

信州・北信濃 観光活性化座談会

観光資源に磨きをかけ 積極的な情報発信で集客を!

スキー 温泉 外 泉 ノーモンキー 客

長野県北信濃 志賀高原や湯田中・渋温泉をはじめ、戸隠黒姫などを合わせたエリアを指す。豊かな自然環境に恵まれ、スキーや温泉を楽しむために多くの観光客が訪れていた。しかし、景気の冷え込みやスキー離れなどもあり、かつての勢いはなくなっている。北信濃の観光活性化に向け、観光振興に力を入れる意気込みを伺った。(10月 下旬 湯田中温泉・茶のこみち美湯の宿で)

北信濃の魅力といえはスキーと温泉だが、最近の状況は、志賀高原は日本屈指の大スキーリゾート地だが、スキー人口の減少でスキー場を取り巻く環境は極めて厳しい。1998年2月に開かれた長野オリンピックで道路は狭くなり、一時スキー客は増えたものの、今ひとつの状態だ。影響は宿泊施設にも出てくる。また、景気の冷え込みで、新年会の予約も伸びない。スキーについては地元の子供もあまりやらずに、スキー場をみるだけ、考えるのが非常な不安だ。

出席者(順不同)

- 民主党衆議院議員 氏正孝 氏 氏正孝 氏
- 一茶のこみち美湯の宿社長 山本 孝 氏
- ホテルホウリス志賀高原社長 山本 孝 氏
- 志賀高原オリンピックホテル社長 山本 孝 氏
- 地獄谷野猿公苑社長 山本 孝 氏
- 白銀屋商店店主 山本 孝 氏

原須本節 山本 孝 氏



篠原 孝氏

篠原先生は農水省出身で観光と直接関係がないが、北信濃の魅力がどうとらえているか。篠原 転勤でパリに3年間暮らした経験があり、後半はフランスの農産物にハマり、3つ星レストランを営んだ。だから観光への関心も強い(笑)。農家民宿を利用するフランス人は親子で旅をする家族連れ、退職した老夫婦、節約第一で



齊須 正男氏

動き回る若者も来ると多彩だ。都会から豊かな自然を求めてやって来る人々は一週間単位で宿泊し、パカンをエンジョイする。北信濃の自然は四季を通じて美しく、ここにはない景色がある。フランスの農産物の形態がこれからの北信濃観光を考える上で、一つのヒントになり得るのではないかと。

山本(良)さんは湯田中温泉の名物の一つ、温泉まんじゅうを作っているが、商店主の立場から見て、現状はどうか。山本(良) 雪が降ればスキー客が押し寄せ、旅館・ホテルもそれに対応して強化を図ってきた。長い時代があった(笑)。その象徴が温泉とスキーを看板にした湯田中温泉郷のりん高原スキー場

仏の農家民宿参考に 篠原氏 5軒協力し質高いサービス 山本孝氏 外客で減少をカバー 竹節稔氏

外国人が来ることに慣れて教えられる面も少なくない。特に欧米人は旅の楽しみ方を知っている。例えば、スキーモンキーを見るには入口から20分歩かなければならない。積雪時がかなり大変で日本人は敬遠しがちだが、欧米人はそれは楽しむ。志賀高原もそのうちだが、草津温泉や軽井沢、上高地、箱根などは外国人が有名にした。我々日本人なら見過ごしてしまうものが、彼らに



山本 孝氏



竹節 治男氏

中には文化・史跡めぐりなどの地域ならではの見どころを紹介している。観光資源はまだ埋もれている。これを掘り起こして、魅力を付けて観光客にPRしていく努力が欠かせない。竹節(治)さんが院長を務める地獄谷野猿公苑は外国人客も

多と聞く。竹節(治) 現在、約200匹のニホンザルが生息している。サルが霧天風呂に入る姿は非常に珍しく、長野オリンピックの取材で訪れた米国のメディアが各国のメディア、母国にも紹介した。その後、タイム誌に「スキーモンキー

