

欧米圏インバウンドと 北海道の可能性 —アドベンチャー トラベルの視点から



佐賀 彩美 (さが あやみ)

一般社団法人北海道開発技術センター調査研究部研究員

北海道出身。北海道大学法学部卒業。モントレイ国際大学院（現ミドルベリール国際大学院モントレイ校）通訳翻訳学科修士課程修了。通訳案内士。

世界のアウトバウンド市場とアドベンチャートラベル

平成29年度の訪日外客数は11月現在全ての月において前年度を上回っており、年度末までには総数が3,000万人に迫る勢いです¹⁾。北海道の訪日外客数も平成28年度、過去最高の230万人を記録し、引続き増加傾向にあります。しかし、その8割以上はアジア各国からの観光客であり、欧米圏からの来道は1割程度です²⁾。一方、アウトバウンド送客数では欧米圏が世界の6割以上を占めています³⁾。そして、その40%近くがアドベンチャートラベル系のツアーに参加しており、市場規模は欧州と南北アメリカを合わせて、2,630億ドル（約30兆円）を超えているとのこと⁴⁾。観光庁の調査でも、欧米圏からの訪日外国人の1人あたりの消費額はアジア（中国以外）からの観光客のそれを上回っています⁵⁾。

では、アドベンチャートラベル（以下ADTと略）とは、何なのでしょう。

世界最大のADT取り纏め機関であるアドベンチャー・トラベル・トレード・アソシエーション（Adventure Travel Trade Association：ATTAと略）は、自然、身体活動（アクティビティ）、異文化交流、の3要素のうち少なくとも2つを含む旅行形態と定義しています。アドベンチャーというと、普通、リスクの高い「冒険」をイメージしますが、ATTAのいう「アドベンチャー」には軽いハイキング、サイクリング、遺跡探訪から高所登山まで、ありとあらゆる分野が含まれます。このような定義づけがされている理由は、これらが元々欧米人の有力な旅行目的であることと、なるべく多くの要素を「アドベンチャー」に含めることにより、多様な旅行商品の造成を可能にする意図からだと言われます。

さらに、ADTでは支出の65%以上が地元で落ちると報告されています⁶⁾。その理由は、ATTAの定義にもあるように、団体観光（マスツーリズム）に比べて、アドベンチャートラベラーは、現地のツアーオペレーターによるアクティビティやガイド付き自然観察ツアーなどを好む傾向が強いためです。そして、このような活動に適しているのは、自然が豊かで人口の少ない地方、

つまり田舎^{いなか}です。このことは、ADTが過疎に悩む地方にとって有力な経済活性化策となり得ることを意味しています。また、ADT産業により生活できるだけの収入が得られるならば、関係する仕事に従事したい、地方に住みたいという若い世代も出てくるはずです。

ADTと北海道の可能性

注目すべきは、北海道には豊かな自然はもちろんのこと、自然資源を利用した多様なアクティビティ、さらにアイヌ文化や縄文遺跡とADTの全ての要件が存在していることです。全国的にみても、最もADT目的地^{みさわ}として相応しい場所といえます。しかしながら、北海道への欧米外客の割合の少なさからも明らかなように、今日まで、ADTを目的とする欧米人は、ニセコへのスキー客以外ほとんど来道していませんでした。これは、日本を含むアジア人の旅行が、景観や名所旧跡の鑑賞、温泉、食を中心としていることにも原因がありますが、私達が旅行嗜好^{しこう}の異なるADTの巨大市場の存在に気づかず、必要な情報提供がなされてこなかったためと考えられます。ATTAの構成員である富裕層を顧客とする一流エージェントで、アジア各国に送客していても日本向けのツアーは皆無というところが沢山あります。ちなみにADTを企画している旅行会社には富裕層を顧客とする会社が多く含まれています。

ADT振興に向けた最近^{ファミ}の取組とFAMトリップ

このため国土交通省北海道運輸局は2016年度から、本道でのADT振興を目指し、ビジット・ジャパン事業の一環としてATTA関連事業への取組を始め、(一社)北海道開発技術センターも受託事業者としてお手伝いをしました。17年度は、6月に北海道アドベンチャートラベル協議会(HATA)が発足したほか、ひがし北海道広域観光周遊ルート形成促進事業として、ATTA教育プログラム(AdventureEDU)講師3名を迎えFAMトリップ(視察旅行)を実施するとともに、9月27日、28日の2日間にわたり、釧路市でワーク

ショップを開催しました。これは日本初の試みです。また16年度に続き、ビジット・ジャパン事業では北海道チームがATTAの世界サミットであるATWSに出展^{*}し、さらに世界的なエージェントとアドベンチャー系のライターを招聘^{しょうへい}してFAMトリップを行いました。

(公社)北海道観光振興機構でも、7月にナショナル・ジオグラフィック・トラベラー誌の寄稿編集者、ヘザー・グリーンウッド・デービス(Heather Greenwood Davis)氏を招請し、FAMトリップを企画。デービス氏もメディアとして昨年のATWSに参加していた関係で来道が実現しました。

