声 VOICE

観光を支える方々の声を寄稿、インタビューを基にお届けします

（配置は五十音順です）

観光業界は「あくなきチャレンジ」を

ピンチをチャンスに

城島高原オペレーションズ代表取締役社長

後藤 康男 氏

当社は大分県別府市と湯布院の中間の高地に城島高原パーク・ホテル・ゴルフクラブを運営しており、同敷地内に遊園地、リゾートホテル、ゴルフ場がある自然豊かな避暑地である。

昨年来のコロナ禍の影響は尋常ではなく、稼ぎ時のゴールデンウイークに全面休業を余儀なくさせられ、前期は開業以来未曾有の大幅赤字に陥った。今年、期も変わり捲土重来の気概でスタートしたものの、コロナ禍で集客がままならないのが実際のところである。

大幅減収、大幅損失を計上した翌期、経営者ならどうするだろうか。増大した借り入れ金に目を向けるとコスト削減ばかりに傾注し、本来必要不可欠な営業戦略経費も使わず、守りに入ってしまう人もあるかと思う。

自分は「アフターコロナ」という言葉より「ウィズコロナでの感染対策を地道に愚直に実施、実現する」ことが、観光事業者にまず求められると考える。感染対策の徹底と、その場面をお客さまの視覚にインプットさせることが、ひいては営業、集客につながるのは相違ない。

その対策を前提とし、来年の当社や観光業界を取り巻く環境は、ワクチン接種の広がりなどにより今年度と比べ好転すると予測できる。ここで当社の経営指針の合言葉として「ピンチをチャンスに」を打ちだした。

自分たちの業は「非日常体験の提供で明日への英気を創出してもらう」ための必要産業との自負がある。城島高原に行くと笑顔になれるとの想いをより多くの方に持ってもらうためには、より大きい魅力度の創造を苦境期の今から各所で施さなければならない。言い換えれば前向きな投資戦略である。コア事業の遊園地業界は近年廃業も目立ち、生き残りをかけてのリニューアルを怠ると一挙に下り坂に入る。

城島高原パークの来春の大規模リニューアルに全社の経営資源をフル活用し、この難局に立ち向かいたい。その効果でホテル宿泊客の復活と、健闘を続けるゴルフ場の3事業で「おんせん県おおいた」の一翼を担いたいものである。コロナ感染者数が低位継続するなら、行政にはぜひGoToトラベル事業の再開をもって宿泊観光業者にエールを送ってほしいと切望する次第である。

折しも賛否両論渦巻いた東京オリンピックが閉会した。日の丸を背にした選手達のプレッシャーは容易に想像もできないが、あの必死さ、負けてなるものかの闘志、勝利後の涙、周囲への感謝の姿勢などは、企業経営者には響いているのではないか。「あくなきチャレンジ」が観光業界に求められているように思えて仕方がない今日この頃、決意新たにして筆を置きたい。

観光業は疲弊している

GoTo再開を 少額でも長く

草津スカイランドホテル女将

湯の華会会長

小林 由美 氏

8月に入って、コロナウイルスの感染者数が1万人を超える日が続き、先の見えない焦燥感が広がっているように思います。人と人との接触を介して感染していくから、まず接触を控えなければいけない。県を跨いでの移動も、会食も飲み会も自粛。できるだけ人流を抑え、手洗いとマスクは必須というのが日常になりました。

最初の緊急事態宣言の時は、全く未知のウイルスだったから、どうやって感染するのか分からない恐怖もあり、これを我慢すれば日常の生活に戻れると期待しておとなしく自粛していました。一時支援金や給付金も出たので、誰も文句を言いませんでした。

けれどさすがに4回目ともなると、緊急事態慣れと、心身だけでなく経済的にもかなり疲弊してきており、補償もないのに営業できないという状況に、我慢も限界に達してきています。

