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

声 VOICE

地域活性化に取り組む空港運営会社

地方こそ輝く時代に

南紀白浜エアポート 代表取締役社長
岡田 信一郎 氏

南紀白浜エアポートは空港運営会社でありながら、第2種旅行業登録の旅行会社、また、地域連携ＤＭＯでもある。「空港の発展は地域の発展から」と「空港型地方創生」のコンセプトを掲げ、地域活性化に取り組んでいる。私自身は、大館能代空港（秋田県）の利用促進に関する顧問を、また同地域の秋田内陸縦貫鉄道のアドバイザーも務めている。

和歌山と秋田、両地方の活性化に携わり実感することは、どちらも日本の地方の縮図、しかし、観光においては大チャンスの到来ということである。観光が高度化・高付加価値化し、物見遊山やショッピングという「観光」ではなく、その地域の暮らしそのものを味わう、あるいはその地域の人々との交流を楽しむ、といった「ツーリズム」に変遷していく中で、いよいよ地方こそ輝く時代が来た、と感じている。

しかし、地方には、食事場所が少ない、移動手段が少ない、宿が少ないなどの供給制約があるのが一般的。ただ、だからこそ、それが地域への流入規制となって、素晴らしい地域の魅力が守られる。そのメリットは計り知れない。

例えば、和歌山の場合、世界遺産熊野古道は国内外の富裕層に非常に人気な地であるが、決してアクセスのよい場所ではない。昔ながらの大型バスによる団体旅行にも適さない。来るなら個人あるいは小グループである。だからこそ、熊野古道という資源が守られ、また地域との交流もでき、価値を維持できるのである。

供給制約という点では、人手不足が最も切実な問題である。観光産業は基本的には労働集約産業。人が必要である。しかも、現在直面している人手不足は決して一過性の問題ではなく、日本の人口動態上、今後も継続、悪化する課題である。これにどう立ち向かうのか。

労働力制約によるサービス提供能力に制約があるのだから、限られた供給をどう生かすのか、あるいは、どうストレッチさせるのかの勝負。

例えば、多くの観光地は季節変動が大きいが、供給にゆとりのあるオフピークを伸ばす、あるいは、数より質で高付加価値のサービスを提供することで1人当たり、供給当たりの稼ぎを増やす、さらには、テクノロジー活用による生産性向上を実現し、ストレッチさせる。

また、楽しくなければ観光じゃない。南紀白浜エアポートでは、顔認証による手ぶら顔パス未来観光を地域実装したり、笑顔でないと反応しない除菌スプレーを地域に広めコロナ対策を楽しんだ。

やりようはある。腕の見せどころではないか。

ぜひ、地方が輝く時代にしたい。

淡路島の総合観光戦略

「知られる観光地」から「選ばれる観光地」へ

淡路島観光協会　CMO（チーフマーケティングオフィサー）
高木 俊光 氏

コロナ禍時も最小限の落ち込みにとどまり、現在も比較的活況を呈している淡路島。観光を支えているマーケットは圧倒的に京阪神です。90％を占める日帰りはほぼ京阪神、宿泊でも近畿圏比率が76％もある一方、首都圏はわずか6％、インバウンドは2％です。恐らく有名観光地で首都圏比率が10％を切っているのは淡路島のみ。このことは、マイクロツーリズム化したコロナ禍での状況を顧みても強みである一方、今後の成長を見据える上では、「大きな課題」でもあります。

転機を迎えている淡路島では、今後の指針となる5年間の総合観光戦略を策定し、今年はその2年目、ビジョンは「いのち輝く島」、基本理念は「知られる観光地から選ばれる観光地への転換」です。

1998年の明石海峡大橋開通後、マスツーリズム全盛の中で時代の変化を先読みし、個人化や地産地消、ユニバーサル化など、先んじて取り組んできた淡路島ですが、さらなる成長、繁栄のためには今がまさしく正念場と考えます。

