

国土審議会北海道開発分科会特別委員

矢ヶ崎紀子氏(東洋大学国際観光光学部国際観光光学科准教授)に聞く

観光のポテンシャルが高い「北海道」 最終ゴールは日本ファンを増やすこと

第8期北海道総合開発計画の重点的取り組みの一つである「観光先進国」実現をリードする世界水準の観光地の形成について、国土審議会北海道開発分科会の特別委員で、北海道出身の矢ヶ崎紀子准教授(東洋大学)に伺いました。

「世界水準の観光地とは何か」に議論集中

——「第8期北海道総合開発計画」における観光施策の推進について、国土審議会北海道開発分科会ではどのような審議が行われたのでしょうか。

観光施策に関する議論といえば、「とにかく観光をがんばる」といった精神論に陥りやすく、「観光振興＝善→思考停止」に落ち着いてしまっていることが多いと感じています。しかし今回は、議論の前提となる分析されたデータが提示された、当初から委員全員で共通認識を持つことができたので、ポイントを「世界の北海道」「世界水準の観光地」に絞り、世界水準とは何かについての議論に集中しました。

——その「世界水準」についての議論は、どのように進みましたか。

私からは、世界水準という状況を維持していくための仕組みが肝要だと意見しました。今の時代、瞬間風速で世界に躍り出ることは可能です。良い写真が撮れば、SNSを通じて一瞬にして観光地としての知名度は上がるからです。しかし、「世界水準」として定着するためには、その状態を維持していく運営体制の確立が不可欠です。また、他の委員からも、「北海道の場合は、世界水準のものが一つだけではダメ。たくさんあるという状態をつくらなければいけない」という意見が出ました。



写真に特化した世界的に人気のSNS「インスタグラム」に投稿された北海道の写真の数々(ハッシュタグ #hokkaidotrip で検索)

各地域が考えるのは ベストでいくのか オンリーワンでいくのかの選択

——広大な土地を持つ北海道では、それぞれの地域で観光資源を際立たせる必要があるということでしょうか。

そのとおりです。「世界水準」には二つの意味があります。一つは、同じようなものを持っている地域と比べても際立っている「ベスト」であるということです。もう一つは、どこにもないものがあるのでそこに行くしかない「オンリーワン」であるということです。各地域が、ベストでいくのか、オンリーワンでいくのか考えて際立たせていただきたい。例えば、「セロ」のパウダースノーはオンリーワンです。しかし、スキーなどをしない人にとっては魅力ではありません。

やがさきのりこ 矢ヶ崎 紀子 PROFILE

株式会社住友銀行、株式会社日本総合研究所を経て、2006年九州大学大学院法学府政治学専攻修了。2008年から2年6カ月、国土交通省観光庁参事官(観光経済担当)を務める。首都大学東京都市環境学部特任准教授などを経て、2014年から現職。専門分野は観光政策論および観光産業論。



目指すは「世界の北海道」 ～第8期北海道総合開発計画始動～



日本政府観光局 (JNTO) から
外国人観光案内所に認定されている道の駅
「摩周温泉」。英語・中国語などの外国語
の観光パンフレットが用意されている。



せん。世界水準とは万人受けすることではありません。ターゲットとする旅行者を決めて、そのターゲットに評価してもらえよう資源を磨いていく必要があります。

北海道は広いので、一度では全てを見ることはできません。再び来てもらえようように仕向けることが大切です。北海道の場合は、周遊して楽しんでいただくことも、同じ場所でも度々もアクティビティを楽しんでいただくことも可能です。

——今後、北海道に外国からの観光客を呼び込むために何をすべきだとお考えですか。

インバウンドの最終ゴールは、消費額を増やすことではなく、日本ファンをつくること。日本ファンが増えるということは、国際社会での日本の行動に理解を示す人が増え、また、日本製を選んでくれるようになり、農林水産物やものづくり産業の輸出を支援してくれるという

ことです。そして、観光の分野においては、新規顧客の獲得費用が不要なりピーターになってくれるとともに、新規の旅行者を連れてきてくれる素晴らしい営業マンになってくれます。

そのために「日本にはもう行かない」という不満要素は排除しておきたい。さまざまな見解はあると思いますが、私は、観光客受け入れに積極的な地域にこそ外国人観光客を呼びこむべきと考えています。というのも、観光客はボランティアではないので、「この地域は観光客が少ないから行ってあげよう」とは思わないですよ。自分の時間とお金を使って「行くに値する場所」へ行くわけです。純然たる民間ビジネスの世界なので、観光資源の魅力を高めて、真剣にお客様を受け入れる取り組みをしている地域に観光客を呼び込むべきだと思います。ほかには、二次交通拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通の充実や丁寧で分かりやすい情報提供により、観光客の利便性を向上させることが急務です。

——観光客が行くに値する北海道の魅力とはなんでしょうか。

ターゲットによって北海道の魅力は変わります。食を楽しみたい人や、自然を愛する人にとっては、これほど魅力的な場所はありません。北海道の自然は、「アジアの宝庫」といわれるくらい、奇跡のように美しく珍しい自然です。そして、雪の「ニセ」には、オーストラリア

からスキーを目的としたファミリー層がたくさん訪れています。今後は、夏のアクティビティも高めていくことが必要です。

——北海道における夏のアクティビティとして魅力を感じることはありますか。

例えば、釧路が挙げられます。国立公園の中でトレッキングやバードウォッチングをしたり、釧路川でカヌーを体験したり。国立公園では、動植物の観察をするイギリスの方をよく見かけます。また、夏の過ごしやすさは道内でも指折りですから、ジョギングやサイクリングにも適していますし、釣りも楽しむことができます。A.T.T.A^{※1}との連携も始まり、今後は、北海道全体のアドベンチャーリズム^{※2}の質の向上をけん引してくれるのではないのでしょうか。

北海道は観光のポテンシャルがすごく高い地域です。道産子として生まれ育ち、いくつかの海外も見て、観光の勉強もした上で、もう一度北海道を見ても、すばらしい地域だと思えます。だからこそ、この魅力を生かして発展させてくれる人材が育つことに期待を寄せています。



外国人に人気のニセコ

※1 各国・地域のメディア、政府観光局、観光協会、アウトドアメーカーなどで構成され、およそ100カ国10000会員数を擁する世界で最も権威のあるといわれるアドベンチャーリズム組織団体。本拠地はシアトル。
※2 アクティビティ・自然・異文化体験の3要素の内、2つ以上で構成される旅行。