「北海道観光の未来」を考える

10月13日　札幌で開催

パネルディスカッション、活動報告など～

北海道運輸局とビジットジャパン（VJ）大使の会、北海道観光を考えるみんなの会による「ビジットジャパン大使の集いin北海道2017」が10月13日、札幌市の札幌プリンスホテルで開かれた。13人のVJ大使が集まり、北海道観光の現状と課題について道内関係者と共に語り合った。

オープニングセッション

会場となった札幌プリンスホテルの国際館パミールには観光関係者ら約250人が出席。オープニングセッションはまず総合司会を務めた山崎まゆみ大使のあいさつから スタート。

「VJ大使の集いは今回で6回目となります。（集いの出席は）皆さん自腹で、講演料ももらっていません。大使の熱い言葉を北海道の皆さんに受け止めていただいて、お役にたてればうれしい」と抱負を述べた。

主催者を代表してあいさつした北海道運輸局の石﨑仁志局長は「VJ大使は現在56人おり、活躍の場は観光のみならず多岐に渡っている。本日は13人の大使に集まっていただいた。これからの北海道観光に向け貴重なご意見をいただき、未来の姿を共有したい」、みんなの会の笹本潤一会長は「北海道出身のVJ大使がいないにも関わらず、集いが開かれたのは、大使が道観光の将来性や可能性に強い思いを持っているから」と述べ、集いに期待した。

来賓として、日本政府観光局（JNTO）の山崎道徳理事、観光庁の伊地知英己国際観光課長が出席。

山崎氏は外国人向けのプロモーションを効果的に実施するため、デジタルマーケティングを来年度から本格化させることを明らかにした。また、地域と国のプロモーションを一体化、効果的なプロモーションを実施するため、「地域プロモーション連携室」を立ち上げたと報告した。

フォトセッションで笑顔を浮かべるVJ大使ら

山崎　まゆみ氏

笹本　潤一氏

石﨑　仁志氏

オープニングスピーチ

西村　紘一氏
（プライムトラベルグループ会長）

西村　紘一氏

シンガポールには昨年、約1311万人の外国人が訪れ、それに伴う観光収入は1兆7千億円、人口が北海道とほぼ同じの560万人なので、国民1人当たりの観光収入は30万3千円になる。対して、日本には約2400万人の外国人が訪れ、収入は3兆7千億円だが、国民1人当たりでは2万9千円。シンガポールの10分の1で、ここにヒントがある。

10年ほど前になるが、シンガポールでは1500億円の観光予算を付け、10年計画で取り組んできた。当時の日本の観光予算は数10億円だった。あまり観光資源の多くないシンガポールに日本に来る観光客の半分くらいが来ている。10年先、20年先を見据えた取り組みをしている。

今後、アジア諸国も経済発展で伸びてくる。中国との関連も思い出してほしい。ASEAN7カ国のGDPは15年で200兆円、これが25年には550兆円となって日本と並び、30年には770～800兆円となって豊かになる。所得が上がれば海外旅行が増え、金持ちになるとマナーも良くなる。世界の中で日本ブームが起きているのでしっかり取り組んでほしい。

その中の一つがLCC（格安航空会社）だ。これをしっかりやるべきだと思う。運賃が安い分、入ってきてから結構お金を使う。それから函館や台もの観光バスを使い、名所を巡り、買い物もする。

昨年開業した北海道新幹線。仙台からの平均乗車率は32%程度で、年間の空席は80万席になる。もったいない話だ。例えば、運賃を半額にして外国人に販売したら年間の往復で約80億円になる。JR東日本と北海道が組んでやったらいい。空気を運ぶようなものだ。

シンガポールでは日本食がブームで、私が行った当時に比べ、日本食レストラン数は100倍になった。北海道は食材が豊富でおいしいものがたくさんある。高橋はるみ知事は「食と観光を北海道活性化の柱に」と打ち出しているが、まさに北海道のチャンス到来といえるだろう。

