

観光立国を先導する世界トップクラスの観光地域づくりセミナーin 渡島

<議事概要>

1. 日 時 令和8年1月7日(水) 13:30~15:30
2. 場 所 函館市勤労者総合福祉センター〈サン・リフレ函館〉『視聴覚室』
<オンライン併用開催>
3. 出演者 **【基調講演】**
東京女子大学 現代教養学部経済経営学科 教授
(国土交通省国土審議会北海道開発分科会 特別委員) 矢ヶ崎 紀子 氏
【事例発表・意見交換】
鹿部温泉観光協会 地域活性推進プロジェクト係 金澤 佑 氏
Discover Southern Hokkaido 会長 赤井 義大氏
株式会社北海道宝島旅行社 旅行営業部 観光地域づくりグループ
トラベルアドバイザー 雨池 さやか 氏
4. 次 第 (1) 開会
(2) 北海道局からの話題提供
(3) 基調講演
(4) 事例発表・意見交換
(5) 質疑応答・総括
(6) 閉会

5. 議事概要

○司会：北海道局 参事官付 開発専門官 伊藤

- ・本日は会場とウェブを併用したハイブリッド形式で開催いたします。
- ・資料および議事概要は後日、国土交通省北海道局ホームページにて公開いたします。

(1) 開会

○開会挨拶：北海道局 企画調整官 三宅

- ・本日はご多忙のところご参加いただきありがとうございます。
- ・本セミナーは平成29年から道内各地で開催しており、今回は渡島地域として函館で開催します。
- ・令和6年3月に閣議決定された第9期北海道総合開発計画では、我が国の豊かな暮らしを支える北海道として、北海道の強みである観光を一層強化し、『観光立国を先導する世界トップクラスの観光地域づくり』に取り組むことが示されています。
- ・このターゲットとなる観光客は全国では三大都市圏、北海道では札幌を中心とした道央圏に集中する傾向があり、地方部へいかに誘導するか、単価の高い旅行者をどう呼び込むかが課題です。

- ・本日のセミナーが、観光立国を先導する世界トップクラスの観光地域へと進んでいく一助となることを期待します。

(2) 北海道局からの話題提供

○『観光立国を先導する世界トップクラスの観光地づくり』(資料1)

説明：北海道局参事官付 主査 清水

- ・北海道総合開発計画は、北海道の資源・特性を活かし、国の課題解決に貢献しながら地域の活力ある発展を図るものです。
 - ・北海道総合開発計画の目標の一つに、『我が国の豊かな暮らしを支える北海道～食料安全保障、観光立国、ゼロカーボン北海道』を掲げております。
 - ・この目標の達成のための観光施策として、『観光立国を先導する世界トップクラスの観光地づくり』を主要施策として取り組むこととしており、さらに、この主要施策の実現のために、『世界市場に向けた新たな観光コンテンツの創出・拡充と稼ぐ力の向上』『多様な旅行者の地方部の誘客に向けた安全・安心な受入環境整備』『自然環境・文化の保全と観光が両立した持続可能な観光地づくり』の三つの基本の方針を掲げております。
- ＊＊以降、『観光立国を先導する世界トップクラスの観光地づくりに向けて』(資料1)に沿って説明。

(3) 基調講演

○『観光における地域連携のすゝめ』(資料2)