目には新鮮に映る。ビジネスに本腰を入れようとするなら真剣に考えなければならぬ。山本(良) 湯田中からスキーモンキーまでは歩いて1時間程度かかるが、車に乗って歩いていく外国からの客も多いことに驚いている。途中、町並みや自然の写真を撮ったり、まんじゅうを食べながらリラックスしようとしている。彼らのスタイルに合わせた観光のあり方を構築し、



竹節 稔氏



山本 良一氏

として紹介され、それらがきっかけで海外からも注目を浴び、観光客が増え始めた。年間入居者は約10万人で、冬場には来客者の半分が外国人で占めるほどになっている。最盛期1989年ごろの20万人に比べると減ってはいるが、外国人もコンスタントに訪れている。そこそこ人気なわけでもない(笑)。最近ではヨーロッパ、ロシア、中国からの客も増えている。スキーモンキーの客も増えている。スキーモンキーの客も増えている。スキーモンキーの客も増えている。

光とって起死回生になるのは休暇程度の改正。年末年始、ゴールデンウィーク、お盆の時期に休みが集中する今の制度は健全とは言えない。休暇のあり方はそのものを考えていかないと欧米のよな滞在型観光の実現は難しい。日本の観光客のものもこれ以上発展しなくなる。理想は1週間の休暇を年4回程度とせざることを、法制化する。今年発足した、長期滞在を外国人のために、宿泊や食事などはじめ、スキーモンキー見学、体験など便宜を図るもの。二

提議していくのが、インバウンドに本腰を入れようとするなら真剣に考えなければならぬ。山本(良) 湯田中からスキーモンキーまでは歩いて1時間程度かかるが、車に乗って歩いていく外国からの客も多いことに驚いている。途中、町並みや自然の写真を撮ったり、まんじゅうを食べながらリラックスしようとしている。彼らのスタイルに合わせた観光のあり方を構築し、



「スキーモンキー」温泉に入る猿が外客に人気

野原オリンピックの取材で訪れた米国メディアが「スキーモンキー」として海外からも注目を浴び、観光客が増え始めた。山本(孝) 今冬から新幹線のために後立に立ればと思う。山本(孝) 今冬から新幹線のために後立に立ればと思う。山本(孝) 今冬から新幹線のために後立に立ればと思う。

がバラバラに作っているが、それをすべて手に入れることはできない。1冊ですべてが分かるものが必要だ。

山本(良) 確かに、業種の枠を超えてホテル、旅館、旅行、ホテルのホームページの中に周辺施設や名所などを掲載する。それをクリックするだけで情報が簡単に手に入ればアクセスも増えるのではないか。

ヨーロッパ出身者を担当する。竹節(治) 私も結構一杯サツと便利に、スムーズに手配を。山本(孝) 今冬から新幹線のために後立に立ればと思う。

スキーモンキーという強いブランドがある。これを生かさない手はないだろう。救いの神ならぬ救いのサルだ(笑)。事実、スキーモンキーがなければインバウンドが増えなかったと思える。このほか、農業と観光のタイアップ、グリーンツーリズムの集客対策、地産地消などやるべきことはたくさんある。

山本(孝) 外国人がスキーに来ても、滑るのに飽きた時、どう楽しむかを提供できるか。スキーモンキーの見学、まんじゅう作り体験などメニューをできるだけ多く用意する必要がある。これは施設ではできない。地域ぐるみで対応が必要だ。また、特定国立公園という自然、財産を壊すことなく、集客につなげる何かを見つけた。

インバウンドが大きな柱のようだが、受け入れ態勢は、竹節(稔) 館内の案内標識などを英語や中国語対応にしたり、英語話ができるスタッフをそろわたりしているが、必要最小限に留めている。つまり自然体ということ。言葉の問題が良くない。言葉の問題が良くない。言葉の問題が良くない。