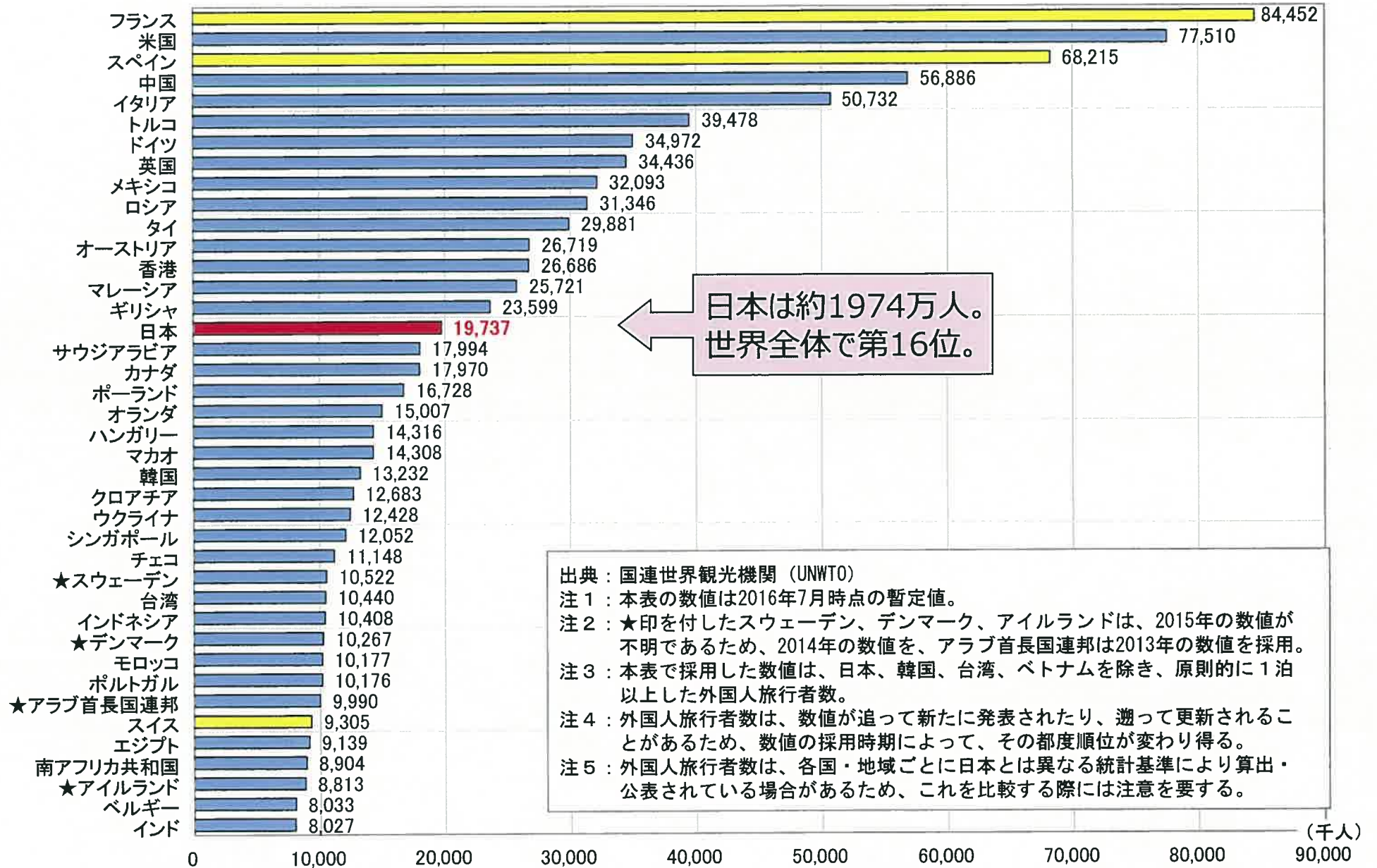
## 2020年の北海道観光の姿

## 観光の地域産業（地元住民）への波及効果



外国人旅行者受入数は、観光先進国のイメージが強いフランス、スペインなどが上位である一方で、スイスは第35位。

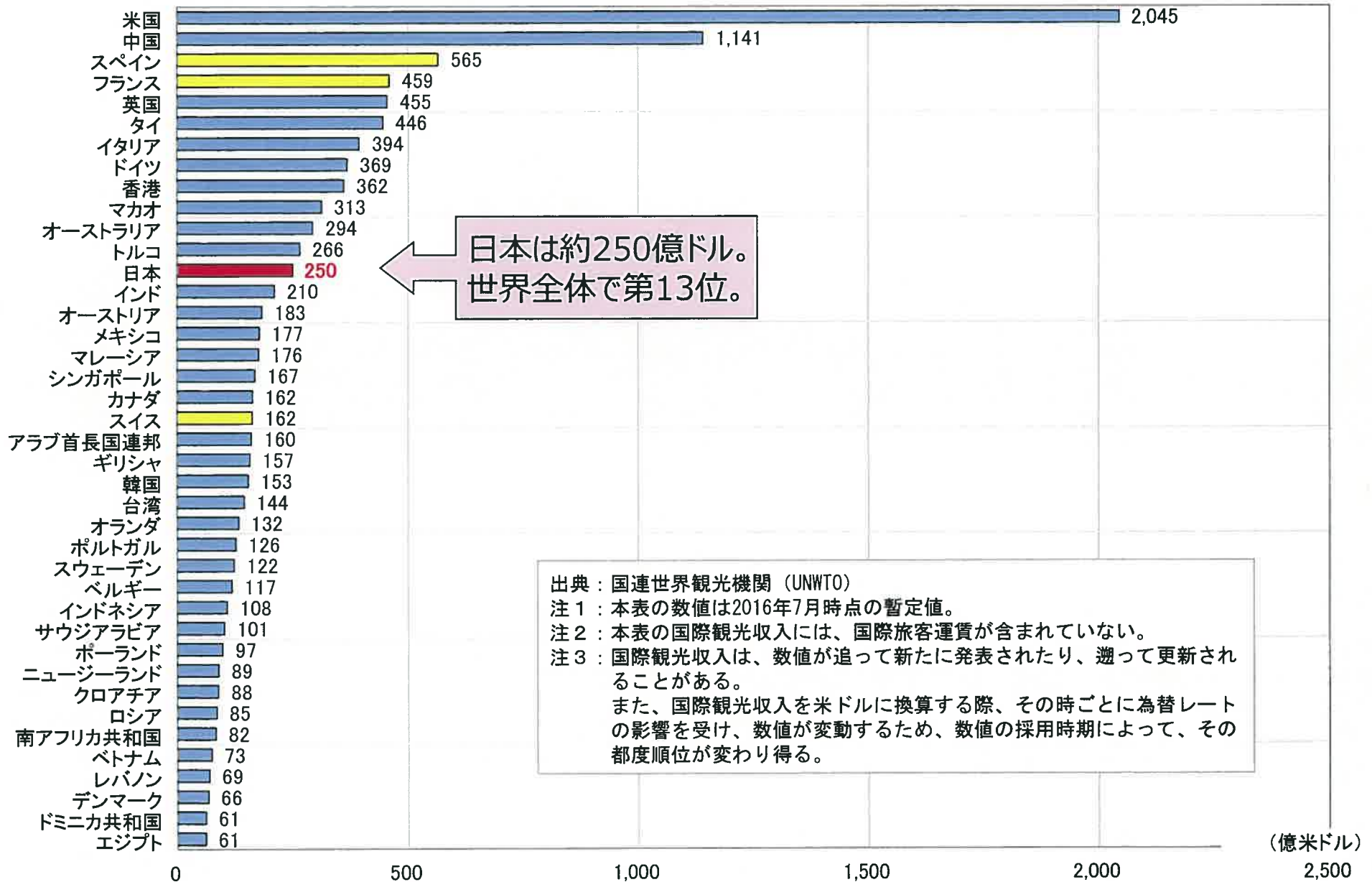
### 世界各国・地域の外国人旅行者受入数（2015年 上位40位）





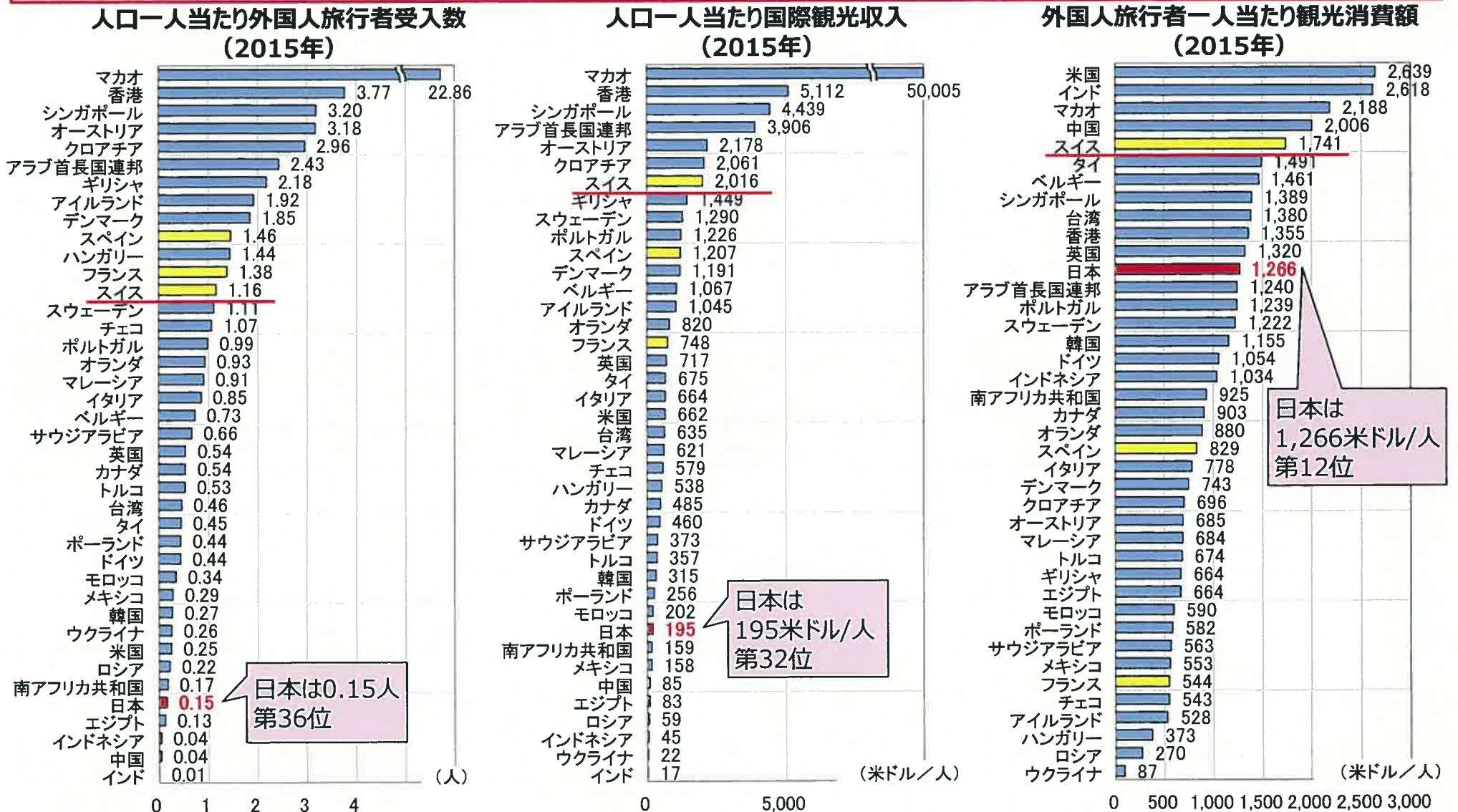
国際観光収入は、米国が第1位となり、フランス、スペインも上位である一方で、スイスは第20位。

### 世界各国・地域の国際観光収入（2015年 上位40位）



# (事例1) UNWTO「外国人旅行者受入数」、「国際観光収入」

外国人旅行者上位40か国・地域について見ると、人口一人あたりでは旅行者・収入ともにマカオがトップ、外国人旅行者一人当たりの収入は米国がトップ。一方で、スイスの順位が高くなっている。



出典：国連世界観光機関（UNWTO）、総務省「世界の統計2016」より国土交通省北海道局作成。

注1：各国人口はセンサス人口を採用しており年次は異なる。

注2：外国人旅行者一人当たり観光消費額は国際観光収入÷外国人旅行者数で算出。

注3：国際観光収入は宿泊・日帰り旅行両方の収入を含むが、国によって旅行者数に日帰りが含まれていない場合があるため、外国人旅行者一人当たり観光消費額が高くなることに注意が必要。

