

世界水準の観光地の形成に向けたセミナー 議事概要

1. 日 時 平成29年11月10日（金） 15：00～18：00
2. 場 所 北海道開発局網走開発建設部 第1会議室
3. 出席者 [基調講演]
国土審議会北海道開発分科会特別委員 矢ヶ崎 紀子 氏
（東洋大学国際観光学部国際観光学科准教授）
[地域の取組事例発表]
一般社団法人 知床羅臼町観光協会事務局長 池上 美穂 氏
NPO法人 森のこだま代表 上野 真司 氏
ホテル ピュア・フィールド風曜日 三木 和子 氏

4. 次第

- (1) 開会
- (2) 出席者紹介
- (3) 国土交通省北海道局説明
- (4) 基調講演
- (5) 地域の取組事例発表
- (6) 意見交換
- (7) 閉会

5. 議事概要

(1) 国土交通省北海道局説明

「世界水準の観光地の形成」について（資料1）

国土交通省北海道局 山上企画調整官

- ・平成28年3月に閣議決定された北海道総合開発計画では、今後10年を地域の生き残りを賭けた重要な期間とし、北海道の強みである「観光」や「食」を戦略的産業と位置づけ、「世界水準の観光地」や食料供給基地の実現に取り組むとしている。
- ・来道外国人旅行者は近年急増し、平成28年度は230万人となり、訪日外国人旅行者全体の約1割を占めている。一方、月別客室稼働率のとおり全国に比べ季節較差が大きい、外国人宿泊客延数は道央が7割を占める、オホーツクや釧路・根室では宿泊客延数に占める外国人の割合が低いといった現状があり、地方部・端境期の需要創出、観光メニューの多様化、ゲートウェイ機能や交通アクセスの強化、ストレスフリーな環境整備などの課題がある。
- ・「世界水準の観光地」の実現に向けては、多くの関係者を巻き込みオール北海道で取り組むことが重要であり、目指すべき姿やイメージを道民の皆様と共有するとともに、「世界水準の観光地」となることの重要性について理解を深めていただくことが必要と考えている。
- ・目指すべき姿として、国土交通省北海道局では2020年に来道外国人旅行者500万人などの数値目標を掲げている。また、北海道における観光消費額1兆43百億円による生産誘発額は2兆1千億円で、サービス業のみならず農業や漁業など幅広い産業に効果が波及している。

- ・「世界水準の観光地」のイメージとしては、そこでしか得られない「特別な体験」が地域にあることに気づき、それを観光資源として生かしてビジネスへと高め、地域が一体となって支えている地域と考えており、このようなイメージを皆様と共有しながら取組を進めてまいりたい。

(2) 基調講演

観光地域づくりにおける連携の重要性（資料2）

国土審議会北海道開発分科会特別委員 矢ヶ崎 紀子 氏

[観光市場の動向]

- ・2016年の我が国の訪日外国人旅行消費額は3.7兆円。外貨を稼ぐ点で輸出と見なすことができ、自動車、化学に次ぐ輸出規模となっている。
- ・観光客は魅力のある地域に集中する。これが第一段階で、ゴールデンルートに集中し、第二極として北海道、福岡、沖縄に外国人旅行者が集まり出している。
- ・2016年の訪日外国人旅行者数の国・地域別内訳では、アジアが8割を占めている。近く（距離、アクセスが良い、二国間の関係性が強い等）から、たくさん&頻度高くやってくるという段階が、日本において実現している。
- ・今後は、遠くから滞在日数&消費額が多くやってくる観光客（欧米豪）を、政策や地域の努力によって呼び込み、近くと遠くを上手く組み合わせる観光需要の平準化、観光消費額の増加を目指す段階に来ている。
- ・MICEは一般観光客と異なる業務需要がある。企業と個人の二つの消費が期待され、一人当たり消費額が多くなることから、忘れてはいけない分野である。
- ・日本人国内旅行は個人旅行が多く、近年、国内宿泊旅行実施率は低下しており、商品が悪いのか、休みが取れないのか、分析が必要となっている。
- ・観光市場は、団体から個人へ。これは客層、求められる観光資源と経験価値（記憶）、商品内容、流通チャネル、利益構造などほぼ全てが変化している。加えて、新規市場としての訪日外国人旅行市場の成長。更に、地域の役割が受入担当から、マーケティングや値決めなどの主体的な観光地域経営に変化しており、これらの変化に上手に対応した地域が、稼げる地域となる潮目を迎えている。