東京女子大学 現代教養学部経済経営学科 教授

(国土交通省国土審議会北海道開発分科会 特別委員) 矢ヶ崎 紀子 氏

- ・本日は『観光は地域活性化の目的ではなく手段である』という視点からお話します。
- ・観光という手段を活用する現場が『観光地づくり』や『観光地域経営』ですが、ここには矛盾した言葉が含まれています。観光はあくまで手段であり、一番大事なのは地域です。地域を良くするために観光を活用します。
- ・地域はコミュニティであり、助け合いであり、生きていく上でも非常に重要な基盤なので、損得ばかりの論理で動いていてはいけません。一方、観光は産業でありビジネスです。ここは損得の世界にもなりますし、利益を上げなければ継続できません。この二つの論理を組み合わせ、持続可能な形にすることが観光地づくりの一番大事なところです。
- ・地域には歴史、文化、自然、景観などの資源があります。これらは地域や地球が育んできたもので、観光事業者などが作ったものではありません。観光はこれらを保全・活用しながら経済価値に変えていく行為です。
- ・そのためには、DMOのようなまとめ役を中心に、行政、事業者、住民が連携し、日本人と外国人双方のマーケットに働きかける必要があります。インバウンドは伸びていますが、日本人市場も重要です。両方を組み合わせて利益を生み出します。
- ・そのため商品やサービスを提供すると、対価として観光消費を得ることができ、あるいは宿泊税、入湯税といった形でいただくこともあると思います。ただ今後、この資源をマネタイズしていくことをもう少し広げる必要があります。

- ・そのためには、活用拡大の取り組みとして、より一層良い旅行商品を作る、受入環境をしっかりと整備する、域内事業者間の連携を進めていくことが必要です。
- ・一方、資源に関しては、保全・維持・継承をしっかりやっていかなければいけません。
- ・成果としては、観光消費の拡大や雇用機会の創出だけでなく、地域への愛着や誇り、シビックプライドが向上していくような循環を作っていかなければなりません。
- ・この全体を誰がどのようにマネジメントするのかというところが、日本の弱いところと言われていますが、やっていかなければいけないことです。
- ・そのために目指すべき方向性を今日は二つお話しします。一つ目は持続可能な観光です。滞在時間を延ばし、適正で高い単価を目指し、繁閑差を軽減し、旅行消費を地域内で循環させます。内外からの良質な投資も呼び込みます。二つ目は社会との共生です。資源保全と地域の誇りを醸成させます。地域にとって親和性のある旅行者をマーケティングで呼び込み、実施体制や財源確保も検討します。このようなことを地域が協力してやっていくことが大事になっていきます。
- ・観光振興のメリットは、地域ぐるみで狙っていくものであり、やらなきゃいけないことは沢山ありますが、先ずは四つほどあるかなと思います。
- ・一つ目は、観光での訪問地を点から面へ広げることです。周遊と滞在を促進し、そのために必要な地域連携で商品づくりを行います。
- ・例えば「しまなみ海道」は、広島県と愛媛県による県を越えた連携により世界的なブランドになりました。自転車で走ること自体が目的の層だけでなく、地域に立ち寄る層が増え、地域消費につながっています。
- ・二つ目は、地域にお金が落ちる旅行商品づくりです。適切なターゲットに届く商流に乗せていくことが重要です。アドベンチャートラベルや長距離の徒歩旅行などは単価が高く、地域への還元率が高い旅行商品を造成することが可能です。
- ・三つ目は、旅行消費の地域内循環をデザインすることです。例えば、自動車などの製造業ではお金の流れが固定化されていますが、観光ではサプライチェーンの設計次第で、地域内での循環を意図的につくったり増やしたりすることが可能です。
- ・四つ目は受入環境整備です。この整備によって、観光客の受け入れの品質が向上していきます。
- ・観光消費の地域内循環と受入環境整備の例として、熊野古道では、荷物配送や飲食、ガイドなどの体制をDMOが整え、地域内でサービス提供が完結するサプライチェーンの仕組みを構築しました。地元住民が起業したり、健全な競争とサービス向上の機運も生まれました。また、看板の統一、バス時刻の調整、多言語対応など、地道な取り組みが地域の受け入れの品質を高めています。
- ・今日はこのようなことを踏まえながら、地域連携というものについて考えていきたいと思えます。