注4：外国人旅行者数、国際観光収入は前述のとおり。外国人旅行者一人当たり国際観光収入は、スウェーデン、デンマーク、アイルランドは2014年、アラブ首長国連邦は2013年の数値を採用。

## 事例分析

- 外国人旅行者は観光先進国のイメージが強いフランス、スペインなどが上位である一方で、スイスは第35位。
- 国際観光収入は米国が第1位となり、フランス、スペインも上位である一方で、スイスは第20位。
- 人口一人当たりでは旅行者・収入ともにマカオがトップ、外国人旅行者一人当たりの収入は米国がトップ。一方で、スイスの順位が高くなっている。

※マカオは短期でカジノに立ち寄ることが影響していると考えられる。

- 来道する外国人の旅行者数や消費総額を増やすことも重要だが、人口・旅行者一人当たりの消費額を高める観点も必要ではないか。



東京、京都は、米国の富裕層向け旅行雑誌において高い評価を受けている。  
毎年選定される都市が入れ替わる中で、京都、フィレンツェ、バルセロナは選ばれ続けている。

## 2016年 Best Cities in the World (Condé Nast Traveler)

順位	都市(国名) *は前年順位
1位	東京(日本) * 15位
2位	京都(日本) * 9位
3位	フィレンツェ(イタリア) * 1位
4位	ルツェルン(スイス) * 18位
5位	サン・ミゲル・デ・アジェンデ(メキシコ) * ランク外
6位	バンクーバー(カナダ) * 19位
7位	ビクトリア(カナダ) * 24位
8位	ザルツブルグ(オーストリア) * 12位
9位	バルセロナ(スペイン) * 14位
10位	ウィーン(オーストリア) * 3位

高所得者を読者に持つ米国大手旅行誌の一つである「コンデ・ナスト・トラベラー」誌の読者投票型ランキングで、米国を除く世界のベスト都市ランキング。

## 2016年 World's Best Award (Travel + Leisure)

順位	都市(国名) *は前年順位
1位	チャールストン(アメリカ) * 2位
2位	チェンマイ(タイ) * ランク外
3位	サン・ミゲル・デ・アジェンデ(メキシコ) * ランク外
4位	フィレンツェ(イタリア) * 4位
5位	ルアンパバーン(ラオス) * ランク外
6位	京都(日本) * 1位
7位	ニューオーリンズ(アメリカ) * ランク外
8位	バルセロナ(スペイン) * 8位
9位	サバンナ(アメリカ) * ランク外
10位	ケープタウン(南アフリカ) * 9位

2014,2015年は  
2年連続1位  
5年連続ベスト10に  
ランクイン

北米のリーダー層が主な読者で、世界的にも強い影響力を持つと言われる「トラベル・アンド・レジャー」誌の読者投票型ランキング。

### <富裕層向け旅行雑誌比較 \*紙媒体>

媒体名	発行部数	読者平均世帯収入	読者男/女比率
Condé Nast Traveler	約81万部	約\$109,000	40%/60%
Travel + Leisure	約93万部	約\$98,000	40%/60%
National Geographic Traveler	約61万部	約\$89,000	54%/46%

### Best Trips 2016

#### (National Geographic Traveler)

- ◆ 北米富裕層をターゲットに、文化的視点から冒険・探検をテーマに世界各地の魅力を発信している「ナショナル・ジオグラフィック・トラベラー」誌は、毎年、20箇所程度の「訪れるべき旅行先」を選定している。
- ◆ 2016年版では、他にはないスキー体験ができるとして、「北海道」が選出された。

### 事例分析

- 東京、京都は、米国の富裕層向け旅行雑誌において高い評価を受けている。
- 毎年選定される都市が入れ替わる中で、京都、フィレンツェ、バルセロナは選ばれ続けている。
  - 観光地の人気が多ろいやすい中で毎年選ばれ続けている都市には、北海道が目指す「世界水準の観光地」の要素があると考えられる。
  - 東京は歴史と最先端が調和のとれた形で混在する希有な都市で、世界最高のグルメも魅力。京都は神社仏閣や芸者など古都の姿を今に残し、会席料理や旅館なども魅力。どちらも、「特別な体験」が得られる点が「人気＝憧れ」に繋がっていると考えられる。
  - 世界から「憧れ」を抱かれ、「行ってみたい」と思われることが重要であり、そのためには、そこでしか得られない「特別な体験」がキーワードとなるのではないか。



# (事例3) WEF「旅行・観光競争力指数」

世界経済フォーラム(WEF)が「旅行・観光競争力レポート」の中で発表。  
 上位は欧米諸国が多くランクイン。日本は近年上昇し、2015年は141か国・地域中第9位。

旅行・観光競争力指数の総合順位（上位15位）

順位	2011年	順位	2013年	順位	2015年
1	スイス	1	スイス	1	スペイン
2	ドイツ	2	ドイツ	2	フランス
3	フランス	3	オーストリア	3	ドイツ
4	オーストリア	4	スペイン	4	米国
5	スウェーデン	5	英国	5	英国
6	米国	6	米国	6	スイス
7	英国	7	フランス	7	オーストラリア
8	スペイン	8	カナダ	8	イタリア
9	カナダ	9	スウェーデン	<b>9</b>	<b>日本</b>
10	シンガポール	10	シンガポール	10	カナダ
11	アイスランド	11	オーストラリア	11	シンガポール
12	香港	12	ニュージーランド	12	オーストリア
13	オーストラリア	13	オランダ	13	香港
14	オランダ	<b>14</b>	<b>日本</b>	14	オランダ
15	ルクセンブルク	15	香港	15	ポルトガル

