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

「せとうち」の魅力

「世界一の観光地」に向け深掘りを

せとうち観光推進機構　専務理事・事業本部長

坂元 浩 氏

本年3月24日にG7広島サミットを契機とした「せとうち」（ひらがなのせとうち）は海・島だけでなく里山や川も表現）の周遊促進のため、国内外のメディア関係者を対象に「せとうち7サミット」を開催した。第1部はアレックス・カー氏による基調講演と7県知事によるプレゼンテーション、第2部は広島県のご協力により地元の食材を使った夕食交流会を行い、大阪・関西万博のマスコット「ミャクミャク」にも広島まで出張いただいた。

基調講演では「世界の瀬戸内海」と題して、エーゲ海・アドリア海と並び世界に三つしかない内海である瀬戸内海の魅力を語っていただいた。海が穏やか・島が多い・文化と歴史が豊富・クルージングに適している、などなど。一方で課題として、男女の活躍や景観保全・SDGs・宿泊施設・海の交通・オーバーツーリズムなどについて、関係者はさらに意識する必要があるとの示唆であった。カー氏はアメリカ生まれ、1964年初来日、1973年徳島県三好市祖谷にて「ちいおり」購入後40軒以上の古民家再生を手掛けており、外から目線で日本の魅力にはまった方。

5月19日にサミット休暇をとって祖谷の古民家の一つ「天一方」に宿泊させていただいた。落合集落の山の斜面に張り付くように民家や畑があり今も人々の生活が営まれている。夕食は地元のおばさんが野菜をたくさん持ってきてくれて、男4人が明るいうちから飲み始めている横で次々と料理を作ってくれた。宿や景色の素晴らしさもさることながら、地元の人が生き生きと私たちのために手料理をふるまってくれたことに感動した。「外国人も多いですよね」と尋ねたら、手振り素振りで「問題ないよ～（笑い）」と頼もしい答えが返ってきた。そういえば萩焼窯元のお姉さんや三津の渡しの船頭さんも同じアクションだったことを思い出した。外国人に対する苦手意識とは無縁の世界、自分たちの暮らし、文化、歴史に対する誇りと自信を感じた。

私自身は今まで40カ国を訪問し、うち5カ国には通算10年以上暮らし、日本に帰国して10年になる。この地に縁のなかった私が外から目線で「せとうち」の魅力にはまっている。

一方でまだまだ「世界でここにしかない魅力」を伝えきれていないもどかしさがある。「せとうち」のブランドコンセプトである「AUTHENTIC JAPAN：SETOUCHI」の深掘りが今年度の課題である。観光庁の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」で「せとうち」がモデル観光地に選ばれた。10年後に世界一の観光地になるべく、7県・47市町・関係者の皆さんと「せとうち」の魅力の深掘りを始めたところである。

現代美術の祭典「中之条ビエンナーレ」

経済効果大、新風吹き込む

中之条町観光協会 会長

田村 亮一 氏

群馬県の北西部、新潟県、長野県と接する山あいに中之条町は位置します。"花と湯の町"をキャッチフレーズとし、「花」は中之条ガーデンズの美麗な花々、また、ラムサール条約登録地である芳ケ平湿地群や野反湖などの雄大な自然を、「湯」は私の出身地であり、上州三名湯にも数えられる四万温泉とともに草津の仕上げ湯として古来より有名な沢渡温泉、そして花敷、尻焼など多様な温泉を有する六合温泉郷などを表しています。

そのほか「文化」や「芸術」の面では国重要無形文化財の白久保のお茶講や鳥追い祭、さらに、今年も9月9日～10月9日に開催され9回目を迎える「中之条ビエンナーレ」なども町の特色の一つと言えます。

ビエンナーレは隔年に開催される現代美術の祭典で、町全体を美術館に見立てて開催されています。里山や温泉といった地域そのものが芸術鑑賞の会場となります。普段、統計による町への来訪者は首都圏のシニア層が多いのですが、ビエンナーレ期間中はインバウンドを含めて若いお客さまの割合も増加するなど、入込客数換算では30万～40万人の来訪者を数える盛況ぶりで、この経済効果は多大で四万温泉に宿泊される年間のお客さま30万人弱と比較しても驚異的な数字と言えるものです。

