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

万博開催を好機に

水辺周辺の関係機関と協力 コーディネート機能を発揮

水都大阪コンソーシアム　ディレクター
加宮　義隆氏

4月13日に大阪・関西万博が開業し、はや3カ月が経過した。1970年以来55年ぶりとなる大阪での開催は、われわれ「水都大阪コンソーシアム」にとっても非常に喜ばしいことであり、大歓迎したい。

大阪は古来、水運に支えられ、経済と文化の中心的都市として発展し、〝水の都大阪〟と呼ばれてきた。2001年、大阪府、大阪市、そして経済界がともに提案した「水の都大阪再生構想」が都市再生プロジェクトに採択され、21世紀にふさわしい水辺の魅力づくり、水都再生が加速した。

水の都大阪再生構想は、中之島、東横堀川、道頓堀川、木津川からなるロの字の川を「水の回廊」として再生し、大阪全体の活性化を目指すものだ。大阪府や大阪市、経済団体、舟運団体などで構成する大阪の水辺のにぎわい創出を担う任意団体として、17年に水都大阪コンソーシアムが設立された。

私が某民間企業から経済団体を通じ、コンソーシアムメンバーとなり、もうじき3年目を迎える。コンソーシアムにおいては、中之島公園や八軒家浜を中心に四季折々に水都大阪ウィークや水上ミニ花火を開催し、水辺のにぎわい創出を行っている。

また、SNSやホームページなどを通じて、水都大阪の魅力を国内外に情報発信している。水都大阪をより多くの方々に知ってもらい、足を運んでいただくためにも、今後特に注力していきたいのが、水辺周辺のさまざまな関係者・団体との関係構築だ。

水の回廊周辺には、ホテルや美術館、舟運事業者をはじめ、大学、小・中学校の教育機関、中央公会堂やこども本の森、大阪ドームなど、多種多様な関係者・団体が存在する。われわれコンソーシアムがコーディネート役になり、水辺関係者同士の交流促進や共同イベントの開催、関係者同士のマッチングなどを行うことで、ムーブメントを起こし、ゆくゆくは水の回廊全体で国内外の観光客を受け入れ、おもてなしする態勢を構築していく必要性を感じている。

昨年10月からスタートしたコンソーシアムのメルマガ「水都大阪便り」には、われわれだけでなく、水の回廊周辺の関係者・団体の水辺活性化・にぎわいづくりに資する取り組みも掲載しており、非常に好評いただいている。

1社・団体でできることは限りがある。そのためにも、お互いを知ると同時に、定期的に情報交換を行うなど、水辺関係者・団体が関係構築しやすい仕組みづくりを急ぎたい。

今後の水都大阪の取り組みにぜひ注目いただきたい。

広島に愛着を持つ「仲間」を増やす

観光は団体戦

広島県観光連盟(HIT)チーフプロデューサー
山邊　昌太郎氏

観光産業は裾野が広いと言われる。確かに運輸、宿泊、代理店に代表される直接的な事業者に限らず、間接的にもその恩恵を授かる存在は多い。いわば観光の「当事者」だ。

一方で、それが地域住民にまで広がっているかというと疑問符が付く。むしろ当事者というよりも被害者として捉えられることが多いように感じる。オーバーツーリズムはその最たるものであろう。

地域住民にまで観光の当事者となってもらえる取り組みは考えられないだろうか。ここでは「お客さまの満足」を基点とする二つの循環モデルを考えたい。

お客さまは期待値をもって観光地広島を訪れる。満足すれば口コミを拡散し、それを聞いた人が、また新たな期待値をもって広島を訪れてくれる。すなわち新規のお客さまが増える。さらに満足したお客さまは広島のファンになり、リピートしてくれるだろう。これが一つ目の循環。住民に誇りをもたらし、さらに街づくりへと発展する構造だ。ここまではいけば、地域住民も立派な「観光の当事者」だ。