[観光振興による地域活性化の道筋]

- ・本年3月に閣議決定された観光立国推進基本計画において、2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行者消費額8兆円などの政府目標が掲げられており、目標達成に向けて、国は様々な施策を進めている。
- ・国の施策も活用しつつ地域活性化につなげるためには、観光消費を地域内で循環させることが重要で、観光者数×一人当たり消費額×域内調達率（地場企業間取引）のかけ算による数値を高める必要がある。
- ・観光消費額の増加と需要平準化に向けては、ターゲット戦略（何をやらないかを決める）、リピーター確保（個人旅行者の確保、旅行者の指摘による磨き上げ）、滞在時間の長期化（滞在時間が延びると消費も伸びる）が必要である。
- ・域内循環の強化に向けては、行政や観光協会などの役割になるが、観光消費によるお金の流れをチェックし、どこで域外に出ているのかを明らかにし、少しでも地域

内に留めるための企業間連携をデザインする取組が必要となる。

- ・観光振興は手段として使うことができる。訪れた地域に好印象を持つと、その地域で作られた製品にも好印象を持ち、他産業への好循環につながる。また、観光振興に成功した地域には、ビジネスになると外から人が集まる傾向にある。
- ・観光振興を目的ではなく、その先を見据えた手段として、したたかに取り組むことが重要であり、北海道にはそれができていると思っている。

[観光における連携のススメ]

- ・遠くから集客する場合は、遠い距離を超えて集客できる大きな魅力が必要となる。魅力にも役割分担があり、大きな魅力で人を集め、域内を周遊してもらうことで長期滞在化するため、受入れに必要な地域は広がる。
- ・しまなみ海道サイクルツーリズムでは、協議会による世界的に有名な台湾・日月潭サイクリングロードとの姉妹自転車道協定、愛媛県によるインドネシア誘客戦略、広島県による仏・豪向けPRなど、それぞれが役割分担により外国人旅行者を呼び込み、地域内を周遊させている。
- ・観光客はボランティアではないので、強い魅力で誘客範囲を拡大する必要があり、その際、自地域の順番や役割を踏まえて「待つ」地域も出てくる。地域の平等という考え方では難しいので、首長の合意とリーダーシップが必要となる。
- ・外国人旅行者などの新規需要創造による協働作業の現場をつくり、短期に成功体験を得ていくことが重要であり、サイクルツーリズムなどのテーマ型にすると関係者がまとまりやすい。
- ・「世界水準の観光地」につながるが、最初から、安売り・大衆向け商品をつくらずに、高みを目指していただきたい。

(3) 地域の取組事例発表

①一般社団法人 知床羅臼町観光協会事務局長 池上 美穂 氏（資料3）

- ・知床は平成17年に世界自然遺産に登録されたが、羅臼町の観光入込数・宿泊数は平成17年以降減少し、横ばいを維持するのも難しいのが現状である。
- ・知床横断道路が閉鎖される影響から、観光入込客の季節変動が激しく、割合は5～10月が93.2%、11～4月が6.8%（平成28年度）。観光産業の安定雇用ができず、安定的・継続的サービスの提供が課題となっている。
- ・季節変動を解消するため、羅臼町で1年通して行われている漁業に着目し、漁業エコツーリズムに取り組んでいるが、観光と水産業と自然は運命共同体であり、観光によって基幹産業活性化や自然保護につなげていくことが重要である。
- ・観光協会が旗揚げしても、その後の受け皿がないと継続しないため、近年は受け皿の有無を確認した上で、漁業エコツーリズムを進めている。
- ・市場見学の仕組みや町民ガイド認定制度を整備しており、以前は邪魔者扱いされていた観光客も受入れられ、認定町民ガイドも現在は78名となっている。
- ・季節変動への対応として、まずはオンシーズンの入込を増やすため、観光船でのシャチの遭遇率が高く、修学旅行時期でもある5、6月について、国内団体客をターゲットとし、旅行会社への営業を中心に行ってきた結果、観光船乗客数が増加してきている。