(4) 事例発表・意見交換

○『地域へ人を呼び込むために考えた土地に根ざしたプログラムづくり』（資料3）

鹿部温泉観光協会 地域活性推進プロジェクト係 金澤 佑 氏

- ・私は函館市出身で、約12年前に地域おこし協力隊として鹿部町に入りました。当時、町が若手人材を受け入れ地域活性化に取り組もうとしていた時期で、自分も北海道のために働きたいという思いがあり、ご縁をいただきました。現在は観光協会に所属しています。
- ・鹿部町の人口は約3,400人で、毎年約100人ずつ減少しています。町の始まりは良質な昆布を採取にやってきた昆布漁師。町名の由来は、アイヌ語の「シケルペ」とされています。
- ・活火山・駒ヶ岳の影響で軽石土壌、当時の技術では農業には適さないとされていました。それに比べて海は豊か。漁業や水産加工業が町の基幹産業となったため、町内には甘口たらこ発祥の工場や北海道産のウニを国内へ流通させた会社など、北海道の水産加工業における先駆的な企業もあります。
- ・一方で、水産資源の減少や漁師の高齢化、大型宿泊施設の閉館など課題もあります。国道5号から外れ、特急の停車駅もない立地のため、目的地化していくことが重要と考えています。そこで、地域の歴史や資源に根ざした体験型観光に取り組んでいます。
- ・『昆布漁体験』では、漁師さんの倉庫を訪れ、季節作業を体験し、自分で昆布をカットしてお土産を作り、持ち帰っていただきます。出汁の試飲も行い、家庭に戻られてからも楽しめるような工夫をしています。
- ・『昆布を育てる海を守る森づくり体験』もあります。漁師さんが管理する森で植林などの森づくりのお手伝いや、船材としての樹種の話も聞くなど、学びを得ていただいています。
- ・『昆布の森の仲間を知ろう』では、漁師さんが事前にセットしたカゴで海の生物を採取し、生態系を学びます。若手の漁師さんが主体的に協力してくれています。
- ・『浜のかあさん地元料理体験』はインバウンドから大人気です。漁協女性部と連携し、その日水揚げされた魚介を使った料理を体験します。ホテルでは味わえない郷土料理が好評です。
- ・町の負の資源であった「軽石」を活用した、世界にここだけの製法で作る『軽石干しづくり体験』もあります。軽石の吸水性を活かし干物を作ります。地域の女性が指導し、試食と後日の発送まで行います。
- ・『ホタテ漁体験』や『松前神楽体験』、『間歇泉』と『温泉蒸し体験』など、漁業・文化・温泉を組み合わせた多様なプログラムを展開しています。間歇泉が見られる道の駅は日本でここだけで、温泉エネルギーを様々な角度から楽しんでもらえる体験もしています。
- ・国・地域別では、ハワイからの来訪が多いです。要因としては、ハワイには日本にルーツを持つ人が多く、日本の食文化に非常に関心が高いこと。円安効果で日本に来やすい経済事情であることなどが考えられます。そして、地道にお客様の満足度を得られ続けたことで、利用してくれる旅行会社が増加していることが現在の集客に繋がっていると考えています。
- ・例えばお刺身が好きというお子さんのいるご家庭には、お刺身を中心としたメニュー構成を、ベジタリアンのお客様がいればそれに沿ったメニューを、漁師さんが案内する船釣り体験の後に釣った魚を利用して、と受入能力も経験値と共に磨き上げられています。
- ・船釣り体験は天候に左右されますが、観光協会担当者の引き出しも増え、夏場に時化で釣りに出られないときは、男のお子さんとカブトムシ採集などを提案するなど、ただできないとして終わらせるだけでなく、地域性を活かした代替え案をお客様に提案して、ここならではの思い出を作ってもらおうと考えています。

- ・このような観光事業で特に心掛けていることは、シビックプライドの醸成です。地域住民の生きがい・やりがいを一番に、ついでお客様から対価を頂戴し、地域へ外貨収入をもたらす、100年先もうちの町の漁業や水産加工業が繁栄していくように取り組んでいます。
- ・少し宣伝になりますが、道の駅について、間歇泉や温泉蒸し処といった、温泉で調理もできる道の駅はなかなかありません。
- ・『浜のかあさん食堂』は、私たちがお魚を購入する漁協や漁業者、調味料などを購入する地域の商店にも、経済効果が生まれています。また漁協女性部のやりがいと、皆さんの収入が生まれており、やって良かったと思っています。
- ・まとめです。地域の背景を知り、資源を掘り起こし、それらを反映させたプログラムを開発することで、ここならではの商品を造成する、これを道南の市町がそれぞれ行うことで、函館を中心とした南北海道の周遊がより魅力的なものとなり、それが世界トップクラスの観光地への成長につながると考えています。

