VOICE 声

観光を支える方々の声を寄稿などを基にお届けします

宿泊施設の経営

外国人雇用を付加価値やイノベーションを創出するトリガーに

ＪＴＢ旅連事業　代表取締役
戒田　智彦 氏

専門性、技能を生かした業務に即戦力として従事する外国人を受け入れることを目的に在留資格「特定技能」が創設され、この制度によって2019年4月から宿泊業界でも外国人の就労が可能になった。出入国在留管理庁の公表資料によると、特定技能1号在留外国人の数は13万7588人（23年1月末現在）で、その8割は元技能実習生。技能実習制度の対象分野に宿泊業が追加されたのは20年2月からで3年経過していないため、宿泊分野の特定技能在留資格者に元実習生がいない。

また、実技が受験科目に含まれない外食業、介護と比較して宿泊分野の合格率は低く、受験機会も制限されている等の事情で、宿泊分野の技能実習在留資格者は極めて少ない。外食業の特定技能資格者を採用し、宿泊施設のレストラン、飲食店で飲食物調理・接客に従事させているケースも見られるが、制度導入の本来目的に達しない。

送り出し国や試験実施機関と連携して宿泊分野の特定技能資格者の底上げを図ることが、深刻化する人手不足対策の一手になると思料する。

日本は生産年齢人口の減少で経済を支える中核となる年齢層が不足している。デジタル化による生産性の底上げや子育て中の女性、高齢者に合った労働環境づくりとともに、外国人の受け入れを拡大し、労働現場を支えてもらうことは避けて通れなくなってきている。外国人材の活用に向けた政策は転換点を迎えているが、外国人労働者が短期間で「お金を稼ぐ・仕送り」のためでなく、長期間で「スキル獲得、キャリア向上」を目的に働ける制度の設計を期待する。個人がその能力や適性に合ったスキルを磨き、多様なジョブや複数の職場にまたがってキャリアを自律的に実現できるように、在留資格のステップアップ制や公的な教育、自学を支援する仕組みを求める。

受け入れ側の宿泊施設では個人の能力を最大限引き出して活躍してもらうための環境整備と人材をつなぎ留めるための制度整備が欠かせない。職務（ジョブ）内容を明確にした就業規則の整備と外国人が職場に溶け込めるような受け入れ態勢の強化、能力の向上、職務（ジョブ）のスキルに応じた成果主義的な職務賃金制度の導入、公平性、客観性、透明性の3原則に基づく人事評価制度の設計が成長意欲を促す。

外国人材を単なる人手不足の数合わせではなく、豊かなアイデアや新たな付加価値を創造し、生産性、収益力を向上するイノベーションを起こす風土醸成の担い手と捉えた雇用に迫られている。

観光教育がもたらすもの

リカレントによる従業員の育成が急務

流通科学大学人間社会学部観光学科　教授
西村　典芳 氏

観光業界においては、10月以降の急激な需要回復に伴い、コロナ禍前以上に人手不足が深刻化している。人手不足の対応策として、DX化による生産性向上が注目されているが、DXと並行して、リカレントによる従業員の育成も急務であると考える。

インバウンド・観光専門の求人サイト「やまとごころキャリア」に登録している求職者2万5千名（2022年12月）に対してリカレント教育に関する意識調査によると、リカレント教育の受講を希望すると回答した方が71・6％、一方で、リカレント教育に参加したことがあると回答した方は50・5％となっており、受講希望者数と受講経験者数とのギャップが21・1％ある。年代別では、現役世代（20代～50代）では年齢が上がるごとに学び直しのニーズが高くなっている。実際にはリカレント教育による学び直しを必要としているが、受講する環境が整っていないことが考えられる。

特に、身に付けたい知識・技能の中で「観光地・観光地域づくりに関する知識」が最もニーズが高かったことからも分かる通り、発地型から着地型への旅行形態の変化に対応するためには、従来の旅行会社での知識や経験だけでは対応しきれず、リカレント教育による学び直しが必要とされている。また、旅行業経験者以上に宿泊業経験者の「観光地・観光地域づくりに関する知識」のニーズが高いことから、宿泊業においても従来の旅館やリゾートのような施設内で完結する旅行形態ではなく、エリアが一体となった観光地域づくりが求められており、それに対応するための学び直しが必要とされている。

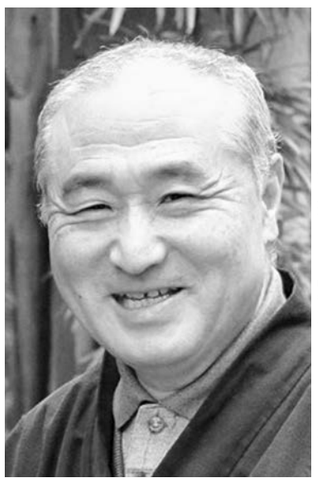
そこで、立命館大学ビジネススクールの日本初「観光MBA（観光経営学修士）」（2024年4月設置構想中）に期待したい。