- ・次に、オフシーズンの営業活動として、世界に通用する素材であるオオワシ、流水に着目し、世界最大のバードウォッチングフェア「BBWF」に参加するなど、ターゲットを絞って売り込んだ結果、1～3月の宿泊客数は増加していると共に、外国人観光客宿泊者数も増加している。
- ・イベントについては、目的が何で、目的が達成されたら取りやめるという考えに基づいて事業を見直し、現在は2つの大きなイベントに絞られた。その結果、他の事に時間を割けるようになった。
- ・月別平均入込数は8月が最も多く、比例して道の駅での苦情等が多いことから、キャパシティを超えていると考えている。“来てみてがっかり”を減らすため、情報提供の充実を図り、観光船・宿手配の実施、お客様のニーズとのマッチングに心がけている。併せて、外国人対応として指さし会話集「らうす版」作成などに取り組んでいる。
- ・今来てくれているお客様にまた来ていただけるかが重要で、最大のプロモーションの場は自分達の地域内であると感じており、ギャラリーをオープンし、訪ねていただいた季節以外の季節の魅力を紹介している。
- ・これらの取組により、5、6、2月の入込客が少しずつ伸びている。いつ、どこに、誰を、何のために呼びたいのかを明確にすることで、やみくもにプロモーションすることなく、効率的かつ効果的に、観光協会以外の団体とも連携して取り組んでいける。
- ・持続的で計画的な観光振興には、観光協会の安定経営・安定雇用が不可欠であり、行政や地域の方々に理解していただくことにより、利益の地域還元、マーケティングや営業活動にもつながっていく。羅臼では中間に入っている観光協会の役割は非常に大きい。
- ・羅臼は観光の好事例として取り上げていただくことが多いが、観光協会だけではなく、町、漁組の絶大な支援により成り立っている。行政や基幹産業の理解無くして、観光振興は成立しないということを御理解いただきたい。

②NPO法人 森のこだま代表 上野 真司 氏（資料4）

- ・私は、色々な地域で色々な仕事をして来ており、ポイントはよそ者だということ。ランプの宿 森つべつの支配人として移り住んで来て、支配人は後任に譲り、現在はノンノの森を中心にNPO法人の活動に専念している。
- ・事業内容は、自然体験事業、森林・施設管理事業、物販・飲食事業。本日お話しするのは、私が取り組んできて感じた個人的見解ということを御理解いただきたい。
- ・森林セラピーは、人間の五感を使って森の力でこころと体を癒やしてもらう取組であり、最初にお客様のストレスを数値化し、森の中で色々なプログラムを行った後にストレスチェックをして、ストレスの変化を体験してもらう。
- ・畑ツアーは、昨年農林水産省の補助事業として始めた。ツアー前に注意事項や防疫についてレクチャーし、それから畑に出発する。ガイドが全て御案内し、地元農家へのお願いは挨拶程度で負担が少なくなるようにしている。
- ・収穫体験は東京でもできるため、とてつもなく広い場所で、収穫規模も全く違うことが実感できるようにしている。収穫後には、食材などがほぼ100%津別産であるピザなどを食べてもらう。このようなツアーを開発中で、来年から商品化していく。

- ・津別峠雲海ツアーは、お客様を朝、津別峠に御案内しコーヒーを飲みながら雲海を見てもらうツアーとなっている。
- ・どの地域にも風景（地域資源）はあり、見せるだけでは駄目。どうしたら「観光商品」になり、「観光地域づくり」につながるかを試行錯誤している。
- ・最初のポイントは、雲海を「資源」として見ることができるかどうか。私が初めて見たときはすごいと思ったが、地元の人には昔からある当たり前の風景。資源は同じでも、見せ方を変えるだけで、印象は180度変えることができる。
- ・観光による地域づくりは、数より質が重要であり、通過型観光は地域資源の疲弊や破壊につながる。滞在時間を長くするため、長く楽しんでまた来たいと思う仕掛け、お客様が気持ちよくお金を落とす仕組みが必要となる。
- ・地域資源と観光客の間を調整するシステムとして、資源化・商品化、広告・販売、受入・おもてなしが必要となるが、地域資源が消費され続けると持続不可能状態になるため、地域資源に再投資する必要がある。
- ・再投資の仕組みとして、津別峠展望台の時間外使用料を観光客から徴収できるように、町に条例改正していただいた。この使用料を再投資に回すことで、持続可能なシステムへの第一歩と考えている。