[コメント／質疑応答]

○矢ヶ崎氏

- ・多様な体験型観光の商品化は、全て観光協会が行っているのでしょうか。

○金澤氏

- ・窓口は観光協会ですが、講師は地域の皆さんです。10年以上関係を築く中で、商品化できる可能性も見えるようになりました。

○矢ヶ崎氏

- ・金澤さんのような人材はとても大事です。一方、中には本業が忙しくて協力が難しい方もいると思いますが、どのように関係を築いていますか。

○金澤氏

- ・そのとおり皆さん忙しいんです。しかし、最近の若手漁師は今後の漁業に対して危機感を持ちつつあります。だから体験観光を通していろんな人に体験してもらうことを重要視してくれる漁業者も増えつつあります。これからも共に産業や町のことを考えながら、互いに手を取り合ってやっていきたいと考えています。

○『観光が描く地域の未来図 — 人口減少時代の新たな地域づくり』（資料4）

Discover Southern Hokkaido 会長 赤井 義大 氏

- ・1990年生まれの35歳です。八雲町出身で、いろいろ外に出て八雲町に戻ってきました。観光に限らず、教育や移住推進、福祉やまちづくり関連の事業など、総合的にいろんなことをやっていく中での観光のポジションが1個あるという感じです。
- ・いま掲げているビジョンは『日々が面白くなる“Innovation”であふれる地域の実現』です。日本の地方には何も無いが、だからこそ生み出せる物がたくさんある。新しい物を生み出せるから、衰退はしていくけれど新しい魅力も作れる、という気持ちで活動しています。
- ・地方の課題を、以前は人手不足と考えていました。人を連れてくれば解決すると考え、人材紹介で起業し、それなりに連れて来られましたが、定着はなかなかしませんでした。根本的な課題はそれだけでないと感じました。

- ・生まれ育った町で駄菓子屋や魚屋、肉屋が減っている中、親も子どもを札幌や東京に出して就職させ、若者を外に出す動きが八雲町内にもあります。それは仕方の無いことですが、少子高齢化を更に加速させる負のスパイラルに陥っています。このような未来に希望を持っていないという状況が根本的な課題だと考えています。この負のスパイラルを何とかしたいということが、今、私たちが観光に取り組む中で考えていることです。
- ・2018年頃に農水省の農泊推進事業を使って観光事業をスタートしたのですが、「観光で稼ぐ」というよりは、『外から風を入れ、地域が変わる可能性を再認識する手段として観光を使う』という考えでスタートしました。
- ・元銭湯を改修したゲストハウスや、廃校を活用した宿泊・交流施設を拠点に体験観光を展開しています。漁業体験・農業体験・酪農体験などをコンテンツとし、販売していきました。
- ・教育旅行では主に関東・関西の修学旅行の中高生を受け入れ、農家や漁師宅に宿泊して、同じ生活リズムを体験してもらっています。
- ・2年前から始めた『親子ワーケーション』では、約1週間滞在してもらい、お子さんは体験、親はその間リモートワークを行います。昨年は約25組・約70人来てもらっています。お子さんを引率する私たちの側にも学びがあります。
- ・関係人口の創出にも関わっていて、例えばサウナづくりなどの『プロジェクトボランティア』の募集や、滞在費を無料にして地域で何かを手伝ってもらう『ヘルパー制度』、地域の『お祭りサポーター』などを実施しています。移住につながった例もあります。
- ・Discover Southern Hokkaidoは、コロナ下に道南地域での広域連携を目的に立ち上げました。地域事業者が集まり、プロモーション、研修会の開催、広域ツアーの造成、コミュニティの形成を行っています。
- ・広域ツアーでは、八雲町での体験後に、木古内町の『みそぎ祭り』へ参加するワーケーション型プログラムを実施しました。アメリカ、オーストラリア、シンガポールなどから参加があり、日本の伝統文化を体験ということで、気に入ってくれました。
- ・毎年10月に『道南フェスティバル』を函館で開催し、渡島・檜山の全18市町が参加しています。これをきっかけにいろんなコミュニティが造成され、『道南サミット』という、約250人のLINEコミュニティになっています。観光以外の分野にもつながりが広がっています。
- ・現在はヴィーガン対応推進事業も行っています。メニュー開発支援や研修会、モニターツアーを実施し、多様な食文化に対応する地域づくりを進めています。
- ・今後の展望としては、DMCを目指していこうということ、目標に掲げています。そのためにネットワーク強化、情報発信、研修会やモニターツアー実施などを重ねています。
- ・観光事業は、人材不足の中で単独の町だけでは限界があり、函館を含めた広域連携が不可欠です。これから関わる人と一緒に形をつくっていきたくて考えています。