一方で、新卒者がいかに観光業界へ就職するか？が課題である。本学では毎年2月に「キャリアアップセミナー」ホテル・旅館コースと観光振興・地域創生コースの2コースを開講している。観光関連企業・団体・旅館ホテル経営者をお招きして学び、フィールドワークで現場に出かけキャリア意識の向上を目指したものである。職業観の育成や、自己の将来に夢や希望を抱き、その実現を目指す意欲の高揚を図る教育は、これまでも行われてきたところであるが、より一層重要になってきている。キャリアアップセミナーは、こうした課題の解決に向けて、体験を重視した教育の改善・充実を図る取り組みの一環として役割を担うものであり、学生と現場の橋渡しになればと期待している。

みなかみ紀行に見る牧水の旅の心

「あくがれのみなかみ」を体験しませんか

ゆじゅく金田屋　館主
岡田　洋一 氏



【はじめに】

新型コロナウイルスのパンデミックが、4年にしてようやく収束の兆しを見せている。

人類が地球規模で体験したこの大事件は今後の人類の未来に大きな影響を与えようとしている。コロナから何を学び、コロナ後の世をどう生きるか？　それはこれまでの狂奔する経済至上主義一辺倒では解決しないだろう。

そこで私たちは一度立ち止まり、新しい局面を生き直すための実験を試みなければならない。

そのためのヒントのひとつとして、（仮説の段階ではあるが）「みなかみ紀行」に見る牧水の旅の心を探ってみたいと思う。

【牧水・みなかみ紀行の旅をたどる】

若山牧水は群馬県みなかみ町を二度訪れている。その旅をまとめた名作、みなかみ紀行の旅のモチーフは、あくがれの旅であり、命光らせる旅であり、そしてあめつちの中に小さな自分を見いだす心の旅であったろう。

牧水はこの町に入ると、まず、義民茂左ヱ門を祭る千日堂に参拝している。そして利根沼田の農民のために命を懸けて戦った茂左ヱ門の心と行動に感動し涙を流している。

また、歩き始めて間もなく通りかかった道の左手の黒岩渓谷の景観に目を奪われている。巨岩と清流と紅葉の織り成す光景について、まるで絵の具を流したようだと形容している。

さて、三国の山ふところには小さな部落があり、そこには牧水の歌の弟子であるM君が住んでいた。その家のいろり端でまつたけのみそ漬けでお茶を飲みながらM君のつくる歌の話をする。

彼のつくる素朴な作風の歌はM君の山国人らしい質実な性格と相まって牧水は大いに気に入ったようだ。

このM君をも誘って牧水は一路、目指す法師温泉へ向かった。

牧水は川の源に強くひかれる傾向があった。「川の源の初めの一滴を考えると、心が胸苦しくなるのを覚える」と表現している。

太古の自然が豊かに残るこの法師温泉はその水源のひとつでもある。

あくがれの法師温泉での大浴場・地酒とそして歌の弟子たちとの語らいはさぞ牧水の心を光らせたに違いないと思う。

【おわりに】

地元牧水ファンは牧水が訪れた10月23日、牧水の歩いた道をワラジを履いて歩く。

読者の皆さまも、牧水があくがれて分け入ったこのみなかみで大自然と自分の心を見つめ、もう一度生き直す旅をおすすめしたいと思う。

福井県小浜市のＤＭＯ

開発機能を併せ持つ司令塔

株式会社まちづくり小浜　代表取締役
御子柴　北斗 氏

株式会社まちづくり小浜が拠点とする福井県小浜市は、京都からまっすぐ北上したところにある若狭地方の中心都市です。古代、朝廷に海の幸を献上した「御食国（みけつくに）」の一つであり、「鯖街道」を通じて京都と深くつながって発展してきました。海と山が織りなす若狭湾の自然、国宝・重要文化財がひしめく神社仏閣、箸の生産量全国一のシェアを誇る若狭塗箸、歴史ある町並み、豊富な海の幸など、優れた観光資源が数多くあります。

小浜市は、昭和の終わり頃までは、夏は海水浴、春や秋は神社仏閣の国宝めぐりと多くの観光客が訪れていましたが、多様化する観光ニーズへの対応が遅れ、徐々に観光客が減少してきました。