③ホテル ピュア・フィールド風曜日 三木 和子 氏（資料5）

- ・私は弟子屈町でユニバーサルデザインのプチホテル ピュア・フィールド風曜日を経営しており、地域の皆様の支えがあって続けてこられた。
- ・30年ほど前、車椅子の方の旅行先はハワイがほとんどであった。ハワイは全てがバリアフリーでは無いが、受け入れる人々の気持ちがあるので、行きたいと言っていた。一方、国内はバリアだらけで行けないとのことであった。
- ・そのような中、風曜日を立ち上げたが、最初は地主さんが摩周湖写真の提供や撮影スポットの案内などで協力してくれた。
- ・周辺観光地のバリアフリー情報を収集し、お客様に御紹介していたところ、町内のボランティアグループからバリアフリーマップを作りたいと相談があり、町内で利用できるトイレ、車椅子で入れるお店などを調べてマップにした。
- ・バリアフリーツアーの依頼が始まった頃に、カヌーや障害者乗馬のインストラクターと出会い、車椅子の方がカヌー体験をできるように試行錯誤し実現してきた。
- ・町内外の飲食店では、入口スロープ、テーブルの高さ、トイレの改造、メニューの吟味（風曜日のお客様用）などの協力が得られ、農家において、アスパラやトウモロコシの収穫体験などもさせてもらえるようになった。
- ・このような取組をしていたところ、弟子屈町が「てしかがえこまち推進協議会」を発足し、町内ボランティアグループがUD（ユニバーサルデザイン）プラザに名称を変え、新たなバリアフリーマップを作成するなど、組織的な取組が進んできた。
- ・風曜日のお客様は長期滞在やリピーターの方が多い。滞在が長いと、地域の方がお客様を覚えてくれていて、支えてくださる方がどんどん増えていく。そのような支援の輪が広がり、視覚障害者のお客様も増えてきたところで、弟子屈周辺の触地図を作っていただけになった。
- ・これをDMOの形にするのであれば、お客様にどう楽しんでいただくかを考えてきた結果、地域の色々な人が関わるようになった。このことは、小さな町で観光によ

る地域振興を進めていく上で、一つのモデルになるのではと考えている。

- ・キーワードは地域の「人」。お客様に来ていただいて、地域の人と触れ合うことによって、弟子屈に来て良かった、また来たいと思っていただいていると感じており、もっと地域の人々を巻き込んで取り組んでいきたい。

(4) 意見交換

- ・今の時代、価値の無いものにお金は払わない。津別峠展望台の時間外使用料は、訪れた人に価値・利益があると感じてもらった上で、お金を払ってもらう仕組みとしている。
- ・上手に適正なお金を払ってもらう工夫が重要となる。観光客を受け入れると必要なインフラは劣化していく。持続させるには、観光振興に必要なインフラを整理し、維持費等の費用の収入源について考えていく必要がある。
- ・北海道を全てバリアフリー化することは不可能。施設は不十分でも、人による手助けなど、少しの工夫でできることが多い。まずは人の気持ちのバリアを無くすことが必要である。
- ・観光は直接の当事者だけではなく、農業、漁業など地域全体で恩恵を受けることを十分に理解できた。農業や漁業を観光資源として活用し、地域の稼ぐ仕組みにつながれば良い。
- ・農家に負担はかけないが、観光客との交流はしてもらう。防疫対策などの負担はガイドが行っており、鍵になるのは、農家・漁師と観光客の仲介役である。
- ・「世界水準の観光地」のイメージについて、具体的な取組とあわせて説明を聞くことで理解が深まった。
- ・当時の網走管内23市町村が協力して、網走支庁等と一緒にバリアフリーマップを作成したことを思い出した。
- ・地域連携の課題として、自地域の順番や役割を踏まえて待つというお話を聞き、なかなか待てない地域が多いと思うが、待つことも必要と感じた。

- ・観光はよそ者や、高齢者から子供までの全世代が活躍できる。世界水準の観光地を目指すという点では、地域の素晴らしい感動を観光客に伝えるために、仲介し付加価値をつけるガイド（地域の説明力）の育成が重要となっている。
- ・自然資源を大切にす北海道では、適正な人数を呼び込むことが重要。長い間資源を使うために受容可能な人数や使い方を、地域で知恵を出し合うことが必要で、その際には地域に長く暮らす方々の意見も聞かなければならない。
- ・地域で話し合い、観光客をどれくらい、どういうターゲットを受け入れていくかを定めることを、キャリング・キャパシティ（環境容量）と言う。
- ・地域を大切にしている方々を、観光を通じて発掘、育てていくことで、地域全体が元気になることが、恐らく「世界水準の観光地」の最終目標だと思う。

以上

(速報のため、事後修正の可能性があります。)