しかしながら、実際にはここまで奇麗に循環するわけではない。停滞要因がそこかしこに存在する。

この停滞要因を取り除くためにどうするか。私たちは「仲間」が必要と考えた。広島に愛着を持ち、立場を超えて観光発展の「当事者」となってくれる、そんな仲間だ。できれば公式性を担保し、自他ともに認める状態であった方が良い。こうして生まれたのが、広島が好きであれば誰でもなることのできる制度、「HITひろしま観光大使」だ。

人は自身の立場を自覚することで振る舞いも変わる。当事者として観光が及ぼす直接的、間接的な出来事に無関心ではいられなくなる。停滞要因にともに向き合ってくれる。「観光大使」というタイトルが、その役割を果たしてくれるはずだ。現在世界中に3万人を超える人が登録してくれている。目指すは100万人だ。

多くの観光の当事者が広島の観光に関わることで、観光地広島の魅力向上や街づくりに寄与してくれることを願う。そして、観光客の賞賛が、地域に誇りをもたらしてくれる未来を夢みている。広島は「観光は団体戦」で世界トップ10の観光地を目指す。

観光産業に若者が入らない本当の理由とは

若者と異業種との共創を

観光クロスオーバー協会　代表理事(たびふぁん代表)
西岡　貴史氏

2021年4月、地元・横浜で豪華客船「飛鳥Ⅱ」から新型コロナウイルスの陽性者が確認され、連日ニュースとなった。当時、予想もつかないほどの影響が観光産業を直撃した。その年、私は大学在学中に旅行系のベンチャー企業を立ち上げた。観光業界が抱える「薄利多売」の構造に課題を感じ、知名度の低い観光地へのプロモーション不足を解決したいと創業した。以来、全国の自治体と連携しながら、観光資源の開発や地域プロモーション、温泉地のDX支援、さらにはインバウンド向けの温泉ギフト「HAKOYU」の販売など、多様な事業を展開している。

旅そのものは若者に根強い人気がある。「趣味は旅行」と答える学生は少なくない。私も毎年、母校を中心に50人ほどの大学生と連携している。しかし「観光業界は若者の人材確保が難しい」と言われる通り、旅行が好きでも「旅行／観光業に就職したい」という学生はごくわずかである。

理由はひと言で言えば、〝新しさ〟が感じられないからだ。AIやディープテックなどと比べると、観光産業には革新性が乏しく映る。また、業界内で新しい取り組みをしようとしても、合意形成に時間がかかり、若者にとって貴重な時間を割く価値を見いだしにくいのが現実だ。私自身も、知人の起業家がアプリを開発し、数カ月でリリースと改善を繰り返していた一方で、地域との合意形成に1年半を要した経験がある。その間アプリは数度もバージョンアップされ、何周もPDCAを回していた。

これは若者に限らず、異業種からの参入者についても同様だ。かつて観光×AIで起業した優秀な学生がいたが、産業構造に阻まれ撤退。その後、彼の会社は東大の松尾研究所に認定された。優秀な人材が観光業に興味を持っているのに、定着できないのは非常にもったいない。

だからこそ、異業種や若者の挑戦と既存の産業基盤を「クロスオーバー」させる発想が重要だ。私は3年前に仲間と「観光クロスオーバー協会」を設立し、観光庁と連携して地方自治体や企業とスタートアップによる実証実験の支援を行っている。今年8月1日には、大阪・関西万博の会場内で、多様な立場が交わる「観光クロスオーバーサミット」も開催する予定だ。

人口減少が進む日本において、「観光」は国を支える大切な産業である。若者と異業種の参入を歓迎し共創を進めてこそ、観光産業の未来が切り拓かれると考える。政府や関係団体の積極的な支援が、今こそ求められている。

「ありがとう」の連鎖を

人が旅を通じて 幸せを感じられる社会を実現

東武トップツアーズ株式会社　営業統括本部
国内旅行部長　**安川　朋子氏**

わたしたち、東武トップツアーズの経営理念は『Warm Heart～ありがとうの連鎖を～』です。この理念のもと、お客さまビジネスパートナーの皆さま、そして地域の方々と共に「ありがとう」を共創する社会を目指し、事業活動に取り組んでいます。そして、旅行業、ひいては観光業は、各地域のパートナーの皆さまに支えられてこそ成り立つものであり、日頃のご支援に深く感謝しております。