そのような中、地域の観光の司令塔をつくり、地域一体となった観光振興を進めようと、2010年に小浜市や商工会議所、観光事業者、農林漁業団体、交通事業者、金融機関が出資をして設立されたのが、株式会社まちづくり小浜です。

まちづくり小浜は、DMOとして、観光客の動向などのデータ収集とそれに基づく戦略策定、プロモーションを行う「司令塔機能」にとどまらず、観光コンテンツの積極的な造成と販売を行う「開発機能」を併せ持つことが特徴です。2011年から運営している「道の駅若狭おばま」では、当初の年間6700万円の売り上げを2022年度には1億5700万円まで伸ばしたほか、地産地消のレストラン「濱の四季」、歴史的な町並みの中にある空き町家を活用した分散型ホテル「小浜町家ステイ」、国宝・明通寺と連携した体験型の旅館「松永六感」を展開しています。

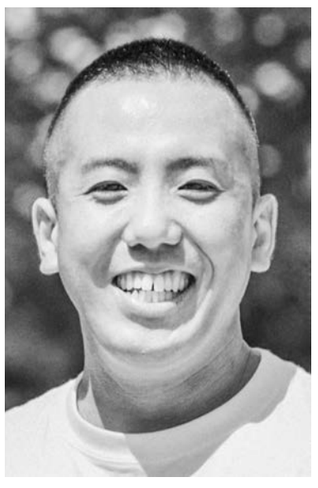
小浜市のような小規模な地方都市では、観光戦略を立てても、その実行力が課題になると考えています。私たちは、データ収集や戦略策定の中で磨いたマーケティング力を生かし、その戦略を率先して実行することで、そのノウハウを地域に横展開していくほか、私たちの事業を核に地域の事業者をつなぎ、連携して商品開発を行ったり、若い人材のチャレンジの場を作ったりしていきたいと考えています。また、実際に事業を展開することで、よりリアルで深い観光客のニーズや反応を得ることができることも強みです。

来年2024年春、北陸新幹線が若狭地方の入り口となる敦賀まで延伸しますが、その先は小浜市を経由して京都・大阪まで全線開通する計画となっています。私たちは、その未来も見据え、地域が一体となって新しい価値を生み出し続ける原動力となっていきたいと考えています。

旅行のスタイル

〝一歩踏み込み〟見える地元、地域

ノットワールド　取締役
河野　有 氏



われわれは、訪日外国人観光客に向けたガイド付きオプショナルツアーを運営しています。その経験から、本日は、旅行のスタイルについて書いてみます。皆さんは、お好みの旅行スタイルってありますか？

旅行は、「〝モノ消費〟から〝コト消費〟へ」、と言われてきました。モノ消費は、よく爆買いとかいわれますが、ある場所に旅行して、買い物をして帰る、というスタイルです。コト消費でいうと、「体験」があります。着物体験、抹茶体験、○○作り体験、などでしょうか。そして、コロナ前後から、ゲストのファン化、コミュニティ化、が叫ばれるようになってきました。外国人のゲストを見ていると、「暮らすように旅をする」ことを望むゲストが多くいるのが分かります。もちろん、初来日の方は、物見遊山的に、その土地のハイライトをサラッと見たい！　という方が多いのは、どの国も変わらないでしょう。ただ、有名観光地だとしても、一歩踏み込んで、その背景にある意味を知りたい、地元の人が行く店に行って地元の人と話したいということは、われわれのゲストからはよく要望として聞きます。

私自身、1年間の世界一周の旅をしていた時に思っていたのは、「旅に余白を持ち、一歩内側に踏み込んでみること」でした。表通りではなく、あえて一本裏側の通りを歩くと、そこに暮らす人の姿が見えてきます。ガイドを付けて説明を聞いたり、地元の人と話すことも一歩内側に踏み込むためのきっかけとなります。

また、スケジュールを詰めすぎた旅は、偶然の入り込む余地がどんどん少なくなっていきます。偶然のきっかけがあっても、それを拡大する余裕がないという感じです。地元の人との偶然のきっかけをもとにした体験って、すごく心に残り、またあそこに行きたいなぁ、と思わせるきっかけになると思います。

われわれはガイドツアーを行っていますが、地域で暮らす人々と観光客の間に立つガイドは、これからとても大事な存在になっていくと信じております。スマートフォンに続いて、生成型AIも出てきました。そういう時代こそ、地域に根差したガイドがゲストの要望に応じてファシリテーションしていくことが必要となるはずです。国が課題としている、旅行者への高付加価値化や地方部への誘客に対して、われわれはガイドというアプローチで日々まい進しております。〝観光は人なり！〟。横で連携して日本の観光をより盛り上げていければと思っておりますので、ピンと来た方はいつでもご連絡ください。