[コメント／質疑応答]

○矢ヶ崎氏

- ・道南広域DMC構想について、現在の参加人数はどの程度ですか。

○赤井氏

- ・実働は3~4人程度です。小規模ですが継続しています。

○矢ヶ崎

- ・どのような外国人を呼んでいるのか、プロフィールを紹介していただけますか。

○赤井氏

- ・フランス人などヨーロッパ系が比較的多いです。有名観光地ではなく、まだ知られていない地域を求める傾向があるように感じます。長期滞在し、再訪する方もいます。

○矢ヶ崎氏

- ・インバウンドもターゲットによっては、誘客のノウハウが少しずつ違ってきますので、それぞれ違うノウハウを持った地域の方々が手を携えていくことも、こちらのDMCを中心に覚えてきそうな感じがします。

○『旅行商品のインバウンド顧客に向けた商流への乗せ方』（資料5）

株式会社北海道宝島旅行社 旅行営業部 観光地域づくりグループ
トラベルアドバイザー 雨池 さやか 氏

- ・北見市出身で、函館には中学校の修学旅行で訪問したのが初めてです。北海道宝島旅行社ではインバウンド向け商品造成を行っています。顧客の約8割が海外からで、シンガポールやアメリカが中心です。北海道で7~14泊する、2~10名の小規模グループが多いです。
- ・近年は個人化・多様化が進み、そのようなアドベンチャートラベル型の需要が増えています。
- ・弊社はツアーオペレーターと呼ばれる日本の旅行会社ですが、弊社を利用いただく商流は大きく三つあります。一つ目は自社ウェブからの直販です。二つ目は海外旅行会社からの送客です。三つ目はOTA経由です。弊社からの商流としては、窓口となっただけの地域の旅行会社、DMOや観光協会さんに受入をお願いする、宿泊の手配だけで良ければ宿泊施設さんに連絡するなどです。
- ・また、北海道は現地の情報がつかみにくらしく、海外の旅行会社は北海道の情報収集に苦勞しています。そのため、地域と密接につながるオペレーターの役割が重要になります。
- ・お客様がどうやって旅行の情報を得ているのか、私たちにとっても一番の謎です。海外での商談会に参加しますが、販売だけでなく、ニーズ把握の場でもあります。日本はどう見られているのか、どこで困っているのかを知る機会になり、とても勉強になります。日本では英語で情報があまり発信されておらず、細かな情報が拾えないという声もよく聞き、情報を求めている人にも届いていないのではないかと感じています。
- ・私たちは、商談会に出て、商品を売り出す・棚に載せることをゴールにしてしまいがちなのですが、商談会に出て、どういうところを不便に思われているか、どういう反応が返ってくるかといったデータの収集をしていただきたいです。
- ・また、すでに海外からのお客様も来ていますので、どういう経路でこの場所を知ったのかをぜひ情報収集していただきたいです。
- ・道東の例ですが、JR釧網線には意外と海外のお客様が乗っています。釧路から川湯温泉に遊びに行き、周辺散策をされていたりします。そのような方から情報を収集する、皆さん一体となって情報が取れる仕組みを作りたい、お手伝いさせていただきたいと考えています。