当社におけるその感謝を形にする取り組みの一つが、会社設立の2015年から続く「Warm Heart賞」です。全国の社員から寄せられた声に基づき、パートナーの皆さまからいただいた心温まるご対応に、感謝の意をお伝えするための取り組みです。年に8・1兆円となり、今後も成長が期待されています。しかし、受け入れ地域の方々の日常に影響を及ぼすオーバーツーリズムへの対策や、全国レベルの視点における地域・旅行時期の分散、平準化への対応、さらに日本人旅行者が困惑する急激な宿泊料金の上昇と満室の常態化等、新たな課題も生じています。

1回開催される表彰式の場では、披露されるエピソードや受賞された皆さまのコメントに毎年感動し、胸がいっぱいになります。

いま、観光・旅行業界は大きな転換期にあります。テクノロジーの進化により旅行の購買行動は劇的に変化しました。また、生成AIの導入・活用は、観光業界でもさまざまな分野で進み、多くの変革をもたらしています。その一方で、気候変動や自然災害、社会情勢の急激な変化など、予測もつかないことが日常となる時代を私たちは過ごしています。

コロナ禍からの加速度的なインバウンドの回復・拡大による国内消費額は24年に8・1兆円となり、今後も成長が期待されています。しかし、受け入れ地域の方々の日常に影響を及ぼすオーバーツーリズムへの対策や、全国レベルの視点における地域・旅行時期の分散、平準化への対応、さらに日本人旅行者が困惑する急激な宿泊料金の上昇と満室の常態化等、新たな課題も生じています。

こうした転換期にある旅行業ですが、それでも旅行・観光業界は「人」によって支えられているという本質は変わらないと確信しています。生成AIだけでは予知できない、複合的なリアルな現場での柔軟な対応は「人」によって支えられています。"人間力と一歩先を読む感性"こそが、お客さまの感動を生み出す力になると考えています。その力を鍛えるには経験を積むしかありませんが、必要不可欠なのは、パートナーの皆さまと向き合い、会話をすることでお互いのビジネス成果を生み出すことだと感じています。

進化するテクノロジーを積極的に活用しつつも、感情豊かな「人」が旅を通じて幸せを感じることができる社会を実現する。10年後も私たち旅行会社がパートナーの皆さまと手を取り合い、観光業がよりいっそう力強く発展していく未来を描いていきたいと思います。

観光施設を〝地域インフラ〟へ

災害にも制度にも強い 観光のかたち

株式会社イノウエ代表取締役
一般社団法人日本観光施設協会　会長代理
井上 裕羽也氏

ポストコロナの観光再生が進む中で、制度設計と現場の実態との間に静かな齟齬が生じている。とりわけ観光施設への支援構造は、移動や滞在といった「機能価値」に基づく業種に偏重し、飲食・物販・体験など、「感情価値」を担う施設が制度の外縁に追いやられている。

しかし旅の満足や地域への愛着は、移動や滞在だけでは完結しない。訪れた先での味覚体験、地元の人々とのふれあい、風景や季節の手触りといった感情価値の積層によって形づくられる。こうした体験を支える観光施設は、文化資源やコミュニティの実演現場であり、観光者と地域を媒介する不可欠な装置である。

さらに、観光施設が果たす機能は平常時にとどまらない。近年の自然災害の激甚化にともない、多くの観光施設が避難誘導や電力供給、情報提供の拠点として地域に貢献している。大型駐車場、厨房、トイレ、Wi－Fi、多言語対応といった「ハード」と「ソフト」の両面において、防災目的に設計されたものでなくても、実態として防災機能を担っている。こうした「観光防災」の視点は、もはや制度設計に欠かせない基盤である。