<b>22</b>	<b>日本</b>
-----------	-----------

旅行・観光競争力指数は、4領域14項目93指標毎に点数化(7点満点)し、算出されている。

## 旅行・観光競争力レポート2015の評価項目 (赤字括弧は日本の順位)

<p><b>事業促進環境(13)</b> Enabling Environment</p>	<p><b>旅行・観光政策と促進要件(26)</b> T&amp;T Policy and Enabling Conditions</p>	<p><b>インフラ(31)</b> Infrastructure</p>	<p><b>自然・文化観光資源(11)</b> Natural and Cultural Resources</p>
<p><b>ビジネス環境(27)</b> Business Environment</p>	<p><b>旅行・観光の優先度(20)</b> Prioritization of Travel &amp; Tourism</p>	<p><b>航空インフラ(19)</b> Air Transport Infrastructure</p>	<p><b>自然観光資源(30)</b> Natural Resources</p>
<p>○財産権保護、外資規制、市場独占性、起業環境、税率等</p>	<p>○観光関係政府支出、観光統計、国のブランド戦略等</p>	<p>○国内・国際線輸送量、人口当たり空港数、航空インフラの品質等</p>	<p>○世界自然遺産数、国土面積に占める自然保護区の割合等</p>
<p><b>安全・安心(22)</b> Safety and Security</p>	<p><b>国際的な開放度(16)</b> International Openness</p>	<p><b>地上交通・港湾インフラ(17)</b> Ground and Port Infrastructure</p>	<p><b>文化観光資源・業務旅行(6)</b> Cultural Resources and Business Travel</p>
<p>○警察の信頼度、テロ発生度、殺人発生率等</p>	<p>○入国ビザが必要な国・地域の数、二国間航空サービスの開放度等</p>	<p>○道路・鉄道・港湾の品質、道路・鉄道密度等</p>	<p>○世界文化遺産数、口承・無形文化遺産数、国際組織開催の会議数等</p>
<p><b>健康・衛生(13)</b> Health and Hygiene</p>	<p><b>価格競争力(119)</b> Price Competitiveness</p>	<p><b>観光施設インフラ(75)</b> Tourist Service Infrastructure</p>	
<p>○医者密度、高度な飲料水普及率、病床数等</p>	<p>○空港利用料、ホテル料金、燃油価格等</p>	<p>○人口当たりホテル部屋数・VISAカード利用可能ATM数等</p>	
<p><b>人的資源と労働市場(15)</b> Human Resources and Labour Market</p>	<p><b>環境持続可能性(53)</b> Environmental Sustainability</p>		
<p>○初等・中等教育就学率、人材育成投資、外国人雇用の容易さ等</p>	<p>○環境規制の厳格さ、PM2.5濃度、環境関連条約の批准数等</p>		
<p><b>ICT活用(9)</b> ICT Readiness</p>			
<p>○BtoB、BtoCのICT利用、インターネット利用率、携帯電話契約率等</p>			

出典：World Economic Forum「The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015」より国土交通省北海道局作成。

