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

政府の人材育成と観光産業

「志」を持つ人材の育成を

人事院公務員研修所長（元観光地域振興部長）

米村 猛 氏

5年ほど前、経済産業省から観光庁に出向し、「観光地域振興部長」を務めた。時はコロナ前、インバウンド目標に向けて、地方公務員や民間の方々も結集し、「観光×地域振興」を考えた1年間で、「消費額」を意識した。地域の持続的発展のため、「経営視点」で取り組む仕掛けが大事と信じ、DMOを一緒に考えた。他にも、酒蔵、映画ロケ、それにアドベンチャーのツーリズムなども有望と見た。そのため、たくさんの地域を訪れたが、圧倒的なキーが「人材」だと確信した。「志を持って地域に貢献する人たちのネットワーク」が、観光産業にあった。

経産省に戻ってもそのことが頭にあった。例えば、特許庁で地域産業をまとめる「地域団体商標」を振興した。近畿経済産業局長では、2025年大阪・関西万博に向け各地のブランドを磨き上げ、世界につなげる「12ブランド・プロジェクト」を立ち上げた（12ランド＝鯖江のめがね、信楽焼、丹後織物、和束茶、泉州タオル、播州織、三木の酒米等、丹波篠山の黒大豆等、淡路島の食と香り、奈良酒、広陵くつした、和歌山ニット）。いずれの時も「志とおもてなしのネットワーク」を持った観光産業を意識した。

また、運輸局と連携し、ポストコロナと人手不足を見据え、経産省が親しいデジタル業界と観光業界をつなげたりもした。

昨年、政府全体の人事部である「人事院」にて、公務員試験や官民交流制度に携わった。多様性の時代、官庁自体もイノベーティブにならねばと、中途採用や官庁への出向などを増やすべく、観光庁での出会いも思い浮かべながら制度を改善した。志を持つ人たちをもっと政府に迎え入れ、一緒に取り組んでいきたい。人事院にでも各省庁にでも問い合わせてほしい。

観光産業は「おもてなし文化」にあふれている。一般化すれば、カスタマーエクスペリエンス。官庁でも、人材育成でその取り組みを参考にしたい。女性活躍の面でも、女将という独特な役割も注目したい（そういえば「取締役女将」という名刺も見た）。

ポストコロナが見え、次なる政策の挑戦が求められる中、昨年末、各省横断の人材育成責任者になった。

不透明な時代、官庁人材も高度化が必要だ。インバウンド回復が見込まれ、また2年後の万博が具体化する中、飛躍が期待される観光産業だが、将来に向けた改革も必要だろう。そうした取り組みに寄り添って一緒に頑張る、志ある公務員育成に向け、尽力したい。引き続き、人材育成についても、皆さんと議論をしていきたい。

旅して応援！

信用金庫のネットワークを活用した支援

城南信用金庫　理事長

川本 恭治 氏

城南信用金庫では、2018年に全国の信用金庫と協同して、信用金庫のお客さま、自治体などが連携する「よい仕事おこしネットワーク」を立ち上げました。

同年、お客さまの会を中心として約3千人規模での旅行会を開始しましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、自粛を余儀なくされてしまいました。

その後、コロナ禍が深刻化し、度重なる緊急事態宣言の発令、まん延防止等重点措置の適用など、経験したことがない行動制限による、観光業界・観光地の窮状に対して、城南信用金庫では「よい仕事おこしネットワーク」でつながる全国の仲間で観光業を応援する方法を考え、2020年5月、観光地支援を目的に「よい仕事おこしネットワーク」のwebサイト内に、全国の信用金庫のお客さまの商品をご紹介する「お取り寄せガイド」を立ち上げ、2021年6月には「全国観光土産品連盟」と連携協定を締結。信用金庫のネットワークを活用し、観光客の減少で苦しむ土産物業界の販路拡大支援を実施し、2021年12月には、「お取り寄せガイド」に加えて「旅して応援！観光地ガイド」をサイト内に立ち上げ、観光業界の情報発信をすることで応援させていただきました。