本稿では、これら事業のため来道したADT専門家のFAMトリップに同行し、気づいた点などを整理してご紹介します。

各FAMトリップの概要

各FAMトリップの概要をご紹介します。

ヘザー・G・デービス氏はファミリー旅行の専門家のため、ご主人と息子さん二人を伴っての旅行でした。JRグループのジャパン・レイル・パスで新幹線を利用して来道し、函館からツアーを開始しました。その後立寄ったのは、鹿部町、洞爺湖温泉、登別温泉、白老町、平取町、釧路市、阿寒湖温泉、層雲峡、最後に札幌市です。期間は7月2日～9日。

クリス・ドイル、ジャン・クロード・ラゼル、アンドリューストロアの3氏は、先述した教育プログラムのワークショップ講師ですが、事前視察のため、9月24日～26日の3日間、大雪山、阿寒湖、屈斜路湖を視察しました。大雪山では天候にも恵まれ、数十年に一度という見事な紅葉のピークを見てもらうことができました。

ビジット・ジャパン事業のFAMに参加したショーン・コエニグ氏とメリッサ・デボー氏は、10月1日～8日、釧路市、厚岸町、根室市、羅臼町、標津町、養老牛温泉(中標津町)、弟子屈町、阿寒湖温泉、旭岳温泉、札幌市と周遊しました。こちらも天候には恵まれ、予定した行程を全て消化しました。

※ 2016年度の出展の様子は、当誌2017年2月号をご覧ください。

FAMトリップ参加者の視点や評価

参加者ほぼ全員が共通して重視したADTに関する視点や評価、評価基準などを紹介します。(各参加者の名前は以下ファーストネームで記載)

□**自然**：各FAMトリップの行程は同じではありませんでしたが、全員、北海道の自然環境は素晴らしいという意見では一致していました。ヘザーさん一家は夏、他の参加者は秋と季節は違いますが、大雪山の高山植物の大群落、秋の紅葉、数々の湖、多様な動植物や生息地へのアクセスの良さ等々、スケールの大きさではかなわないまでも、世界で一流とされる自然と比べても遜色ないということです。

□**アクティビティ**：FAMトリップの全参加者がハイキング、登山、カヌー、海や湖のクルーズ、フライフィッシング等のメニューを体験しました。日本人の「観光」は文字通り、景勝地の鑑賞が主ですが、欧米人は見るだけでは足りず、多かれ少なかれ身体を動かすことを好みます。彼らにとっては、何かを見て感動するだけでなく、自分自身が自然のなかで身体活動をするという体験が重要です。天候に恵まれたこともあり、FAM参加者の各種アクティビティに関する評価は総じて高かったです。

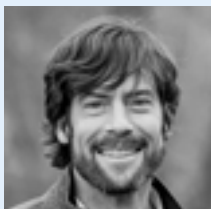
□**ストーリー性**：自然であれ産業であれ、欧米圏インバウンド観光ではストーリーを明確に表現することが重要です。ストーリーは日本語の「物語」と同じ意味です。行間を重視し敢えて言葉にしないのをよしとするところがある日本文化とは対照的に、欧米文化では全て言葉で表現しなければ物足りないという感覚が強いです。観光に関しては、そのままでは見過ごされるものも、ストーリーを知ることで興味を持ちます。これも、アクティビティ同様、自己と対象との関わりを重視する欧米文化の特徴のような気がします。ヘザーさんとメリッサさんの二人はライターなので、ヘザーさんは縄文・アイヌ民族の歴史、有珠山や昭和新山とそのすぐ近くに暮らす人々の暮らしについて、メリッサさんは、アイヌ文化の他、新設された厚岸のウイスキー醸造所や羅臼昆布の製造過程などのストーリーに強い関心を示しました。

□**オーセンティックであること**：日本語では「本物」を意味するオーセンティック (authentic) は、欧米人が観光資源を評価する際のキーワードです。人間が創り出したのではなく何万年も前から存在し続けている「自然」はオーセンティックの最たるものです。しかし、例えば「文化」のような形のないものについて「本物」

FAMトリップ参加者 数カ月の間に来道したいずれも一流のADT専門家は次の6名です



ヘザー・グリーンウッド・デービス
(Heather Greenwood Davis) 氏【加】
ナショナル・ジオグラフィック・トラベラー誌の寄稿編集者、家族旅行向けの記事のライターとしては世界的に著名。



クリス・ドイル (Chris Doyle) 氏【米】
ATTAヨーロッパ事業本部長
アドベンチャーツーリズムの普及のため世界中を飛び回っている。



ジャン・クロード・ラゼル
(Jean-Claude Razel) 氏【仏】
フランスのシャモニーで山岳ガイドをする一方、ブラジルを代表するアドベンチャートラベル旅行社ALAYAを経営。ラフティングでは、ブラジルのナショナルチームの一員として、世界選手権で2度優勝している。世界的登山家でもある。