注：93指標は、主な指標を記載。

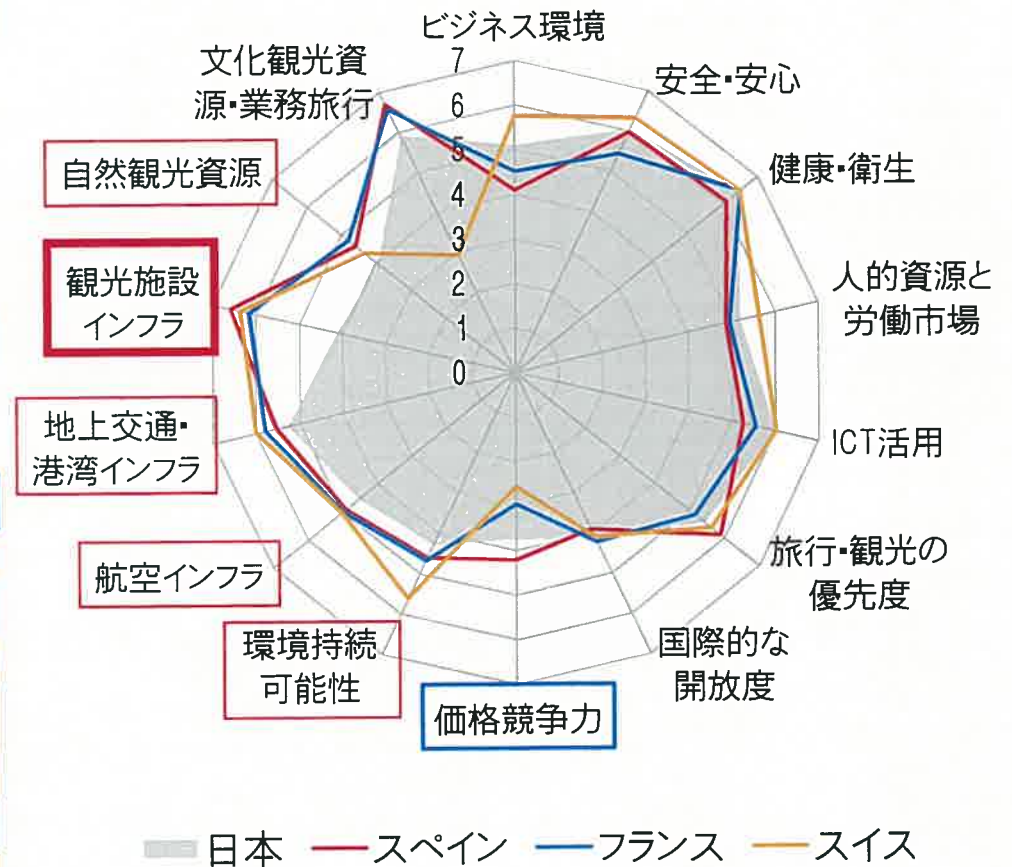


# 旅行・観光競争力指数の上位国との比較①

総合順位上位国のスペイン、フランス、スイスと日本を比較すると、観光施設インフラで大きな差がついている。また、価格競争力は総じて低い順位となっている。

日本、スペイン、フランス、スイスの4領域14項目別旅行・観光競争力指数（括弧内は順位）

評価項目	スペイン	フランス	スイス	日本
<b>旅行・観光競争力指数</b>	<b>5.31(1)</b>	<b>5.24(2)</b>	<b>4.99(6)</b>	<b>4.94(9)</b>
<b>事業促進環境</b>	<b>5.26(35)</b>	<b>5.40(30)</b>	<b>6.05(3)</b>	<b>5.76(13)</b>
ビジネス環境	4.09(100)	4.52(62)	5.76(5)	5.12(27)
安全・安心	5.97(31)	5.44(62)	6.32(11)	6.05(22)
健康・衛生	6.11(33)	6.52(10)	6.50(11)	6.43(13)
人的資源と労働市場	4.87(34)	4.96(31)	5.64(1)	5.20(15)
ICT活用	5.26(31)	5.55(22)	6.03(8)	6.00(9)
<b>旅行・観光政策と促進要件</b>	<b>4.66(8)</b>	<b>4.25(53)</b>	<b>4.49(20)</b>	<b>4.41(26)</b>
旅行・観光の優先度	5.89(6)	5.16(31)	5.64(12)	5.44(20)
国際的な開放度	3.93(41)	4.22(13)	4.11(21)	4.16(16)
<b>価格競争力</b>	<b>4.22(105)</b>	<b>2.95(139)</b>	<b>2.57(141)</b>	<b>3.75(119)</b>
環境持続可能性	4.61(29)	4.67(23)	5.63(1)	4.30(53)
<b>インフラ</b>	<b>5.68(2)</b>	<b>5.64(4)</b>	<b>5.79(1)</b>	<b>4.65(31)</b>
航空インフラ	4.91(12)	4.98(10)	5.03(8)	4.54(19)
地上交通・港湾インフラ	5.54(10)	5.78(7)	6.00(4)	5.29(17)
観光施設インフラ	6.58(4)	6.15(9)	6.35(5)	4.11(75)
<b>自然・文化観光資源</b>	<b>5.64(4)</b>	<b>5.68(2)</b>	<b>3.63(20)</b>	<b>4.93(11)</b>
自然観光資源	4.59(14)	4.80(8)	4.32(21)	3.94(30)
文化観光資源・業務旅行	6.69(1)	6.56(2)	2.93(28)	5.92(6)



出典：World Economic Forum「The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015」より国土交通省北海道局作成。



93指標について、スペイン、フランス、スイスと日本を比較すると、汚水処理率、航空インフラの品質、海外企業幹部への観光目的延泊の推奨、VISA利用可能ATM数で差が大きい。

## スペイン、フランス、スイスのいずれも20位までに入っている指標と順位

指 標	スペイン	フランス	スイス	日本
<b>健康・衛生 (Health and Hygiene)</b>				
3.02 高度な公衆衛生の普及率 (Access to improved sanitation)	1	1	1	1
3.03 高度な飲料水の普及率 (Access to improved drinking water)	1	1	1	1
<b>環境持続可能性 (Environmental Sustainability)</b>				
9.05 環境関連条約の批准数 (No. of envtl. treaty ratifications)	1	4	11	11
9.09 汚水処理率 (Wastewater treatment)	8	17	4	25
<b>航空インフラ (Air Transport Infrastructure)</b>				
10.01 航空インフラの品質 (Quality of air transport infrastructure)	10	17	8	27
10.06 運航航空会社数 (No. of operating airlines)	6	2	13	16
<b>地上交通・港湾インフラ (Ground and Port Infrastructure)</b>				
11.01 道路の品質 (Quality of roads)	11	4	9	10
11.02 鉄道の品質 (Quality of railroad infrastructure)	4	6	2	1
11.04 地上交通網の品質 (Quality of ground transport network)	5	13	1	3
<b>観光施設インフラ (Tourist Service Infrastructure)</b>				
12.02 出張で訪れた海外企業幹部への観光目的延泊の推奨 (Extension of business trips recommended)	9	3	5	129
12.04 VISAカード利用可能ATM数 (ATMs accepting Visa cards per million pop)	10	16	13	73
<b>自然観光資源 (Natural Resources)</b>				
13.01 世界自然遺産数 (No. of World Heritage natural sites)	10	15	18	10
<b>文化観光資源・業務旅行 (Cultural Resources and Business Travel)</b>				
14.04 国際組織開催の会議数 (No. of international association meetings)	3	5	15	10

山岳リゾートが弱いことが関係しているのではないかと。スイスは山岳地でもトイレ環境は良好。自然を守りつつ観光地として環境整備を実施。

訪日した海外企業幹部を観光でもてなす意識が低いのではないかと。

外国人旅行者受入数上位国と比較すると、日本は観光施設インフラの順位が低い。  
上位国は、観光資源、交通インフラ、健康・衛生の順位が高い傾向がある一方で、価格競争力の順位が低い傾向がある。

外国人旅行者受入数の上位国の4領域14項目の順位（20位以内はオレンジ）

評価項目	フランス	米国	スペイン	中国	イタリア	トルコ	ドイツ	英国	メキシコ	ロシア	タイ	オーストラリア	香港	マレーシア	インドネシア	日本
<b>旅行・観光競争力指数</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>44</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>30</b>	<b>45</b>	<b>35</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>31</b>	<b>9</b>
<b>事業促進環境</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>35</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>78</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>87</b>	<b>62</b>	<b>74</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>40</b>	<b>48</b>	<b>13</b>
ビジネス環境	62	19	100	80	127	59	17	7	98	109	38	31	2	10	104	27
安全・安心	62	73	31	58	48	121	20	63	124	126	132	5	12	42	57	22
健康・衛生	10	56	33	68	20	63	2	49	70	6	89	1	15	73	9	13
人的資源と労働市場	31	11	34	16	75	88	17	10	76	38	29	26	8	30	45	15
ICT活用	22	14	31	72	35	68	23	6	78	46	60	19	2	54	49	9
<b>旅行・観光政策と促進要件</b>	<b>53</b>	<b>38</b>	<b>8</b>	<b>102</b>	<b>71</b>	<b>85</b>	<b>31</b>	<b>63</b>	<b>60</b>	<b>99</b>	<b>49</b>	<b>15</b>	<b>56</b>	<b>24</b>	<b>33</b>	<b>26</b>
旅行・観光の優先度	31	17	6	55	65	83	49	35	32	90	40	16	13	56	24	20
国際的な開放度	13	32	41	96	24	61	12	11	57	99	49	33	47	46	25	16
<b>価格競争力</b>	<b>139</b>	<b>102</b>	<b>105</b>	<b>34</b>	<b>133</b>	<b>94</b>	<b>126</b>	<b>140</b>	<b>55</b>	<b>41</b>	<b>36</b>	<b>132</b>	<b>127</b>	<b>6</b>	<b>113</b>	<b>119</b>
環境持続可能性	23	111	29	137	47	95	14	17	126	106	116	8	79	119	61	53
<b>インフラ</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>60</b>	<b>13</b>	<b>39</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>56</b>	<b>49</b>	<b>37</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>41</b>	<b>24</b>	<b>31</b>
航空インフラ	10	2	12	25	26	16	11	7	42	22	17	32	5	21	27	19
地上交通・港湾インフラ	7	31	10	53	32	54	5	13	72	92	71	15	1	35	51	17
観光施設インフラ	9	7	4	102	3	38	23	37	64	54	21	1	78	68	12	75
<b>自然・文化観光資源</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>29</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>35</b>	<b>11</b>
自然観光資源	8	3	14	6	13	73	18	9	4	34	16	28	39	26	46	30
文化観光資源・業務旅行	2	13	1	4	3	16	5	7	11	21	34	30	38	27	32	6