首都圏やインバウンドの富裕層を誘客するための戦略の柱は二つ。一つは宿泊施設を中心とした高付加価値化です。これは選ばれる観光地のための必須の前提条件であり、消費単価アップにも直結し、ひいては業界最大の課題である人材不足解消にもつながります。

もう一つは、島ならではの本物体験コンテンツの充実です。東京以西では例を見ない食料自給率110％を誇る淡路島。御食国に始まり、先人の創意工夫、努力によりブランド化された食材が多数あり、農業、漁業、畜産業の生産現場はまさしくＳＤＧｓ系体験コンテンツそのものです。他にも淡路瓦、線香、手延べ素麺などの伝統産業、古事記に国生みの島として記載されている海人の活躍の歴史等々、ポテンシャルは枚挙にいとまがありません。ただし、それらを磨き上げ、予約し体験する仕組み作りが追い付いていず、観光協会の喫緊の課題となっています。

来年は、大阪・関西万博が開催されますが、淡路島では会期を同じくして「ＡＷＡＪＩ島博」を開催します。その後も大阪ＩＲ、神戸空港国際化というグローバル化のチャンスが連続し、このターニングポイントでうまく方向転換するために、観光協会のミッションは責任重大です。

未来型モビリティ、空飛ぶクルマの実用化も早期に実現しそうです。そうなると関空から淡路島は約15分。既に洲本温泉では、ポートの整備にも着手しており、近い将来せとうちのゲートウェイ島として、アイランドホッピングによる新ゴールデンルートも視野に入れながら、夢を現実にしていく所存です。

持続可能な観光地域づくりへ

大河ドラマの盛り上がりを継続

静岡市大河ドラマ「どうする家康」活用推進協議会
事務局次長（静岡市観光・ＭＩＣＥ推進課長）
福地 剛 氏

「家康公が愛したまち静岡」。令和5年のＮＨＫ大河ドラマの主人公が徳川家康公に決まってから、静岡市が内外に発信してきたフレーズです。大河ドラマ「どうする家康」の放送決定を契機に、家康公が少年時代、5カ国統治時代、大御所時代と3度にわたり、人生の約3分の1、25年を過ごした駿府（静岡市）は、家康公ゆかりの地として静岡商工会議所他10団体で構成される活用推進協議会を立ち上げ、さまざまな地域活性化策に取り組んできました。

大河ドラマ館の開設、ゆかりの地をお得に巡ることができる市内周遊割引やスタンプラリー、ドラマの初回と最終回の放送に合わせて出演者を招いたトークイベント等、1年間を通じて観光客を呼び込む施策を展開しました。また、大河ドラマ本編後の「紀行潤礼」で市内のゆかりの地が紹介されたことも、誘客につながりました。

静岡県の観光デジタルデータでは、昨年1月から11月の本市観光施設の来訪者は、前年比約1・2倍に増え、家康公ゆかりの地については特に伸びが大きく、静岡浅間神社は約4倍、駿府城公園は約2倍、久能山東照宮は約2・2倍となりました。市の調査（1月～9月）による市内延べ宿泊者数は、コロナ前の令和元年の150万人泊を上回る結果となりました。

ドラマの放送が終わった今、この関心の高まりや盛り上がりを一過性に終わらせないために、家康公ゆかりの地を巡る周遊を一つの柱とし、日本遺産にも認定されている東海道の宿場観光なども加えて、歴史探訪まち歩きが楽しめる観光地域づくりに磨きをかけていく必要があります。昨年1月に開館した徳川家康、今川氏など静岡の歴史と文化が学べる静岡市歴史博物館、世界的な照明デザイナー石井幹子氏によるライトアップや天守台跡の野外展示の整備が進む駿府城公園を東海道歴史街道観光の拠点とし、歴史・文化を切り口にした観光を持続可能なものにしていきたいと考えています。

さらに、民間事業者の皆さまとも連携しながら、歴史だけでなく、本市ならではの豊かな自然や多様な食を楽しんでもらえるようなガストロノミーツーリズムや、お茶や自然の体験型ツーリズムなどの新たな取り組みも進めているところです。