大使活動報告

5人の大使が最近の活動を報告。発言の要旨は次の通り。

泉登美雄氏

昨年、AKIBA観光協議会を立ち上げた。地域の人たちと共に、秋葉原を訪れた人にいかにお金を使ってもらうかの仕組み作りに取り組んでいる。秋葉原はぐちゃぐちゃしており、外国人が目的地になかなか着かず、満足度が低下する傾向にある。この解消が課題の一つ。安心・安全、非日常空間で楽しんでもらう町づくりをしていく。

木村和雅氏

外国人に喜ばれる土産の企画・製造、販売をしている。日本のおみやげコンテストに多数出品し、「おすしのUSBメモリー」などが金賞を受賞している。日本の土産を通して外国人が日本に興味を持ち、訪日につながればいい。そんな商品作りを心がけている。

小柳淳氏

JNTO海外事務所に小田急電鉄社員を派遣するなどインバウンドを支える人材開発を行っている。持論だが、インバウンドを取り込もうと考えている人が、海外旅行をしたことがないというのは正直失格だ。海外旅行の経験、それも添乗員のいない海外旅行を経験するべきだ。部下にもそんな海外旅行をすすめてほしい。

波木恵美氏

栃木県の鬼怒川で旅館を経営している。これまで海外プロモーションをやっていたが、ここ2年は地元の素材を磨き上げ、外国人客に楽しんでもらう取り組みを行っている。今は来春の栃木デスティネーションキャンペーン（DC）をにらんだ地域再活性化と魅力創造事業に力を入れている。

横江友則氏

大阪の私鉄に勤務した後、関西の共通カードの会社を立ち上げ、2001年から海外客利用を始めた。04年に関西でピタパと呼んでいる共通ICカードをスタートさせて、全国の共通化を実施した。その後、大阪交通局に2年ほど勤め、今はその子会社に在籍している。各地域と連携し、体験型観光を増やす取り組みに力を入れている。

泉　登美雄氏

木村　和雅氏

小柳　淳氏

波木　恵美氏

横江　友則氏

LCC対応しっかりと

小樽の港は岸壁の水深が整備され、大型クルーズ船が入港できる。大型クルーズが来ると、一度に多くの観光客が来て、何と認定、北海道は稚内、釧路、函館、女満別、帯広、旭川の6空港が対象となっているとした。支援空港には着陸料などについて大幅な補助金が出される。

山崎　道徳氏

伊地知　英己氏

伊地知課長は観光政策の流れについて説明。この中で、地方空港におけるLCC（格安航空会社）就航を推進するため、高いレベルの誘客・就航促進の取り組みを行う空港を「訪日誘客支援空港」

VJ大使13人（敬称略）

西村紘一（プライムトラベルグループ会長＝シンガポールにおける北海道観光、ドライブブームの火付け役）▼東良和（沖縄ツーリスト会長＝沖縄と北海道への外国人誘客促進、受け入れ体制を整備）▼荒牧大四郎（歌舞伎座舞台社長＝歌舞伎を通じた日本の魅力の海外発信、外国人旅行者の受け入れ体制整備）▼小柳淳（ホテル小田急、ホテル小田急サザンタワー社長＝鉄道事業者として外客向け案内所開設や歓迎イベントを推進）▼木村和雅（京都シルク社長＝外国人の喜ぶ日本のお土産の開発を通して日本の魅力を発信）▼甲斐賢一（ホテル風月HAMMOND社長＝地域ぐるみの外貨両替、外国人宿泊者統計整備により別府での外客受け入れを推進）▼波木恵美（鬼怒川グランドホテル夢の季社長＝組織的なインバウンド誘致活動を積極的に行い、外国人宿泊客増に貢献）▼泉登美雄（秋葉原観光推進協会事務局長＝秋葉原における外国人旅行者の受け入れ体制整備）▼李容淑（リンカイ社長、関西国際大教授＝韓国からのインバウンドツアーを促進し、営利を超えた日韓の理解増進に貢献）▼高橋正美（富士箱根ゲストハウス代表＝出会い、ふれあい、学び合いを重視した外国人観光客受け入れを推進）▼横江友則（大阪メトロサービス常務＝乗り放題チケットを海外展開し、外国人旅行者が交通機関を利用しやすい環境を整備）▼山崎まゆみ（温泉エッセイスト＝露天温泉を海外に紹介し、日本の温泉文化を海外に発信）▼吉澤勉（AppGT取締役事業部長、ジャパンショッピングツーリズム協会理事＝家電量販店における外国人旅行者の受け入れ体制整備）