飲食店は時短要請である程度の補償もありますが、観光業には休業要請は出ていないので、休業しても何の補償もないのです。

政府の景気浮揚策として行われたGo Toトラベルは、宿泊業にとっては恵だったし、共通クーポンは隣県でも使えるとあって、スーパーやデパートなどでも使われ、景気浮揚という意味では最高の施策だったと思いますが、それが感染の広がりに一役買ったと攻撃の的になってしまい、結局中断してしまったのは、本当に残念です。

ただ、今思えば補填の額が大きすぎて、人々のお金や旅行に対する感覚を麻痺させたような気もするので、終息後再開されるのであれば、もう少し少額で良いから、長めに行っていただけるとありがたいと思います。全国の観光業は本当に疲弊していますので、ぜひ再開してください。

今回、群馬県にも緊急事態宣言が出たことで、草津温泉も町の施設が時短営業になり、飲食店の酒類の提供が停止になるなど、影響はもう始まっていますが、おかげさまで住民の希望者全員のワクチン接種は、9月末には終了する予定との事。当館の社員も希望者全員2回目の接種を終えています。

昨年から、ゴールデンウイーク、お盆、年末年始と繁忙期が全部規制の対象になり、まともな営業ができていません。休館の間に畳やカーペットの張替など、日頃できなかったこともして、終息後にはお客さまに安心してお泊りいただけるよう対策は進めております。

草津温泉はコロナが不活化するという実証結果も出ており、かねてより整備していた地蔵地区もきれいになりましたので、終息した暁にはコロナ疲れを癒しにお出かけいただければと思います。

旅の付加価値をパートナーとともに

旅行業のサワガニを求めて

読売旅行副社長

貞広 貴志 氏

東京の下町。ほかでは見かけない珍魚も扱う鮮魚居酒屋は、店先で一風変わったサービスを展開している。銀だらいに30匹ほどのサワガニを放ち、添え書きに「揚げて食べても、持ち帰って飼ってもOK」とうたう。わさわさ動き回る愛らしい小動物が、客の選択次第で10分後には食皿に載る。「デッドorペット」とでも呼ぶべきオプションは、子連れの家族客などにはなかなか刺激的だが、刺身も揚げものも貴重な命をいただいている、という食の原点に気づかせてくれる仕掛けともなっている。

コロナ禍が始まって1年半、旅行業は大きな影響をこうむり続けている。まさに「デッドorアライブ」の岐路に立つ。業態変更や従業員カット、そして廃業といった厳しい選択を迫られた同業者は多い。

当社・読売旅行もビジネスモデルを転換した。営業所ごとに商品企画・販売してきた体制を思い切って中央集権化し、地方の要員は観光振興事業など新規事業に振り向けた。当社の得意技はメディアでの宣伝を通じて大量集客し、バスや電車、飛行機で団体ツアーを催行することだが、フリープランなど個人型商品の比重を増やした。新設したテーマ旅行の部署では、読売新聞グループの強みを生かした「オンリーワン」のプレミアム商品に挑戦している。たとえば、人間国宝の工芸家が手掛けた器で、その卓話を聞きながら一流シェフの料理を嗜む「工藝ダイニング」は、宿泊（1泊）付きだと20万円近い価格ながら、大反響をいただいた。

ただ、こうしたエッジの立った商品を自前で開発・販売するには限界がある。当社には、幅広い集客やメディアを通じた発信では知見があるが、富裕層向け商品の造成ノウハウや販路を持つわけではない。お客様に満足していただける付加価値の高い商品をつくるには、この新聞を読んでいらっしゃるホテルや旅館、観光施設、交通機関、それに同業他社とのコラボがカギと考えている。パートナー事業者のすぐれた企画を当社の旅行商品と組み合わせ、デジタルも駆使した多様な販路で提供していくことこそが、ウィズコロナ期を生き抜く道だろう。

「人が旅するのは目的地に着くためではなく、旅するためである」と言ったのは、ドイツの文豪ゲーテだ。旅は、人生を豊かにする機会であり、断じて「不要不急の外出」ではない。（ただし、世界的な疫病流行のさなかに、どうしてもしなければならない行いでもない）