これからは、「『歴史・文化』『食』『絶景』による感動体験」をキーワードに、「家康公が愛したまち」に育まれた地域資源や観光コンテンツを令和版にアップデートし、その魅力を発信していきたいと考えています。

企画担当者　個人旅行販売の岐路に迷う

これからの個人企画で生き残るために

東武トップツアーズ
東日本国内企画センター長
岡本 章 氏

コロナ禍という先の見えない長いトンネルをやっと抜け、再び明るい世界に飛び出した昨年。でもそこは以前と少し違った風景でした。東武鉄道の主要駅前にほぼ存在した弊社カウンター店舗は対面型営業スタイルの変化への対応を踏まえた機能統合により大きく減少。ＷＥＢよりもカウンター店舗が上回るシェアだったので、個人型企画商品ＦＥＥＬにとっては最大のお得意様を失った形です。ＷＥＢの大幅な拡販が待ったなしの急務となりました。

筆者は入社以来個人企画ひと筋。と言えば聞こえはいいのですが、団体旅行がメインの旅行会社では、取り扱いも利益も乏しい個人企画担当は常に肩身の狭い存在。このまま尻すぼみになれば個人企画からの撤退は明らか。危機感が募り、今後の進路を迷いました。

飛びついたのはマル契ＷＥＢ。ちょうどパッケージ旅行用のＪＲきっぷを駅の券売機で受け取れるシステムの導入が予定されており、そのメリットを生かしたツアーを自社サイトに多数掲載しました。弊社では「スゴ得」と呼称しているこのシステムは、それまで後日回答していた宿や列車の空きがすぐに分かり、座席も選べてきっぷの郵送を待つ必要もないと、お客さまに大好評。数字は少しずつ上昇に転じていきました。

職員はいわば企画屋。支持されると企画魂に火がつきます。宿泊施設の皆さまとの交渉を強化して選択肢を増やしたり、設定期間を細分化して施設の皆さまが低廉なレートを提供しやすくしたり、それまで制約のため設定できなかった地方発プランを拡充したりと、次々と工夫した結果、飛躍的に販売数は増加。昨年はコロナ前を大幅に上回る実績を残すことに成功、ＷＥＢのシェアは一気に70％近くまで膨らみました。対応してくれた職員と、ＷＥＢ拡販戦略を担う部署には感謝しかありません。

今後はさらなるＪＲツアーの拡充に傾注する一方、親会社である東武鉄道を利用したツアーの利便性向上も課題です。昨夏に運転を開始したスペーシアＸは大好評ですが、お客さまには座席回答やチケット受け取りにお時間をいただくなどご不便をおかけしており改善が急がれます。またフリープランの販売が主流になっており、日光や鬼怒川の周遊型コースを期待するご要望にあまりお応えできていないのが実情です。弊社のＷＥＢ会員の皆さまは東武鉄道沿線在住の方が多い傾向もあり、東武の旅行会社ならではの品ぞろえを確保しなければ、選ばれる旅行会社にはなれません。

ＯＴＡや最大手と戦っても勝ち目はありません。ニーズを重視すること。これが私たちの生きる道と信じ、まい進したいと考えています。

多彩な日本の文化資源

対話と融和による活用を

ポーラ伝統文化振興財団学芸員
（博士・歴史民俗資料学）
小泉 優莉菜 氏

2000年以降、日本では文化を観光資源として活用していこうとする動きがあり、国が主導し行っている。そして2020年の国会では、「文化を活用し文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」、いわゆる「文化観光推進法」が成立し、同年5月1日に施行された。

「地域」と「地域の文化施設や企業」、そして「国」の協働により、文化・観光・経済の好循環化が期待されている。

さまざまなステークホルダーが一体となり文化立国を目指している今日の状況において、地域の伝統文化の伝承者たちもその動きに呼応し、文化の発信を目指す動きも多くみられる。