毎年開催してほしいという要望も内外から聞こえてきますが、〝隔年に1カ月だけ〟という特別性が価値を高めている一因であることも忘れてはならないと思います。また、ビエンナーレの魅力は地域にとっても作家との交流という点で大きな財産になっています。海外アーティストも含めて町内における長期の創作活動を通じ、この土地の持つ独特の風土・文化から着想を得て、中之条でしか作りえない作品を手掛けます。

ある作家は「作品は中之条という土地と、私という人間の子どもである」とも言っています。実際にビエンナーレが縁で、移住定住をする作家も多くいらっしゃいます。町内の園児や学生も教育の一環として、ビエンナーレを見学し、時には作家とともに制作活動に関わります。現代美術は敷居が高いと感じる方もおられますが中之条の子どもたちにとっては、身近な存在となっています。

課題も地域における2次交通や集客面での平日と週末との格差の解消などが挙げられますが、地域一丸となって取り組む「中之条ビエンナーレ」は中之条に新しい風を送り続けていきます。そして、私たち旅館業者にとっても大変ありがたい祭典であり、町民にとっても大切な宝物となっています。

観光宿泊業界のエポックメイキング

今こそ求められる品質管理とSDGs対応

一般社団法人観光品質認証協会　統括理事
（日本ホテルアプレイザル　代表取締役）

北村 剛史 氏

2020年初頭以来、新型コロナウイルス感染症の影響で宿泊業界は大きなダメージを受けました。はや3カ年、2023年に入り、ようやくポストコロナ時代と称することができる環境が整いつつあります。訪日客も復活してきました。そのような環境にあって、人材不足や、さまざまな資材や原材料の高騰化も懸念されます。さらに今後「グラスゴー宣言」の実現に向けた環境への積極的な取り組みも求められています。まさに今こそ、大きなうねりを伴う新時代が幕を開けようとしているのです。徹底した品質管理向上、ブランディングに昇華させうる「ミッション、ビジョン、バリュー」、人々を魅了する食文化や伝統の保存と継承、日本が誇る豊富な自然と水や緑の生態系保存に地域との連携、そしてそれらを本気で実現する「誠実さ」が備わって初めて宿泊業界の地位のさらなる向上やさまざまな課題解決につながるはずです。

その間、弊会では、20年5月16日から宿泊施設向け感染症拡大防止対策ガイドラインとマニュアルのご提供を開始し、その後21年より宿泊施設向けSDGs認証基準の開発に着手、22年3月24日にはGSTCよりSDGs国際基準として承認を得て提供を開始いたしました。さらには、同年より宿泊施設品質向上支援システムとして、安全安心に関する簡易調査基準約300項目および安心感に関連するサービス要素のみで構成される2242項目の品質基準のシステム化（ウェブアプリ）に着手、23年8月17日より同システムの試験的運用へと至りました。本システムは、品質向上だけではなく、基準そのものが品質改善のマニュアルにもなり、従業員の皆さまの日々の利用は人材育成のトレーニングプログラムとしてもご活用いただけます。上記取り組みをもちまして、基本となる「安全」「安心」、さらにはより高度な「誠実性」の実践につながる品質管理、感染症拡大防止対策、そして自然環境保全、生物多様性の尊重、地域社会との関係改善、労働環境改善まで、宿泊施設の持続的な発展のための基準整備の全体系化がほぼ完了したこととなります。

日本の宿泊業界は、かけがえのない文化性を有し、そして潜在的に圧倒的な国際的競争力を有する唯一無二の業界であることから、弊会「サクラクオリティ」は徹底して、宿泊業界の皆さまに寄り添う姿勢を追求してきました。世界的にほぼ類を見ないDMO等との共同品質認証制度でありかつ品質向上プログラムである「サクラクオリティ」は、日本ならではの「安全・安心・誠実」の実現こそが、揺るぎなき宿泊業界に求められる「ミッション」として捉え、DMO等の皆さまや、海外さまざまな機関とも連携しつつ、日本の国際的競争力の向上、優位性の確立を支援してまいります。