### 事例分析

- WEF「旅行・観光競争力指数」総合順位では、観光先進国のイメージが強いフランス、スペイン、スイスなどが上位。
- 旅行者数上位国は、特に観光資源の順位が高く、交通インフラ、健康・衛生の順位が高い傾向がある一方で、価格競争力の順位が低い傾向がある。
  - 世界水準の観光地には、世界から「憧れられる」、「行ってみたい」と思われる魅力ある観光資源が必要。地域の観光資源の存在に気づき、それをどう生かすかが重要。
  - 交通インフラは旅行者の訪問先選定に関係する要素であり、その整備水準を高めることは重要。
  - 旅行者数上位国の価格競争力の順位が低いことを踏まえ、「安い＝行きたい」ではなく、北海道の観光資源を活かし、「高くても行きたい」と思われる世界“最高”水準の観光地を目指すことが必要ではないか。



「世界水準の観光地」とは、そこでしか得られない「特別な体験」が地域にあることに気づき、それを観光資源として活かしてビジネスへと高め、地域が一体となって支えている地域ということではないか。

## 【旅行者】

1. 世界から憧れられる。
2. 多くの(相応の)観光客が訪れ、お金を使う。
3. 訪れた観光客が満足し、また訪れたいと思う。

## 【観光に関係する者】

4. 商品やサービスが高い、ビジネスとして成長している。

(富裕層の多様な要求にも対応可能な高品質のサービスを提供している。コンシェルジュ、ガイド、料理人、等)

## 【観光に直接的に関係しない者】

5. 地元住民が観光の重要性を理解している。

(観光振興により自分たちの生活も豊かになることを理解し、外国人旅行者を歓迎し、積極的に交流する。)

## 北海道でしか得られない「特別な体験」(例)



驚嘆するような景観  
(津別岬の雲海)



地元食材を使った料理(エゾシカ肉)



希少な野生生物  
(浜頓別町・オオワシの森)



アイヌ文化



パウダースノー  
(ニセコ)



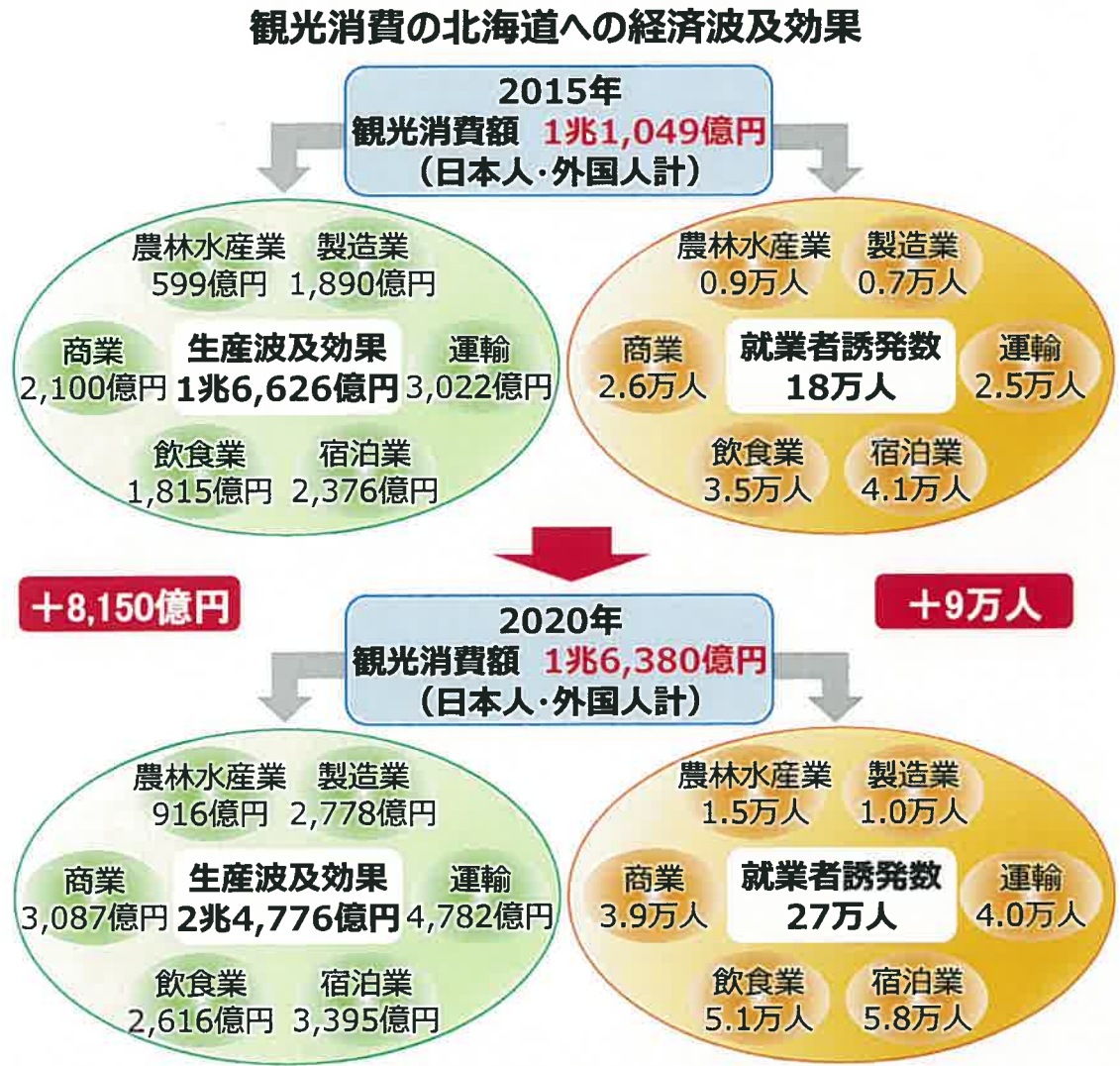
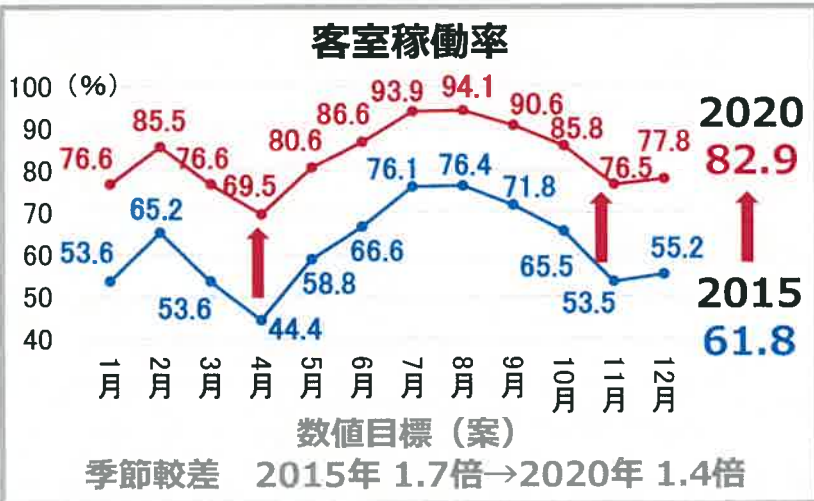
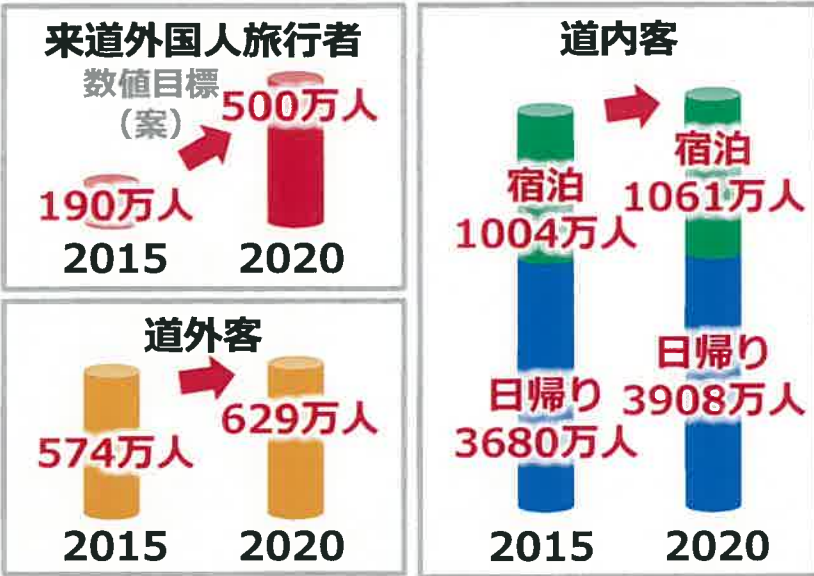
世界最高水準  
の宿泊施設 etc.