そして、昨年12月、全国の信用金庫のお客さまが一堂に会するビジネスマッチングイベント「〝よい仕事おこし〟フェア」を開催いたしました。

商談の成果を高めるため、長引くコロナ禍や原材料価格の高騰などの影響を特に受けている「観光業」を含む三つの業種に対象を定めたことで、活気あふれるビジネスフェアとなり、参加いただいた全国の信用金庫のお客さま、自治体などのビジネスチャンス創出や観光地のPR活動に大きく貢献することができました。

しかし、観光業界・観光地の復活はまだまだこれからだと考えております。感染症の脅威は完全には拭えていないものの、本年5月に感染症法上の分類が5類に引き下げられることが決定し、日本社会は諸外国に遅れをとりながらも、本当の意味でのウィズコロナ、アフターコロナの社会へかじを切り始める、一つの節目を迎えることとなります。

地域に根ざした信用金庫だからこそ、それぞれの地域の魅力を発信することができる、信用金庫にしかできないことがあるという使命感を持ち、城南信用金庫のネットワークを存分に活用し、地域の活性化に全力で取り組んでまいります。

観光地経営

「官民一体ALL箱根」で進む

箱根DMO（一般財団法人 箱根町観光協会）専務理事

佐藤 守 氏

箱根DMOは2018年の発足当時、「観光地そのものを経営する」視点のもと、官民一体ALL箱根で観光経済を拡大・発展させ、「観光経済消費額3千億円」を達成すべく、データ分析に基づいた戦略を構築し、箱根観光に関わるほぼすべてのステークホルダーの皆さんと進んできました。

箱根DMOの強みは、幅広い観光に関する関係者各位に官民一体で関わっていただいていることです。DMOの運営と（一財）箱根町観光協会の経営を監督いただく理事、評議員の皆さま、戦略の策定と実行をプロジェクトベースで推進する戦略推進委員会委員の皆さまは、箱根町役場の幅広い部局をはじめ、各地域や観光関連団体組織、交通事業者、大手観光事業者等から幅広く選出いただいております。戦略推進スタッフの出向者については、小田急箱根ホールディングス、プリンスホテルという地場有力企業、楽天、JTB、リクルートじゃらんといった箱根観光に不可欠なサポート企業にもご協力いただき、出向者が戻っても長く関係性が継続しております。

ここ数年の外部環境変化としては、新型コロナウイルスに目がいきがちですが、世界的な潮流であるSDGs、ESG投資の流れも見逃せません。箱根DMOでは箱根町の戦略的補助をいただき、サステナブルツーリズムに対応できるAT（アドベンチャーツーリズム）ガイドの養成、ユニバーサルツーリズムに取り組み、世界的観光地認証である「2022 Green Destinations Top100 Stories」にも選出されました。観光DX（デジタルトランスフォーメーション）についても、観光マーケティングやビジネスプロセスのデジタル化を進めることで、箱根の観光事業者の売上向上につなげ、観光消費拡大に取り組んでいきます。

また、従前からの課題であった交通渋滞の緩和に向けて、箱根パーク&ライドを展開。例えば大涌谷の渋滞を避けるため、小田急箱根グループの箱根ロープウェイを活用する取り組みなど、幅広い活動に発展しております。これら取り組みは、ゴールドウイン（自然環境保全利活用）、リクルート（観光DX）、日立システムズ（観光DX）、サントリー（PET水平リサイクル）など、先進的な取り組みを行う企業各社と箱根町とで包括連携協定を結んでいただき、中長期ビジョンを持って取り組んできました。

コロナ後を見据えると、準備すべきことは山積です。箱根は、これからも日本のTOP観光地の一翼を担う存在であり続けるために、先人の築いてくれた「箱根ブランド」を発展させるために、地域のすべての皆さんと「官民一体ALL箱根」で進んでまいります。