盤石な業界、大学づくりに

次世代へつなぐための産学連携を

西武文理大学教授
（ＪＴＢ総合研究所客員研究員）

波潟 郁代 氏

今年の4月にJTB総合研究所から大学に出向し、観光概論を教えている。初年度でもあり、授業準備や周辺業務に多忙を極めるが、教えることで学び直しの機会になり、学生との交流は、当校は小規模校で学生との距離が近いこともあり、自身の研究テーマ「生活者の価値観と旅行行動」について深耕を図る場になっている。若い感性による学びも多い。怒涛の前期を終え、雑感を述べたい。

現在の大学4年生は、2020年の入学と同時に新型コロナのパンデミックとなり、約3年間、授業や部活などリアルなキャンパスライフの制限を受けながら、就活や卒業研究の時期に入っていった学年である。本来、大学時代は自らの意思に基づく自立した行動で経験値を上げ、意思決定の判断材料を蓄積する期間であるべきと思うが、同じZ世代でも上の年代より得られる経験値が少ない特異な一面を持つといえる。コロナ禍の旅行は常に20代がけん引してきたが、平常時よりは少なく、授業で観光や運輸に関わる有名企業ブランドや利用を聞いたら意外と知らなかった。これが世間の大半の学生の実態だろう。

就活は、インターンも希望通りに行けない期間があったが、今年は一般的に堅調だ。観光産業に限れば人材不足を反映してか、当校も著名なホテルの内定が多く決まっている。社会への覚悟と常識と身に着けて送り出したいが、受け入れる側にも、新型コロナの影響を受けた学生生活を挽回できるよう、魅力的なキャリアパスにつながるよう育成してほしいと思う。

異動して、日本の大学を取り巻く環境の厳しさを実感する機会にもなった。文科省の「学校基本調査」によると、大学の数は2023年5月速報値で810校、うち私学は622校だ。国公立は2000年比で17校増えたが、私学は144校30・1％増加だ。新入生の募集を停止する大学も現れる中、教育も抜本的改革が求められている。観光人気と聞くが、リクルートの進学サイトをみると、観光学は必ずしも人気学問上位ではない。親や高校教諭の話を聞くと、就職先など具体的な掴みどころがなく、コロナ禍の経験に不安を持つ人もいる。

解決の糸口の一つに産学連携があるのではないか。従来の観光振興の分野に企業が教員やカリキュラムを提供するだけではなく、生産性向上、キャリアパスなど業界の内政的な課題を他産業のように共同研究することも必要と感じる。一方で地元企業には大学の観光教育に積極的に関わってもらう。盤石な業界、大学づくりに、垣根を超えた往来が必要だ。

観光立国と観光倫理

観光産業のモラル・マナーの必要性

公益社団法人全国水利用設備環境衛生協会
会長

大熊 久之 氏

観光業界での財務資源は、第1番目に①風土②自然環境③伝統文化④歴史・遺産、第2番目に①食②癒やし（温泉、おもてなしなど）③体験（茶道、華道、着付け、買い物など）でしたが、近年では第3番目に①治安②安心・安全③清潔・衛生などが含まれてきています。地域性や受け入れ側の特性においては、この順位や呼び方の違いはありますが、インバウンドや国内利用者が求める観光旅行は、この資源の組み合わせでさまざまな楽しみ方と共に再訪問の機会が増えてきています。

日本は、経済の低迷と共にその産業基盤が徐々に変化しています。2023年この間にも第1次産業（農林水産業など）から第2次産業（製造、建設、工業生産など）の過程をたどり、現在、経済シフトが第3次産業（金融、運送、情報通信、小売、サービス業など）に移り、中でも顕著にサービス業への取り組みを「観光立国」と銘打って国が推奨し、新しい経済基盤を造ろうとしています。