## 6. 地域における運営体制が確立している。

(観光地経営の視点に立ち、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを推進する舵取り役が存在する。(日本版DMO等))



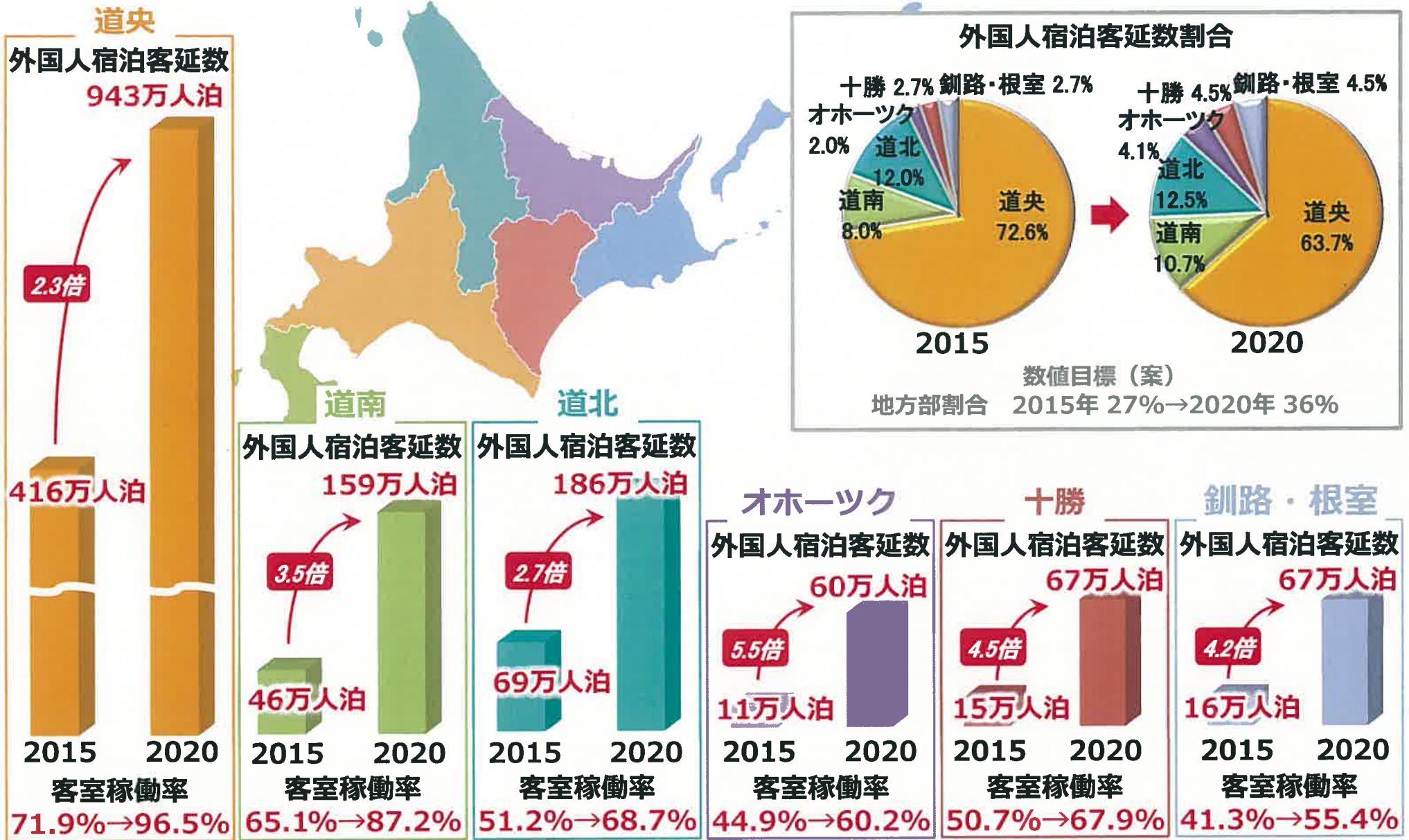
観光は、観光施設や宿泊施設だけでなく、農林水産、製造、運輸業など幅広い産業に波及。  
2020年の想定が達成されれば、全産業で約9万人の新規雇用が見込まれる。