アンドリュー・ストロー
(Andrew Straw) 氏【英】
マーケティングの専門家。年間4,500人を取り扱うサイクリングツアーを中心とするSaddle Skedaddleという会社を経営。来夏、道東を巡る12日間のサイクリングツアー2本の催行を予定。



ショーン・コエニグ
(Sean Koenig) 氏【米】
Zegrahm社プログラムマネージャー、来年の北海道一周クルーズの責任者。Zegrahm社はナショナル・ジオグラフィックと並び、世界でも有数の自然を中心とした富裕層ツアーを催行している。



メリッサ・デボー
(Melissa DeV Vaughn) 氏【米】
Alaska Adventure Guide 他3冊の著書があり、多数の著名な新聞、雑誌等にも記事を執筆しているライター。約3,500kmに及ぶ米東部のアパラチアントレイルを6カ月かけて単独踏破した実績もある。

であるかどうかを判断するのは難しい問題です。

この度のFAMトリップでは、欧米人にとっての「オーセンティック」とは何かをうかがい知ることができる例がありました。ヘザーさん一家を除く2グループは、屈斜路湖畔の「丸木舟」という民宿に宿泊しました。ここは単なる民宿ではなく、全国に広くファンをもつアイヌ詞曲舞踊団モシリの拠点であり、夕食後、アイヌ伝統舞踊を現代風に振付けた歌や踊りのパフォーマンスを鑑賞できます。公演の後には国籍を問わず、皆さん非常に感銘を受けたという感想を述べるのが常であり、今回のお客様達も同様の反応でした。モシリの歌や踊り自体は、アイヌ文化を現代風に演出したのですが、リーダーのアドイさんはじめ、メンバーの皆さんのアーティストとしてのレベルの高さ、アイヌ文化やアイヌ語、その精神性についての素養が非常に本格的であることがその理由だろうと思われまます。釧路で開催されたワークショップの講義内容でも「観光資源がオーセンティックであること」が重要テーマの1つに数えられており、講師達全員が、モシリの舞台を「本物」の例として挙げ、いかに感動したかを述べていました。

□文化：「異文化」はADTの3要件の1つです。そして、ADTで特に重視されるのは自然との関わりが強い先住民文化です。私どもの過去の調査では、北海道について欧米人の関心が最も高かったのはアイヌ文化でした。この傾向は同時に調査対象としたアジア人観光客とは明確に異なっています。北海道観光機構の調査⁷⁾でも同様の結果が出ています。ただし、先に述べたように、その文化はオーセンティックなものでなければなりません。この視点からは、時間がかかっても、現在、廃れてしまっているアイヌ民族の正式な伝統的祭祀や、極めて高い消滅危機状態にあるとされるアイヌ語の復興が強く望まれます。また、北海道全域に存在する縄文遺跡は8,000カ所以上といわれています。アイヌ文化に比べ海外ではほとんど知られていませんが、アイヌ文化との関係性も指摘されていることから、縄文遺跡は欧米人向けの観光資源として非常に有望です。



函館で着付け体験を楽しむヘザーさん一家

さらに、外国人にとっては「日本文化」ももちろん異文化であり、北海道も「日本」であることには変わりありません。本州に比較し歴史が短い本道では、外国人観光客から日本文化体験はあまり期待されていないと思われまますが、日本文化関係のメニューは例外なく喜ばれます。ヘザーさん一家は、函館での生まれて初めての和服の着付けや鹿部町の「浜のかあさん料理体験」を心から楽しんでいました。日本文化からは距離的に最も遠い稚内市でも「稚内和服でおもてなし実行委員会（代表竹内ひとみさん）」の外国人向け和服体験が好評です。他にもお習字、茶道、華道体験、お料理教室などのプログラムはどの地域でも可能なのではないのでしょうか。

以上、簡単ですが、6名のADT専門家の視察に同行して、ADTによる北海道における欧米圏インバウンド振興の可能性に関し気づいた点など、紹介しました。世界に向けた情報発信の充実、英語が話せるネーチャーガイドの育成、文化プログラムの質的向上など課題は山積ですが、この大きな可能性の実現に向けた活動へのご理解、ご協力を頂ければ幸いです。最後に、各FAMトリップを実施するにあたり、多大なご協力を頂いた各地域の関係者に心より御礼申し上げます。

参考文献

- 1) 平成29年度日本政府観光局（JNTO）統計
- 2) 平成28年度北海道経済部観光統計
- 3) UNWTO（国連世界観光機構）2016年統計
- 4) Global Report on Adventure Tourism（UNWTOとATTAの共同報告書2014年）p.20
- 5) 平成28年度観光庁訪日外国人消費動向調査
- 6) 4) p.11
- 7) 他府県との比較分析調査事業報告書（平成28年北海道観光振興機構）p.102