加えて、観光施設の立地環境―自然、景観、街並み、歴史的環境といった外部要素も、訪問者と地域をつなぐ共有資産である。施設と環境は一体となって価値を形成しており、店舗前の緑化、街並みとの調和、眺望などが体験の質を左右する。こうした「環境インフラ」も準公共財として捉え、保全と支援の対象に含めるべきである。

にもかかわらず、支援制度はいまだに「業種分類」や「免許制度」といった形式基準に依拠しており、担い手の実態とかけ離れている。とくに地域の中小事業者や非営利団体、法人格、観光に属する免許を持たない運営主体は制度の網から漏れがちであり、観光の基盤を支えるにも関わらず正当な支援を受けにくい。

いま必要なのは、観光事業者の定義と制度設計の再構成である。何を営んでいるかではなく、地域で何を担っているかという観点から、実態に応じた柔軟な支援体系へ転換すること。施設が果たす公共的機能や周囲の環境資源の価値を正しく評価し、制度に組み込むことが求められる。とくに災害時の機能を明確に認定し、支援する「観光防災」政策の構築は、地域の安全保障に直結する最優先課題である。

観光とは、単なるぜいたくや娯楽ではなく、地域の文化と暮らし、そして未来を支える社会装置である。その本質に立ち返った制度転換こそが、観光の持続性と地域社会のレジリエンスを同時に実現する出発点となるのではないだろうか。

地域住民と都会の中高生をつなぐ民泊修学旅行

地域のソーシャルキャピタルを耕す

特定非営利活動法人SET
理事長　**三井　俊介氏**

震災後の復興と高齢化が進む陸前高田市（岩手県）にて、地域住民と都会の中高生をつなぎ、目に見えない〝ソーシャルキャピタル〟を耕す新たな観光として民泊修学旅行を行っている。ソーシャルキャピタルとは、人々の信頼関係や協力のネットワークを指し、長期的な地域活性化の基盤となる概念だ。経済効果だけでなく、信頼と協力の絆を育むその取り組みを紹介する。

東日本大震災から5年が経過した陸前高田市は、被災による人口減少とともに高齢化率が40・4％となっており、地域おこしへの参画者は限られている。また、住民同士の連帯感や信頼関係の醸成には時間を要し、数値化しにくい難しさがある。地域の「絆」を育むためには、暮らしの中で世代や地域を超えた対話が求められる。

民泊修学旅行は、中学・高校の修学旅行を対象に、市内の家庭にて生徒を受け入れ、日常生活の体験を提供するプログラムである。当法人が事務局として受け入れ家庭の募集・研修、旅行会社や学校との調整、メディア対応などを一括で担当する。受け入れ家庭は漁師、農家、高齢者の一般家庭など約150軒にご協力いただいている。生徒は家庭ごとに漁業や農作業を体験し、食卓を囲んで震災の体験談や防災の知見を共有する。また、トランプや地元の暮らしを題材にしたゲームを通じて世代間交流を深める。遠方から訪れる生徒との交流は、地域住民に「全国に友人ができた」という喜びと〝生きがい〟をもたらしている。

2016年開始以来、これまでに延べ1万4千人の生徒が参加し、300軒以上の受け入れ家庭に協力いただいてきた。受け入れ家庭の収入は累計1億円を超えた。地域内での地産地消クーポン券（20以上の地元事業者協力）や体験コンテンツの拡充により、消費の地域内循環を促進している。結果として陸前高田市は、全国でも有数の民泊受け入れ規模を誇るまでに成長した。受け入れ家庭同士のネットワーク「民泊女子会」が自主結成されるなど、住民主体の情報共有や取り組みが増えてきている。まさにソーシャルキャピタルの醸成が自律的に進行している証拠である。

ソーシャルキャピタルはすぐに効果が見えにくいが、長期的な地域の持続可能性に不可欠である。民泊修学旅行は地域住民同士の絆を育む新たな観光である。他地域においても、観光を通じて世代や地域を超えた対話の場を設けることで、目に見えない信頼のネットワークを形成し、地域づくりの新たな軸とするところが増えればと願う。