[コメント／質疑応答]

○矢ヶ崎氏

- ・ツアーオペレーターの仕事はなかなか見えませんが、重要な役割を担っています。
- ・一つお伺いしたいのは、最近、知られていないようなところに訪日客がいます。日本は既に旅行先として良い国だと広く認知されており、日本に詳しい外国人も増えている。今後はAIによる情報収集が進み、従来のように『行き先（ディスティネーション）』を先に決めるのではなく、『どんな体験をしたいか』から行き先を提案する旅行の組み立てが可能になります。どうしたら良いでしょうか。

○雨池氏

- ・「このような行程は可能か、金額はいくらか」というお問合せが、最近来るようになりました。AIで行程を組み立てていると思われ、旅行会社としても危機を感じています。
- ・ただ、英語の情報が載っていないということは、AIにはその情報が拾えてないため、地場の旅行会社や観光協会さんにしかない情報は絶対あるので、そこをご提供し続けるということが重要なのではないかと考えております。

○矢ヶ崎氏

- ・これからは地域がまとまって、本物の情報のある程度の英語で発信していけば、全世界からAIが見つけてくれるという日も近い。そういうことを追い風にしながら、地域連携も考えていく必要があると思います。

(5) 質疑応答・総括

[各登壇者より、お互いに聞いてみたいことなどをご質問や確認するお時間]

◎金澤氏⇒赤井氏へのご質問

- ・ワーケーションなど新しい事業はどのように発想し、ネットワークを築いているのですか。

○赤井氏

- ・自分は、新しいことが好きという前提がありますが、発想は多くは人との会話から生まれます。人とのコミュニケーションを通じて「これが課題」と認識したときに、それを解決するために何が必要かを逆算して、事業化していくことも多いです。
- ・また、コロナ禍の時に1か月くらいかけて北海道内を巡り、多くの分野の人と出会いました。それでネットワークが広がり、そのとき得た経験や感覚が現在のワーケーション事業にもつながっています。それからは自分のやっていない分野の集まりに参加するなど、ネットワークを広げながら、見えてきた課題にどう取り組むか、考えています。

◎金澤氏⇒雨池氏へのご質問

- ・10年以上取り扱っていただいているプログラムもありますが、例えば売れる商品と伸び悩む商品の違いはどのようなところにありますか。

○雨池氏

- ・予想と異なる結果もありますが、売れる商品には人の温度感やウェルカム感があります。また、お客様からよく聞かれるのですが、「なぜここでこの体験をするのか」という点に納得感がある、地域ならではの必然性も大事だと思います。

◎赤井氏⇒金澤氏へのご質問

- ・今後、観光事業の目指す方向性として量の拡大、質の向上など考えられますが、どういう風にしていきたいですか。

○金澤氏

- ・旅行商品によりますが、教育旅行に関しては、現在の漁師さんのネットワーク、協力者を増やして受け入れを増やし、町内を多くの若者が歩き賑わいを生む、そういうムーブメントにしていきたいです。都会の子が来てくれて、自分たちの産業を見せ、収入も得ていただくというネットワークを広げていきたいです。
- ・インバウンドでは高付加価値化を進めたいです。『浜のかあさん地元料理体験』は人気商品で、ずっと4,000円でやってきているのですが、市場での食材調達が難しかった時期に調理体験をしたいという希望を受け、高付加価値型の商品を新たに作りました。町内のお寿司屋さんをお願いして、普通の握り寿司体験ではなく、よりインパクトのある『寿司ケーキ』と『茶碗蒸し』の調理体験をしていただくというメニューですが、今後11,000円でやっていく考えです。私たちの収益性の向上と、地域への還元、旅行会社さんの手数料も大きくし、みんなで稼いでいく形を図っています。

◎赤井氏⇒雨池氏へのご質問

- ・北海道で今後求められるコンテンツはどういったものでしょうか。

○雨池氏

- ・どの商談会でも「ローカルの人と触れ合えるコンテンツが欲しい」と言われます。その中でも、産業はその地域の環境や文化、歴史に根ざしているのも、地域の産業関連のコンテンツは大変嬉しいです。