出典：観光庁「全国観光入込客統計に関する共通基準集計表」、「宿泊旅行統計調査」、総務省「人口推計」、「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月）」、北海道開発局「平成23年北海道産業連関表・雇用表」、北海道観光産業経済効果調査委員会「第5回北海道観光産業経済効果調査報告書」、北海道「北海道観光入込客数調査報告書」、「平成26年度道民経済計算年報」、総務省「平成27年労働局調査」より国土交通省北海道局試算。  
 ※道内外客は、人口1人当たり北海道旅行回数（観光入込客数/人口）のH24～27の年平均伸率よりH32の人口1人当たり北海道旅行回数を推計し、H32の将来推計人口を乗じて算定。道外客は日帰り・宿泊の合計。外国人客は「観光ビジョン」目標値の12.5%とし、H32=500万人を算定。  
 ※客室稼働率は、宿泊状況がH27時点から変わらない（宿泊施設の新増設等を考慮しない等）前提で、H27の客室稼働率、宿泊客延数を基に、観光入込客数から算定。



# 【イメージ】2020年北海道観光の姿(外国人の圏域別割合)



出典: 観光庁「全国観光入込客統計に関する共通基準集計表」、「宿泊旅行統計調査」、総務省「人口推計」、「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月)」、北海道「北海道観光入込客数調査報告書」、「保健統計年報」より国土交通省北海道局試算。

※6圏域の外国人宿泊客延数は、数値目標であるH32の外国人客500万人にH27の外国人平均泊数(外国人延べ宿泊者数/外国人入込客数)を乗じ、数値目標であるH32の外国人宿泊客延数割合により6圏域別に案分。

※6圏域の客室稼働率は、宿泊状況がH27時点から変わらない(宿泊施設の新増設等を考慮しない等)前提で、H27の客室稼働率、宿泊客延数、客室数を基に、6圏域の外国人宿泊客延数から算定。



世界的なスノーリゾートとして認知されているニセコ観光圏においては、2015年度の観光消費額505億円が、域内にもたらす生産波及効果は604億円、就業者誘発数8,205人となり、様々な産業の活性化に観光が寄与している。

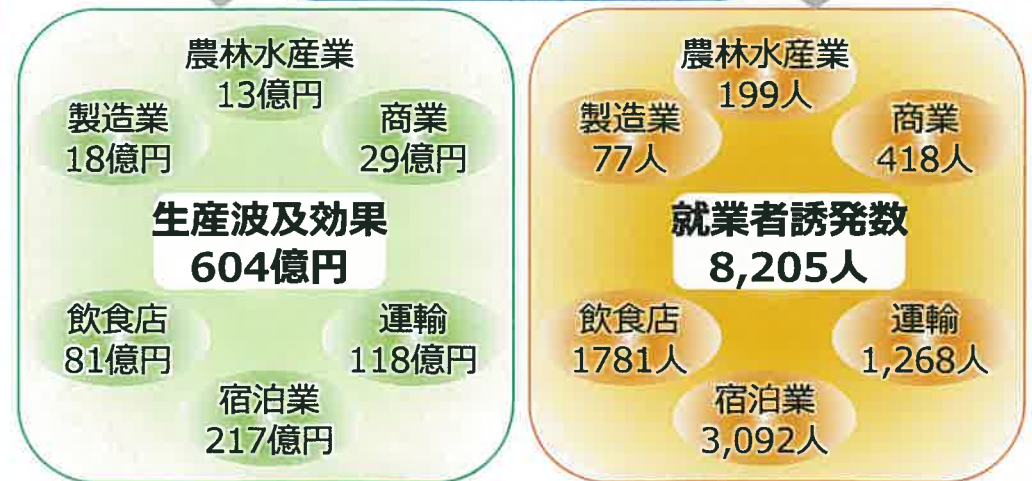
## ニセコを訪れる外国人旅行者の増加



出典：北海道「北海道観光入込客数調査報告書」

## ニセコ観光圏への経済波及効果

2015年度  
観光消費額 **505億円**  
(日本人・外国人計)

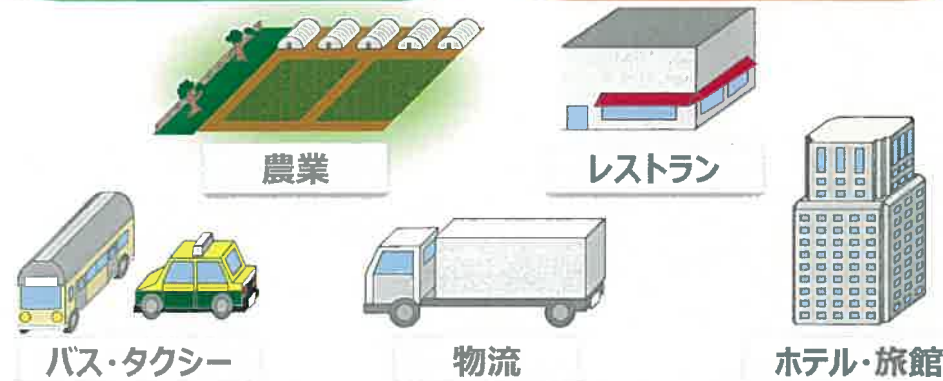


## 道の駅「ニセコ・ビュープラザ」



地元野菜の直売コーナー

地域を支える観光と農業の2つの産業を結びつける直売コーナーを設置。JNTO認定外国人観光案内所として地域の観光情報拠点となっている。



出典：ニセコ観光圏協議会「平成27年度 ニセコ観光圏経済波及効果調査業務報告書」より国土交通省北海道局作成。