例えば、島根県に伝承される石見神楽のうちの一つ、「有福神楽」（浜田市下有福町）では、コロナ禍で伝承が危ぶまれる中、神楽の演目のあらすじを英訳し公開。さらにはネット技術を活用し、祭礼時の神楽奉納をオンラインで配信している。

元々この地域は神楽が盛んであり、温泉街での毎週の公演や複合文化施設での神楽上演が行われていたが、先述した有福神楽の革新的な試みにより、国内外からの話題を呼び、見学希望者が増えているともいう。

しかし、そのような活発な動きが見られる地域もある半面、地域によっては、行政との間に亀裂が入り、観光化自体を拒否する動きもみられる。

例えば、2018年にユネスコ世界文化遺産として「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が登録されたが、かくれキリシタン信者として信仰を続けている住人や、関連遺産の地域のカトリック信者たちは、無論全員が世界遺産登録や観光化に賛成しているというわけではない。

「自身らの信仰は先祖代々、苦しい時代でもつないできたものであり、人に見せるようなものではない（観光化するものではない）」という考えの方も多いのである。

日本には数多くの多彩な文化資産が存在し、そのどれもが世界に誇ることのできるものである。しかし、そのような豊かな文化資産を次の世代につなげつつ、観光資源として広く世の中に発信していくためには、何よりもまずは伝承者たちとその持ち伝えてきた文化を尊重し、真摯に対話をすることで、あつれきを生まずに融和させていくことが求められているのではないか。

▽写真・山田雅也（ｔａｔｅｉｔｏ－ｙｏｋｏｉｔｏ）

人材不足の課題解決を支援

観光産業に可能性　宿泊業の将来は明るい

縁多　代表取締役
日比野 元哉 氏

2024年「風の時代」が本格的に始まりました。モノへの執着の時代が終わり、今というトキをより一層大切に考えるこれからの時代は、商品づくりとして顧客に対する意識はもちろんですが、労働者に対する意識もまた、見えない時間やコトに対して深く考える必要があります。

全ての課題には、必ず原因があります。原因があるならば、課題を解消することも可能です。今、日本の企業の多くが労働者不足に頭を抱える状況にありますが、特に私たちが携わる観光宿泊事業における宿泊事業においても同じですね。

私は、その課題解消は可能だと考えています。

既にやるべき事をやりきり、現状があるならば、問題は大きいと感じますが、実はまだまだ「やるべき事」「やれるべき事」ができていないからこそ課題が解消できていないと感じています。

それは、残念ながら過去のツケが今に回ってきている。時代の変化と共に人の考え方も変わり、当然ながら受け止め方も変わってきます。新たな時代の職場環境として今、何が必要なのか？　大きく二つあると考えます。

一つは、働き続けたいと思ってもらえる「仕組み」＝会社の環境を整備することです。給与が高ければ良いのか、休日が多ければ良いのか、実はそれ以外にも大切なこととして、人が抱える見えない将来への不安をどのように緩和させてあげる「仕組み」が持てるかだと考えます。

二つ目には、その「仕組み」を遂行できる管理者を育てることです。特に人材育成と呼ばれる分野において、人を育てることができる管理者があまりにも少ないと感じています。コミュニケーションをとることが大切だとよくいわれますが、その「コミュニケーション」そのものが何かを理解せず、また、「コミュニケーション」をとるためのスキルが存在し、それらを使い分ける必要があることも理解できている管理者は少ないのではないでしょうか。

多くの若者が、ここで働きたいと感じ、共に時間を過ごしながら、会社も、そして個人も成長できる「仕組み」を備え、その「仕組み」を維持継続しながら遂行できる「管理者」を養成できたとき、今の人材不足という課題は必ず解消できると考えています。

私たち縁多は、全国の宿泊事業に関わる全ての方々が、自らの将来に大きな可能性を感じていただき、笑顔で愉しく過ごせる活気ある時間を維持継続していただくために、「仕組みづくり」や「管理者養成」はもちろん、その他の課題解消にも知恵と知識を届け、先を見据えた将来ビジョンを描くための支援を続けてまいります。