コロナ禍が収束に向かった時、感染への恐怖と巣ごもりに疲れ切った人々に、ささやかでも生きる意味を再び実感できるような旅の体験を提供したい。時短営業の居酒屋でサワガニをながめながら、思いを新たにした。

地熱開発の規制緩和は慎重に

温泉、自然を犠牲にするな

日本温泉協会副会長　地熱対策特別委員会顧問

佐藤 好億 氏

地熱開発の促進に向けて温泉法、自然公園法の運用見直しが環境省で進められている。「地域共生型の地熱利活用に向けた方策等検討会」が7月に設置され、3回の会合を経て9月には結論を出すという。私も委員の一人だが、拙速な議論は避け、規制緩和には慎重であるべきと考えている。

日本温泉協会は、温泉枯渇のリスクなど温泉保護の観点から「無秩序な地熱開発」に反対している。地熱開発の全てに反対なわけではなく、地域活性化のための小規模発電などは認めている。再生可能エネルギーの活用による気候変動対策の重要性も理解しているつもりだ。ただ、温泉資源や自然環境を犠牲にした地熱開発には反対の立場だ。

協会では「大規模かつ大深度掘削による地熱開発が温泉源に影響を与えることは間違いない」と考えている。温泉法関係の指針の見直しでは、地熱貯留層の規模に応じた管理や規制撤廃、地熱貯留層と温泉帯水層の離隔距離の在り方などが論点だが、地下構造の把握には不確実な部分も多い。地熱貯留層や温泉帯水層の範囲、外縁を正確に特定できるのか。シミュレーションなどの分析で、開発の持続可能性、温泉への影響を正しく評価できるのか。

温泉に長年、毎日接している私たち温泉宿の人間は、温泉の変化を肌感覚で捉えている部分が多いが、温泉帯水層の広がりや地下水の循環などは、相当長い時間をかけてモニタリングしないとつかめないのではないか。規制緩和で地熱開発を推進する前に、温泉の詳細な調査や継続的なモニタリングの態勢を全国で充実させ、データの蓄積に基づいて温泉資源の保護施策を見直すことが必要だ。

地熱開発を進める場合であっても、協会はその際の条件として、①地元の合意形成のための協議会の設置②地下構造などの開発に伴う客観的な情報公開と、都道府県の温泉審議会に基づく第三者機関の創設③資源の過剰採取を防止する規制④継続的で広範囲にわたる環境モニタリングの徹底⑤温泉に影響、被害が出た場合の補償を含む回復作業の明文化―を求めている。

温泉法以外にも自然公園法の運用に関して、国立公園などにおける地熱開発の規制緩和が検討されている。規制緩和に伴い経済効率を重視した大規模な地熱開発が各地で進められたら、十数年後の温泉地や国立公園はどうなっているだろうか。たとえ山あいの小さな温泉地であっても、貴重な湯治文化や里山を守っている。温泉資源や自然環境を次世代に引き継ぐための方策を考えていきたい。

環境と観光の両立が大切

エコツーリズム、再び

流通経済大学国際観光学科教授

辻野 啓一 氏

今年7月、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」が世界自然遺産に登録された。大変うれしいことだが、気になる点がある。

屋久島や小笠原が登録されたときに、それまでの観光客と違った層の観光客が押し寄せた。地元の人が望まないような観光客も混じっており、環境への影響も出た。

コロナ禍で観光客の足が遠のいたオアフ島ハナウマ湾のビーチは見違えるようにきれいになり、ワイキキの浜辺にはアザラシが戻ってきて話題になった。

ハワイ人たちは観光一辺倒ではなく、「環境と観光の両立」の大切さを改めて痛感した。この思いはハワイだけでなく、日本の観光にも言える。

観光と環境の両立は二律背反しがちでなかなか難しいが、解決策はある。

いよいよエコツーリズムの出番だ。

アメリカの調査会社の市場調査に拠れば、エコツーリズムの市場規模は2019年は1811億米ドル（邦貨では約20兆円弱）で、コロナ禍終息後の成長マーケットと期待されている。

