

“ふれあう”体験・交流型観光
プログラムで、北海道の強みを
活かす



鈴木 宏一郎 (すずき こういちろう)

(株)北海道宝島旅行社代表取締役社長
LLC北海道ふるさとづくりセンター共同代表
北海道グリーンツーリズムネットワーク事務局長

1965年北九州市生まれ。1988年東北大学法学部卒業、2001年小樽商科大学大学院商学研究科修了。(株)リクルート、(株)ヒューマン・キャピタル・マネジメント勤務を経て、2007年4月(株)北海道宝島旅行社設立と同時に代表取締役に就任。

北海道内のアウトドアやクラフト、農林漁業体験等の体験型観光プログラムの検索・予約サイト『北海道体験.com』を立ち上げて2年半。当初十数事業者のみでスタートしたサイトには、現在250事業者の900プログラムを掲載、ユーザー数も順調に増加している。今年の1月には英語での受け入れ対応が可能な事業者を集めた英語版の『HokkaidoExperience.com』もオープン。国内外のお客様に北海道ならではの楽しみのひとつとしての体験・交流型観光プログラムのPRと、地域づくりのお手伝いに励んでいる。

体験・交流型観光プログラムへの着目

私は北九州市生まれで西宮市育ち、大学生時代のバイク旅行と9年間の北海道勤務をきっかけに北海道に惚れ込んでIターン移住、永住を誓って起業した。その決め手は全国のどこでも感じる事ができなかった、北海道の方々とのふれあい、優しい対応、一緒に過ごした時間の濃さであった。ともに起業した千葉県出身のパートナーもほぼ同様である。

自分たちの経験も踏まえて、私たちは北海道への来訪目的となり、滞在時間・消費金額をアップさせ、リピーターを生み出す鍵となるのは、「地域の楽しみ方を地元のガイドが説明し、一緒に楽しませてくれる体験・交流型観光プログラムである」と位置付けている。実際にその存在を知らなかったり、予約の仕方がわからなかったという旅行者が、サイトを通じて素晴らしいガイドや地域住民と出会い、ともに楽しむことで最高の思い出を得て、着実に北海道のファン、リピーターになってくれていることを日々実感している。そして、



『北海道体験.com』のトップページ画像

全道にはたくさんの体験型観光事業者が頑張っているだけでなく、地域資源を活かした体験・交流プログラムの開発によって、持続発展可能な観光まちづくりを目指す地域が着実に増加しているのである。

これまでの観光ビジネスモデルの変化

北海道の観光を支え続けてきた、同じパターンで反復可能、かつ大量にお客様を運ぶという観光ビジネスモデルに限界が訪れているといわれて久しい。次第に廉価になっていく上に、お客様の数自体も減少してきているのではないだろうか。その一方で、自分で予約手配をし、狭域滞在型で、自分が価値を認めるものには多くの時間とお金を使うお客様は、外国人観光客も含めて確実に増加している。例えば1泊数万円の高額宿泊施設の繁盛や、ファームインへの長期滞在、釧路川カヌー体験のはしご、本格的な乗馬体験へのリピーター等、その地域の魅力、もてなし、ガイドに対して正当な対価を支払ってくれる「上顧客」の増加である。彼らへの対応をより充実させていくことで、巷でいわれている「物見遊山と移動時間とお土産めぐり」「豊かな自然環境・景観の安売り」といった北海道観光への悪評に一矢を報いることができるのではないだろうか。少人数限定で、ガイドや地域住民と対面でふれあい、彼らの案内によって北海道のそして各地域ならではの楽しみを味わえる体験・交流型観光プログラムは、その体験を目的として来訪・滞在するお客様を生み出し、深いコミュニケーションによって感動を与えることでリピーターを創出できるのである。

外貨を稼ぐ「事業」としての体験・交流型観光開発

観光振興は、地域に、そして北海道に外貨を稼ぐ「事業」にほかならない。敬愛する故ドラッカー教授は「事業とは顧客の創造である。買わないことを選択できる第三者が、喜んで自らの購買力と交換してくれるものを供給することである（『創造する経営者／1964』）」という。

自然や暮らしの中にある「強み」を活かし、訪れている「機会」をとらえて、各地域が道内はもちろん、全国、海外と戦って勝ち残れるだけの魅力を確立し、顧客を創造しなければならない。それは決して大量の

人数を流れ作業で受け入れることではない。北海道の豊かな自然、地域の暮らしを持続発展的に維持できるようにするためには、滞在型で、正当な価格を支払い、各地域のファンとなって何度もリピートしてくれるお客様を、地域にとっても適正な規模で増やしていくことが必要である。彼らとのやりとりを楽しみながら外貨を稼ぎ、地域住民の生きがいや誇り、エネルギーを創出するために、自然景観や温泉、食事等の魅力に加えて、地域住民自身の魅力、もてなしで勝負する体験・交流型観光プログラムの開発・提供が必要不可欠である。

北海道は中国をはじめとする東アジアの方々に人気が高い。国策として外国人観光客の受け入れを図ろうとしている今、北海道に、石炭・食料の供給の次の、国家的な大きな役割を果たす第3のタイミングが訪れている。外国人観光客にも喜ばれる、各地域ならではの体験・交流型観光プログラムの開発・提供の取り組みが喫緊の課題であると思う。

地域でドラッカーの「5つの質問」に答える

わが地域は「何によって人に覚えられたいか」「10年後にどうなっていたいのか」を話し合い、ドラッカー教授の「5つの質問[※]」を徹底的に考え、自立&自律して主体的に取り組むことが求められている。「使命」とは「命を使う」と書く。①地域をあげて命がけで取り組むテーマを決めること。②どこの誰にどのように買ってもらおうとうれしさを考えること。③顧客にとってのわが地域の価値を見極めること。④理想とする姿を明確化すること。⑤まずは何に集中しどこから始めるかを設定すること。以上の5つの質問に明確な答えを持ち、次世代につなぐ豊かな地域づくり、そして北海道づくりをみんなの力を結集して進めていきたい。

*

すでに実践者は全道あちこちで頑張っている。「宝物」でいっぱい宝島・北海道。それぞれの地域が自律・自立した観光まちづくりを進め、そして地域の宝物や様々な関係者をつなぎ、編集してマーケットと結びつけること。様々な仕事を通じて、これからも大好きな北海道のために全力で頑張っていきたい。

※ P.F.ドラッカー教授の「5つの質問」

- 1 われわれの使命（事業）は何か？
- 2 われわれの顧客は誰か？
- 3 顧客は何を価値あるものと考えてるか？
- 4 われわれの成果は何か？
- 5 われわれの計画は何か？