観光ガイド・通訳案内士

高付加価値化を高報酬化

ノットワールド　代表取締役

佐々木 文人 氏

「高付加価値化」という言葉を観光業界でも耳にするようになりました。他にも、DX（デジタルトランスフォーメーション）といった言葉もよく見ます。まだFAX等をこれまたよく見る旅行業界では伸び代の大きいチャレンジだと感じています。

売り上げを伸ばし、経費を効率化する取り組みは大事です。同時に、観光業界全体で向き合うべき課題は、どう働き手の待遇を改善していくか、ということにあると感じています。全産業的に人材不足になる中で、観光業界としても競争優位性がないと良い人材を獲得できなくなってきています。観光産業の未来のために、そこで生まれた利益を働き手に還元し、より魅力的な人材が集まり、さらに発展していく場を創っていく必要があります。

僕たちノットワールドでは、ガイド業界でこの課題と向き合っています。これまでガイドは、それだけでは食べていくことができないために、副業での担い手という思いで取り組んでいます。①良いサービスを作ること②価値を見える化し価格に載せること③ITも活用し経費を合理化することーこれを個人・企業問わず観光業界全体で取り組んでいく必要があります。1社では実現できないことですが、みんなで手を取り合えば実現できると信じ、現在2500名のガイドと、19団体の賛助会員で高付加価値化・高報酬化に取り組んでいます。共感いただける方はぜひ輪に加わっていただけるとうれしいです。

優秀なガイドは、ガイドだけでなく、観光業界のどこでも活躍できる人材です。しっかりともうかる環境を創り、人から観光を盛り上げていきたいと考えています。

僕たち昔は自分たちのツアーを担当するガイド育成だけを行っていましたが、それでは業界が衰退すると思い、2020年にガイドコミュニティ「Japan Wonder Guide」を立ち上げ、日本にガイド文化を創るんだ、という思いで取り組んでいます。①良いサービスを作ること②価値を見える化し価格に載せること③ITも活用し経費を合理化することーこれを個人・企業問わず観光業界全体で取り組んでいく必要があります。1社では実現できないことですが、みんなで手を取り合えば実現できると信じ、現在2500名のガイドと、19団体の賛助会員で高付加価値化・高報酬化に取り組んでいます。共感いただける方はぜひ輪に加わっていただけるとうれしいです。

優秀なガイドは、ガイドだけでなく、観光業界のどこでも活躍できる人材です。しっかりともうかる環境を創り、人から観光を盛り上げていきたいと考えています。

リトリートの視点を

新たな旅の本質を見いだそう

群馬県中之条町総合アドバイザー

宮﨑 信雄 氏

リトリートという言葉を最近よく耳にすることがあるかと思います。英和辞典で調べると、退去・後退・隠居所・避難所・隠れ家・黙想といった言葉が出てきます。観光的には、休暇の過ごし方を仕事や日常生活から離れ、リフレッシュする時間を持ち、心身ともにリセットするといった意味で使われています。

現代社会はストレスや体の疲れを抱えメンタルケアを必要とする方がたくさんいます。そういった方々に普段の旅とは違った過ごし方を提供するのがリトリートです。

具体的には1泊で名所巡りやグルメ・レジャー等を時間に追われて回るのではなく、リトリートは日常の慌ただしさや喧騒から離れ、自分自身と向き合い、ゆっくり過ごしリフレッシュするための長期滞在型の旅の形態です。「のんびり・ゆっくり」がキーワードです。

現在、群馬県ではリトリート事業を推進し「リトリートの聖地」を目指しています。県の担当者は各温泉地に出向き、お客さまが快適に過ごせるような環境づくりを地元観光協会と協議している商店に、手土産を持って行くのです。