基調講演1

「北海道観光の未来と人材育成」

高橋　正美氏（富士箱根ゲストハウス代表）

究極の観光資源は人
「人間成長」に注力を

箱根町で家族経営の温泉民宿をやっている。昭和32年にオープンした和室15室の規模だ。バス・トイレ付きではないが、どうやってお客さまに喜んでもらえるか、試行錯誤でやってきた。身の丈サイズで外国人宿泊客と向き合ってきた結果、世界75カ国から15万人の外国人旅行者を受け入れるまでになった。

当館の経営理念は出会い（国際交流）、ふれあい（文化交流）、学び合い（教育交流）で、これらから得られる感動体験を糧とした喜びと自己成長が鍵となる。

失敗や反省、葛藤しながら自分の中に落とし込み、次につなげる。それがリピーターにつながってきた。究極の観光資源は人である、とまさしくそう思う。

子どもの時分から外国人に接し、歓迎する心を育むべきだ。そのため、私は地元の小学校に外国人客を案内している。英語、社会、総合学習、道徳などの時間を利用して外国人との接し方、向き合い方の基礎・基本を教えてはどうか。

また、先生たちを観光現場で研修させ、実情を理解してもらうことも必要。私は公教育に「国際観光教育」を導入すべきだと考える。

北海道観光の未来をリードする人材は双方向の国際交流による感動体験から生まれる。キーワードは出会い、ふれあい、そして学び合いだ。

人材育成は最重要課題である。同時に、訪日客がもたらす文化の違いは違いとして受け止め、異文化摩擦やトラブルが生じた時は、誰が正しいかではなく、何が正しいかで対処して、北海道民としての誇りと自信を保つことができる「人間成長」に注力していけば北海道観光の未来はさらに明るく、活気のあるものになると思う。

基調講演2

「北海道観光の未来に向けた地域主導型観光のすすめ」

東　良和氏（沖縄ツーリスト会長）

発地での影響力維持を
リカレント教育も重要

1958年の創業だが、地域主導型観光の旗振り役として、沖縄を拠点に全国に支店を展開し、沖縄観光のグローバル化に取り組んできた。

主導型というのは下請けからの脱却で、市場に出ていって直接お客さまをつかむ。結果、利益率も高まり、誰かから押し付けられたお客さまではないので、精神的にも楽だ。そして、地元に本社があるため、決定権があるという優位性もたくさんある。発地での影響力をグリップすることが大事だ。

地元にきちんとお金が落ちるには、発地から割り引くようなツアーはやってはいけない。また、ポータルサイトばかりに頼らず、メガサイトやOTA（オンラインツーリストエージェント）を賢く使いながら、自分たちの直販体制を作っていくことが必要だ。

観光業界に限らず、人手不足がいわれているが、不足することは分かっていたので、外からの人材確保を進めてきた。中国・福建省の27大学と提携し、毎年10～20人の日本語ができる学生たちを受け入れ、働いてもらっている。

北海道で働きたいという学生もいるので、お話があれば紹介できる。また、年配者のリカレント教育にも力を入れていくべきで、こうした人たちをインバウンド対応や新しい事業の中でどう使っていくのかも重要だ。

業界にはさまざまな問題があるが、自力で勝ち取っていかなければならない。その志が重要であると共に、行政も正直者が得をするような観光産業の環境づくりにハード・ソフト両面からの取り組みをお願いしたい。

準備なきところにはチャンスが訪れない。インバウンドにしろ、今からどう始めていくかがポイントになるだろう。