エコツーリズムは自然に負荷をかけず、旅行を行い、地域にお金が落ちる。そして地域は得た財源の一部で環境を守るというプラスの循環だ。

欧米型エコツーリズムは自然を観光の対象にしているが、日本型エコツーリズムは自然とその中で営まれる生活・文化も対象になる。この点が注目に値する。

令和3年8月5日現在で197件のDMOが登録されているが、うまくいっている個所はそれほど多くない。

その中で異彩を放っているのは下呂のDMOだ。彼らが標榜しているのはEDMO。Eはエコツーリズムのエである。

DMOの推進にはまずは背骨になるビジョンが必要だ。下呂はエコツーリズムを柱にして、目標の年間宿泊人数100万人を超える110万人を2017年に達成している。例えば、金山地区では筋骨巡りツアーになった。筋骨隆々の筋骨だが、現地の言葉で路地裏のこと。きれいな裏庭、川を跨いで立つ家、昭和の香りのする家並みなどに加え、きれいな水場などがある。この水場を利用して地元のお母さんたちが野菜を洗ったりする。これまで振り向きもされなかった生活がまさに観光資源になっている。

2020年、下呂で開催されたエコツーリズム大会で、下呂温泉観光協会の瀧康洋会長は「エコツーリズムは生活文化が観光の対象になるので、地域の特徴が色濃く反映され、基本的に地産地消で地域を潤す」と語っていた。

エコツーリズムを導入し、生活、文化という地域の宝を磨けば、地域を元気にできるのである。

旅行会社発！ 地方創生

地域活性化に夢中！

名鉄観光サービス
商品事業本部商品開発部副部長

福井 佳代 氏

特にインバウンドの台頭で〝気づき〟となった「地域の魅力」。各地の魅力を把握していたものの、その発信や素材の発掘・創生に対し積極的に関わりを持って取り組めていませんでした。

3年前に社内では、部署をまたいだ横断的なメンバーによる「地域活性化プロジェクトチーム」が結成され、全国の自治体営業を始めました。結成後は、全国の社員と勉強会を重ね、現在も地域活性化に関するスキルを磨いています。

観光庁から公募された、昨年の「誘客多角化」事業、今年の「観光素材の磨き上げ」「高付加価値」事業など、どれも実施主体となるのはDMOや自治体の観光協会です。なんとか絡みたく、これまでに培ってきた経験やノウハウに新しい旅行スタイルを盛り込んだ提案営業を行った結果、今年度は全国で20件ほどの事業を受託し、現在はDMOや自治体とともに進めています。

形のないものを商品化し、商売につなげることが旅行会社の得意とするところ。特に地域の「社会」「環境」「経済」の三つの観点を重視し、「持続可能な観光」を造り上げていくことに、自社のみならず名鉄グループ一体となって注力をしています。

地域の活性化や新しい生活スタイルにおけるキーワードとして【平準化】があります。足りないところを満たし底上げすることで課題解決につながります。均すことで〝密〟を回避することにもなります。

「みつけたび」という路線バスを活用した着地型旅行商品を販売しています。地域交通として重要な路線バスの維持は、どの自治体でも抱える大きな課題です。日中の閑散時間の乗車人員を増やすには、外からの誘客が必要。路線バスを活用して楽しめる観光商品で、乗車効率向上に貢献します。

空き家の活用しかり、ナイト観光の推進しかり、コト消費やトキ消費にアイデアを出し、場所や時間など人の移動の平準化を推し進めることが、旅行会社の担う役割となりました。

多拠点居住のニーズが高まり定住から遊動の流れが始まっています。勤務場所に縛られないワーケーションなど、暮らしや生き方に新しい価値が見出されています。【観光】は「交流人口」を増やす手段でもありますが、加えて「関係人口」も重要です。さまざまな新しいツーリズムを通じて、関わる人口を増やし、多くの町が元気になることに貢献したいです。

現在、地元愛知県春日井市の活性化に夢中になっています。素材は「サボテン」。五感で楽しめるサボテンの魅力をアピールして、全国の皆さんが来訪される町となるよう活性化していきます。