

観光立国の実現は地方から

地域が元気になってこそ実現!

景気回復の足取りが重く、旅館・ホテル業を取り巻く環境は厳しさを増している。しかし、嘆いてばかりはいられない。地域が元気になってこそ観光立国だ。地域観光をけん引する4氏にお集まりいただき、2010年における意気込みを語っていた。司会進行は日観協総研所長の丁野朗氏。

(観光経済新聞社会議室)

地域の動き インバウンド

丁野 景気回復の兆しが見えず、重苦しいムードが漂っている。先行き不安から財布の紐も固い。現状、皆さんはどのくらいお集まりいただきたい。踏まえ、お話しいただきたい。

大西 北海道経済は長らく中央に依存してきた。観光も本州からの団体旅行がけん引してきた。しかし、21世紀に入り旅行形態の成熟化が進み、成功モデルは一変した。個人化への対応は急がれるが、ハードを伴った換は一朝一夕に進まない。今は苦しみつつも新しい北海道モデルへの脱皮の時と考えている。

北海道観光に欠かせないのは飛行機だが、千歳空港への一極集中が進んでいる。主要幹線とローカル線の価格差も実売が2〜3倍と公平な競争ができる現状にないが、提供座席数の減少がより大きな課題だ。直行便の廃止に加え、東京中継便の座席

- 出席者** 50音順
- 大木 正治氏
 - 大西 雅之氏
 - 野澤 幸司氏
 - 渡辺 和裕氏
 - ホテル葛城社長
 - あかん遊久の里鶴雅社長 (司会)
 - 日観協総研所長
 - ホテル小柳社長
 - 山水荘社長



大西 雅之氏

庁では自ずと限界 目指すは 国土交通観光省



大木 正治氏



丁野 朗氏

外客の増加と 新観光モデル構築、 休暇改革が課題

東などローカル観光は生き残りの正念場を迎えている。千歳を中心とした道内観光は「沖繩モデル化」してきている。エア&ホテルだ。まずは格安航空券で千歳に来る。札幌宿泊は施設格差を反映しない価格競争。札幌圏を中心としたJ&Rやレンタカーの周辺観光だ。道北の旭山動物園も日帰りコースになった。良くも悪くも現在の北海道観光のけん引車である。

巨大マーケット アジア圏視野に イン強化を

野澤 09年1月に施行されたが、一番のポイントは旅行者の満足度を向上させるため、県自らが観光地の評価に乗り出したことだ。いわゆるランク付けであり、旅館組合も協力している。検討委を設けてアンケートなど実施しているが、「そこまでやるのか」という内容だ。業界に反対意見がないとはいえないが、消費者により快適な観光をしていただくためには、まずその地域が消費者の皆さんからのように評価(ランク付け)されているか知ることが重要であり、足が地についたしっかりとした観光地づくりがここから始まると思う。

インバウンドについては、特筆すべきはロシア人の旅行者が大きく増えていることだ。新潟空港はハロフスク、ウラジオストク便があり、地理的にも近い。ロシア向けに人間ドックと

温泉、スキーを前面に打ち出した特色ある集客に努めている。聞くところによると、極東ロシアは医療のレベルが比較的低く、富裕層は海外に治療を受けたいというニーズがある。治療では取り込みを狙う。外客は決して多くはないが、帰国して新潟をアピールしてもらえれば、知名度アップに大いに役立つ。それが狙いの一つだ。

渡辺 09年は前年6月の岩手宮内陸地震から、9月の世界的金融危機へと続き、不況からなかなか抜けきれない状況で推移した。個人消費も総じて弱く、厳しい1年だったと言わざるを得ない。地方経済は公共事業に頼る部分が大変大きい。「コングリートから入へ」といって、地方経済の実情にもっと目を向けてほしい。また、新設権は観光振興に理解を示し、観光予算を大きく増やそうとする姿勢は歓迎だが、その代償として助成金が減らされると大変なことになる。観光振興に熱心なところは助成金などをフルに使って頑張っている。各地で頑張っているところが続かなくなる恐れがある。今後、注意深く見守ってきたい。

丁野 09年はNHK大河ドラマ「天地人」の影響もあり、新潟の入り込みは良かったのではないかと。野澤 直江兼継の名は県民の間でも決してメジャーじゃなかった(笑)。集客効果は大きく、大河ドラマの影響の大きさを改めて実感した。加えて「大地の芸術祭」や団体J&Rグループのデスティネーションキャンペーン(DC)など絶え間なくイベントが催され、盆と正月と誕生日が一掃にきた感じが笑。皆さんは悪いが、09年は本当にいい年だった。

野澤 観光立国推進条例もできた。野澤 09年1月に施行されたが、一番のポイントは旅行者の満足度を向上させるため、県自らが観光地の評価に乗り出したことだ。いわゆるランク付けであり、旅館組合も協力している。検討委を設けてアンケートなど実施しているが、「そこまでやるのか」という内容だ。業界に反対意見がないとはいえないが、消費者により快適な観光をしていただくためには、まずその地域が消費者の皆さんからのように評価(ランク付け)されているか知ることが重要であり、足が地についたしっかりとした観光地づくりがここから始まると思う。

インバウンドについては、特筆すべきはロシア人の旅行者が大きく増えていることだ。新潟空港はハロフスク、ウラジオストク便があり、地理的にも近い。ロシア向けに人間ドックと

温泉、スキーを前面に打ち出した特色ある集客に努めている。聞くところによると、極東ロシアは医療のレベルが比較的低く、富裕層は海外に治療を受けたいというニーズがある。治療では取り込みを狙う。外客は決して多くはないが、帰国して新潟をアピールしてもらえれば、知名度アップに大いに役立つ。それが狙いの一つだ。

渡辺 09年は前年6月の岩手宮内陸地震から、9月の世界的金融危機へと続き、不況からなかなか抜けきれない状況で推移した。個人消費も総じて弱く、厳しい1年だったと言わざるを得ない。地方経済は公共事業に頼る部分が大変大きい。「コングリートから入へ」といって、地方経済の実情にもっと目を向けてほしい。また、新設権は観光振興に理解を示し、観光予算を大きく増やそうとする姿勢は歓迎だが、その代償として助成金が減らされると大変なことになる。観光振興に熱心なところは助成金などをフルに使って頑張っている。各地で頑張っているところが続かなくなる恐れがある。今後、注意深く見守ってきたい。

丁野 09年はNHK大河ドラマ「天地人」の影響もあり、新潟の入り込みは良かったのではないかと。野澤 直江兼継の名は県民の間でも決してメジャーじゃなかった(笑)。集客効果は大きく、大河ドラマの影響の大きさを改めて実感した。加えて「大地の芸術祭」や団体J&Rグループのデスティネーションキャンペーン(DC)など絶え間なくイベントが催され、盆と正月と誕生日が一掃にきた感じが笑。皆さんは悪いが、09年は本当にいい年だった。

野澤 観光立国推進条例もできた。野澤 09年1月に施行されたが、一番のポイント

くつろぎは、まごころから。

ビューホテルズ

お客様の「いごこち」が気になります。

たとえば、タオル一本一本の肌触りや風合い。たとえば、素肌が包まれるシーツの感触。たとえば、客室に流れる空気の温度や湿度。たとえば、ティーカップやグラスの口当たり。これらはすべて何気ないことですが、お客様にとって完璧な快適さを追求める私たちにはおろそかにできない大切なことなのです。自然な空気のような、まごころを込めたおもてなしで、こころよくくつろぎをお約束する17のオアシス。私たちはビューホテルズです。