観光産業での経済基盤のあり方は、世界的にも人種、文化、気候風土、宗教など、また、国力、経済力などによる違いがありますが、気候変動や産業の発展などによる自然環境の異変や国情による人口の増減や移民政策、格差社会の拡大などによる多様性を中心とした新しい観光産業が生まれようとしています。

これから第3次産業のサービス業は、第1、第2次産業のけん引役になっていきます。中でも財務資源の第3番目の①治安②安心・安全③清潔・衛生などは危機管理の対象となりますが、これが大きな付加価値となり、国の品格、民度の評価と並び、国の基礎評価となり得ます。

これらを維持・保守するには、訪日外国人や国内旅行者を問わず観光の目的に応じたモラル・マナーの重要性を啓蒙し、受け入れる側もコンプライアンス教育の徹底を図ることが、これから大きな問題になるであろうオーバーツーリズム（観光公害）を少しでも軽減させる要因となります。

モラル・マナーは、観光事業者、地場産業、周辺住民などが地域社会の文化、風土などにあった強弱のある規制（罰則を含めたローカルルール）を策定し、国が自治体、ならびに観光業界と共に啓蒙することで、より現況に即した安心・安全な安定的観光経済圏を創れるのではないでしょうか。

「観光立国」の構想は、日本の魅力の宣伝と新しい経済活動の基盤となりますが、それらの理念の基礎に「観光倫理」があり、「持続可能な観光」が望めるのではないでしょうか。

宿泊業界に求められる「自己変革」

働き手は必ず確保できる

ダイブ　代表取締役

庄子 潔 氏

新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、コロナ禍の渦中で猛烈な逆風に見舞われた宿泊業は急速に活気を取り戻しました。インバウンド需要も、コロナ禍以前の実績を上回る勢いを見せています。

一方、総務省の労働力調査によると、2023年度の宿泊業の従事者数は58万人で、2019年度の69万人と比べて11万人も減少しました。この数字が表しているのは、コロナ禍を機に他業界へと流れた労働力が戻っていないという厳しい現実です。

もちろん、宿泊業には他業界では味わえない魅力があります。政府は観光立国の実現を国策の柱に掲げており、その最前線で活躍する醍醐味は格別でしょう。

ただし、宿泊業界は給与水準の低さや長時間労働といった慢性的な課題を抱えているのも事実です。安定的な働き手の確保には、迅速かつ思い切った待遇改善が欠かせません。

苦労の末に確保した従業員の定着には、働く意欲を持ちやすい職場環境や組織文化の醸成も不可欠です。宿泊事業者は顧客満足度だけでなく、従業員満足度も重視する必要があります。

さらに、今こそ目を向ける必要があるのは外国人材の活用です。国はこの7月、在留資格の特定技能に係る制度運用を大幅に緩和しました。人手不足に悩む宿泊業にとってまたとない追い風を生かす上では、長期的な視野に立った採用計画や教育体制など外国人材の受け入れ環境を整えなければなりません。

コロナ禍で人材派遣・紹介需要が低迷した中、当社もあらゆる業務を徹底的に見直しました。人間が関わる必要のない仕事を洗い出し、代替可能なシステムを構築したことで得られたのは、コロナ禍以前より少ない人数で高い利益率を生み出せる強い経営基盤です。実際に2019年と比較して2023年は営業効率が180・8％増加しています。

豊富な求人情報を検索し、応募できるLINEアプリも業務の効率化に役立ったと同時に、多くのユーザーに手軽さが受け入れられて登録者数が伸びています。

こうした経験を還元しようと、将来的には宿泊事業者のDX（デジタルトランスフォーメーション）推進を支援することも考えていますが、中枢の集客業務さえ代行会社に依存しがちな宿泊業の風潮には懸念もあります。

ノウハウなど知らなくても、よく調べれば実行できることは案外多いはずです。そうして多くの業務を自社の力でこなせるようになると、利益率も自然に高まるでしょう。

アフターコロナ時代の宿泊業界は、そうしたことに気付き、手間を惜しまず「自己変革」に挑む事業者こそが成功すると思います。