

倶知安町 まち・ひと・しごと創生アンケート調査結果に基づくSWOT分析（未定稿：Ver.1）

●SWOT分析とは
企業戦略等を検討する際に用いられる手法の一つで、内部的な「強み（Strength）」、「弱み（Weakness）」とそれを取りまく外部環境の「機会（Opportunity）」、「脅威（Threat）」を分析することにより、それぞれの状況に応じ、最適な戦略を立案しようとするもの。

内部環境
（町内の人的資源・物的資源・財務資源・情報資源・現行政策の実施状況・成果）

外部環境
（社会経済状況・住民ニーズ・満足度・近隣市町村の状況等）

○→町内 単純集計
□→町内 自由意見
△→転出 単純集計
☆→転出 自由意見

内部環境			
		強み（Strength）	弱み（Weakness）
		○倶知安が好き △転出者が「また住みたい」と思う □世界的に有名なスキー場 □外国人との多文化共生 □水と農作物（農高） □豊かな自然と景観（羊蹄山） □多彩なアウトドアが経験できる（サイクルレース） □新幹線・北海道横断自動車道の開通予定 □観光客が多い □若い人の起業の多さ □除雪技術の高さ □国・道の出先機関が多い □ソフトボール場 □雇用において英語需要が高い ○△買い物をする店の多さ、近さ ☆雪が多い	□☆家賃が高い □談話のできるカフェが少ない □強みが豊富にあるのにPR不足（ニセコは知っているが…） □夏場の観光が弱い □狭い道路、子どもや高齢者にとって歩きづらい歩道 ○交通の便が悪い（☆札幌や千歳へのアクセスが整っていない） □教育施設の不足 □☆子供を預ける施設が整っていない □雇用において英語需要が高い ○△買い物をする店が少ない、遠い ☆雪が多い
外部環境	機会（Opportunity）	強み×機会（さらなる成長）	弱み×機会（弱みを改善）
	□☆健康（医療機関充実等）ニーズ □☆住居ニーズ □地域イベントニーズ □広域連携による公共サービス充実 □子ども子育て施策の充実 □農業者支援、後継者支援の必要性 □ニセコブランド □新幹線・北海道横断自動車道の開通予定	◆リゾート地としてのさらなるブランド価値の創造 ◆外国人居住者と連携して、英語教育のまちづくりを目指す ◆羊蹄山の水と農作物を活かした農産加工と食のまちづくりを目指す ◆豊かな自然と景観を活かし、スポーツ・観光・食・農業・外国人共生文化を融合したまちづくりを目指す ◆新幹線と北海道横断自動車道の開通に伴い、国際的に名の通っているニセコブランドを冠し、広域連携の中核としてまちづくりを行う	◆定住促進策の推進 ◆グリーンシーズンの観光・アクティビティをPR ◆新幹線・北海道横断自動車道による札幌等へのアクセス向上 ◆新幹線開通に伴う市街地の再開発 ◆豪雪対策の強化
外部環境	脅威（Threat）	強み×脅威（強みで脅威を克服）	弱み×脅威（脅威を回避）
	□子ども子育ての充実度で周辺町村に遅れを取っている □住宅施策で周辺町村に遅れを取っている □観光PRの面で周辺町村に遅れをとっている □教育施設の不足 □移住者支援の不足 ○進学・転勤・就業の転出が多い ○子育てや教育にお金がかかりすぎる	◆自然に囲まれた環境での子育てのしやすさをPR ◆近隣町村と連携した観光PRの促進	◆安定した雇用の支援 ◆若い夫婦への住まいの支援 ◆幼稚園・保育所・認定こども園などの定員拡充 ◆各種助成をはじめとする金銭的なサポート、現物給付 ◆家賃が高いことへの対策としての定住促進策