○赤井氏

- ・Discover Southern Hokkaido が地域コンテンツ開発や磨き上げをお手伝いし、宝島旅行社と連携する形は可能でしょうか。

○雨池氏

- ・ぜひ連携したいです。

○矢ヶ崎氏

- ・地域で魅力を磨く組織と、海外とつなぐランドオペレーターが連携することで、海外から信頼される体制になります。そういう状況を作ることによって地域がイニシアチブを取れるようになってきますので、やはり目指していく方向かなと思います。

◎雨池氏⇒金澤氏へのご質問

- ・私達は金澤さんのような人材を地域に求めているのですが、地域おこし協力隊からずっと居続けられている理由を教えてください。

○金澤氏

- ・地元の漁師さんに会わせると、修学旅行生はだいたいファンになりますが、私が1番のファンです。漁師さんたちと将来の夢などを語り合う時間も好きですし、自分がファンになったその良さを、ずっと伝えていきたいです。

◎雨池氏⇒赤井氏へのご質問

- ・人を定着させる・関係を続けること、人を呼んでくる仕組みはどういう風に作っているのか教えていただきたいです。

○赤井氏

- ・外国人は、ボランティア専用サイトのようなものがあり、そこで募集すると来てくれたりします。日本人はプロジェクトを起ち上げてSNSで募集すると、口コミで広がるなどして来てくれることも多いです。
- ・関係を続けていく方法は模索中でもありますが、一つ言えるのは、役割があることは結構大事です。来てくれた人がただ楽しんでいるだけだとゲストですが、役割があることで町民のように過ごせるからです。地域のために何かしている人、という位置になり、ここにいる理由につながるのだと思います。

[矢ヶ崎氏から登壇者皆様へご質問]

今後の地域の観光振興について伺います。関係人口も含め来訪者を増やし、来訪の質を高めるために何を目指すのか。また実現のためにどのような応援が必要かをお聞かせください。

○金澤氏

- ・道南・渡島地域は食材が豊富で、特に函館の昆布は北海道らしい貴重な資源です。昆布を多く消費している関西の学校に対し、生産地ならではの学びを届けたいと考え、年1回は訪問しています。
- ・ただ、教育旅行で来ていただく際の課題は輸送で、航空便が少なく機材も小さいため、修学旅行誘致が難しい状況です。6月や9月、10月などの時期に合わせた臨時便や機材の大型化など、航空面での支援があれば、北海道の食の魅力をより広く伝えられます。

○赤井氏

- ・主要観光地ではないローカルを求める外国人や日本人は多く、道南は相性が良い地域です。
- ・ただ、受け皿となれる地域がまだ少なく、増やしたいと考えています。受入意欲はあってもノウハウや人材不足で進められない地域が多いため、寄り添うサポート体制が必要です。
- ・資金や人材、情報面で行政やいろんな分野の方と連携したいです。
- ・既存の地域おこし協力隊などの制度の情報を行き届け、活用を促す支援が重要です。

○雨池氏

- ・観光は地域の総合力が試される分野であり、地域存続の手段として継続してほしいので、地域で担い手となる方々への支援を充実させてほしいです。
- ・また、見えない顧客やニーズ、動線を把握できる、魚群探知機のような情報を拾えるプラットフォームがあると良いなと思います。

[質疑応答]

(質問①) 会場からのご質問

地域事業者として自治体や第3セクターとの連携が難しい状況です。日頃の工夫や上手くいった事例があれば教えてください。

○赤井氏

- ・私は観光に限らずいろんな分野の方と浅く広く関わっているので、常にネットワークがある、という点があります。
- ・また、道外や海外とのつながりで得た情報を地域に持ち帰り、相性の良い人同士をつなげることもしていて、ネットワークの強化につながっています。
- ・そして、地域の“やりたい”を常に探しています。例えば漁師さんの声から面白いと思った、『ホタテの耳釣り選手権大会』を企画しました。“やりたい”にフォーカスして自分の持つ知識や情報や人を使って形にすることは意識しています。