なぜかというと、前年に預けてあった浴衣や下駄など滞在中に使う物を受け取りに行くからです。そして滞在中はその商店でお茶をいただき四方山話をしたり、温泉街を散策したり、時には床屋に行って散髪をし、のんびりと時を過ごしていました。これぞまさにリトリートではないでしょうか。

コロナによって痛手を負った温泉地はまだまだ回復していません。リトリートが欧米のバカンスのように旅行者に浸透し、休暇の過ごし方が少しでも変わり、新たな旅の本質を見いだせれば良いのではないかと思っています。

四万温泉は昔から湯治場として栄えてきた温泉地です。昭和30、40年代は長期滞在の湯治客が半数以上を占めていました。当時のお客さまは四万へ到着すると、すぐには宿には行かず、温泉街にある雰囲気にしている商店に、手土産を持って行くのです。

なぜかというと、前年に預けてあった浴衣や下駄など滞在中に使う物を受け取りに行くからです。そして滞在中はその商店でお茶をいただき四方山話をしたり、温泉街を散策したり、時には床屋に行って散髪をし、のんびりと時を過ごしていました。これぞまさにリトリートではないでしょうか。

コロナによって痛手を負った温泉地はまだまだ回復していません。リトリートが欧米のバカンスのように旅行者に浸透し、休暇の過ごし方が少しでも変わり、新たな旅の本質を見いだせれば良いのではないかと思っています。

サステナブルツーリズム

廃線をプラスに、高付加価値化

一般社団法人安中市観光機構事業部

上原 将太 氏

全国にある廃線や未成線の中でも、碓氷峠は特殊である。それは、元々が日本一の急勾配区間であること、専用の電気機関車が用いられたこと等だ。そんな場所で、今年度はサステナブルツーリズムをテーマにチャレンジをした。強く、印象に残っている言葉がある。コーチングを受けながら、「廃線になった10㌔以上の区間をウォーキングコンテンツとして生かしているが、これを全く新しく、作るとなると環境負荷がかかる。というようにも考えられる。廃線になる区間がこれから増えると考えると、活用の在り方としては日本の将来を見ているようにも感じる」と現地でガイドしたときに会話した内容だ。

鉄道の開通がこのまちに多くのメリットを与えてくれた。一部区間が廃止になった事実。それをマイナスではなく、プラスに変えていきたい。廃止から四半世紀が経過した、今だからこそ、観光資源として、高付加価値化することが、大切だと考える。

この場所に残っている人の思いを語り継ぎ、次世代に渡したい。そうすることが、大人たちが地域の子どもたちにできることだ。その過程として、体験型のコンテンツや、保全サイクルが育っていくことも、子どもたちの将来にとって良いものになるはずだ。

身近な大人へのリスペクトは、子どもにとって地域への愛着へ変わる。という視点を教わったことがある。私にとっての身近な大人へのリスペクトは、国鉄に勤め、碓氷峠で機関車を運転していた、祖父だった。だから、碓氷峠の鉄道の歴史に愛着が生まれたのだと思う。きっと、その思いの循環は今に始まったものではなく、脈々とこの地域に続いてきたはずだ。

眠っていた思いや記憶を、確かなものにしていくために何ができるのか。これからは、廃線跡を歩くことから軌道上を「乗るもの」へステップアップする過程で、廃線跡の保全サイクルを確立していく。サポーター制度を創設し、保全活動を定期的に行う。保全サイクルに還元される商品バリエーションを増やし、保線体験をコンテンツ化し販売することを計画している。

暮らす人たちが愛着をもって、大事にしている地域の歴史・文化を、訪れる人たちに伝える。訪れた人たちは、自らのアクションが地域に還元されることを体感し、旅のアクセントとなる。持続可能な観光モデルとして、保全と活用の両輪で進んでいく。次の世代でも、大事にしてもらえるように。自分が過ごす場所とだして、選んでもらえるように。それが、暮らす私たちにとっても必要だから。