○金澤氏

- ・昆布漁師さんや『浜のかあさん食堂』は、最初は地域の魅力ある方に協力をお願いし、ツアーの受入で実績を重ねてきました。現在はプライベートでも信頼関係を築きながら、徐々に広がっています。ハワイからは年間数百名に訪問いただいています。お金をかけてプロモーションをしたのではなく、旅行会社との対応や現場対応での満足度向上の積み重ねです。メニューも工夫し、変更する場合にも地域らしさを必ず取り入れています。

○矢ヶ崎氏

- ・民間と行政の間に立つ存在が重要です。他地域の上手くいっている事例ですが、官民で定期的な話し合いと話し合いの土台としてデータの共有を習慣化することも有効です。

(質問②) 会場からのご質問

函館をゲートウェイとした観光の広域連携として、どのような在り方があるとお考えか、教えてください。

○金澤氏

- ・鹿部町は宿泊施設が少なく立寄り型ですので、函館の宿泊施設と連携しています。私たちの方で函館にない漁業体験などを深掘りし、道南旅行の魅力を高めていこうと思います。

○赤井氏

- ・観光客の方が函館の情報を収集する、または函館に来て最初に情報収集する段階で、道南各地の情報を提示できれば繋がるのではと思います。函館滞在をベースに日帰りの道南周遊を促す、それには函館の観光客の動向やお客さんの情報収集の仕方を調べたりしながら、それに乗せるような情報発信を、連携してやって行ければ、結果的に滞在日数を延ばすWIN-WINの関係を築けるのでは、と思います。

○雨池氏

- ・函館は拠点、ゲートウェイとして優れています。なので、ふらっと来た方が見られる、頼れる情報源として機能していただくと、旅行者にとって理想的です。

○矢ヶ崎氏

- ・函館という世界に誇る素敵な街があり、そしてさらに周辺にもこんなに深い地域があるというこの地域で3泊4日や1週間滞在の形を提案し、それを共同で磨くことで、地域の連携の形が見えてくるのではと思います。

(質問③) 会場からのご質問 (感想)

感想になりますが、去年の8月に道南地域の自治体全体で「2033年までに1,000万人宿泊を目指す」という決議を皆さんで採択していただきました。地域にお金が落ちる観光コンテンツを磨き、長期滞在につなげたいです。渡島地域に限らず、渡島・檜山の両方で進めていきたいと思っています。

[総括]

○矢ヶ崎氏

- ・この地域がどれほど貴重で、どれほど可能性に満ちているかということ、住んでらっしゃる方はこのくらいかなって思ってたかもしれないかもしれませんが、たまに他所からやってくる人たちにとってみては、本当に宝石のような地域だと思います。ぜひ、観光という手段を皆様方、上手に使いこなして、使い倒していただいて、地域を元気にしていく。それも、自分のところの地域だけじゃなくて、観光という手段を使うからには、渡島エリア皆で生き残っていくぐらいの気構えでおすすめいただけると、とっても嬉しいかと思います。
- ・私も微力ながらお役に立てることがありましたら呼んでいただきたいと思ひますし、金澤様、赤井様、雨池様はもうしっかり頑張っていただけだと思いますので、これにて締め言葉とさせていただきます。本当に今日は長時間ありがとうございました。パネリストの皆様もありがとうございました。

(6) 閉会

○閉会挨拶：北海道開発局 函館開発建設部 部長 赤川

- ・本日は110名を超える皆さまにご参加いただき誠にありがとうございます。
- ・本セミナーを通じて、渡島地域全体が一体となり、どのように観光振興を進めていくかを考える非常に貴重な機会となったのではないかと考えております。
- ・そういった中で持続可能な観光地域づくりに向けて、最終的には地域がしっかり稼いで回していける仕組みを作っていくことが非常に重要だと感じました。
- ・函館開発建設部としても、観光振興に資する交通ネットワークの整備や、地域の皆さんと一緒に魅力ある渡島の観光地域づくりに取り組んでまいります。
- ・本日はお忙しい中、また長時間にわたり、ありがとうございました。

以上