



# 北海道インバウンドフォーラム 「訪日インバウンドの新しい視点」

国土交通省北海道運輸局  
(一財)北海道開発協会

## ※1 サステナビリティ・コーディネーター

「国際観光基準」を自分たちの観光地に照らし合わせて「観光地の診断」を行い、診断で未達成の項目を改善していく役割。「国際観光基準」は、GSTC（グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会）によって定められています。

## ※2 グリーン・デスティネーションズ

オランダで設立された組織、持続可能な観光の国際基準の制定・管理を行うGSTCより認定を受けた国際認証団体。

コロナ禍で打撃を受けていた北海道に外国人観光客が戻ってきました。しかし、コロナ禍の間に失った観光人材が戻らず、人手不足等の新たな課題も顕在化してきています。北海道が持続可能な観光地として発展し続けていくためには、従来からの取組みだけでは十分とはいえません。地域の人材育成やサステナビリティなどの分野でご活躍の方々に「新しい視点」から、今後の北海道におけるインバウンド観光の方向性を議論していただきました。

## 持続可能な観光に関する認証制度

(一社) サステナビリティ・コーディネーター協会 青木代表理事



青木 真郎 氏

2021年にニセコ町で持続可能な観光の推進役として「サステナビリティ・コーディネーター<sup>※1</sup>」に就きました。2023年4月に「一般社団法人サステナビリティ・コーディネーター協会」を設立し、10月には、グリーン・デスティネーションズ<sup>※2</sup>の

日本代表事務所を立ち上げました。

持続可能な観光地としての国際認証を取得するための最初のステップとして、「Top100ストーリーズ」があり、日本でも京都市、沖縄県など、各地域が選ばれています。グリーン・デスティネーションズは、優れた観光地管理の成果も表彰しています。岩手県釜石市、ニセコ町がシルバー賞を受賞しています。「グリーン・デスティネーションズ・サーティファイド(認証制度)」は、GSTC<sup>※3</sup>基準の完全準拠が求められ、観光地の品質と持続可能な観光地管理が世界最高水準であることを認めるものです。審査は、観光地管理から、自然と景観、環境と気候、文化と伝統、社会福祉、ビジネスコミュニケーションの85項目について、各々の基準の達成度で判定します。現在、世界で33の観光地が認証を受けおり、日本にはまだありません。

ところで、持続可能な観光は、「訪問客、業界、環

## ※3 GSTC（グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会）

観光地が守るべき規則を決めて、その規則を管理する国際非営利団体。グローバルな基準を設定し、「宿泊施設」、「ツアーオペレーター」、「デスティネーション」の3つの認証カテゴリーで、個別の認証団体を認定しています。

境および訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義されています。環境と経済と社会文化のバランスをとることが重要であると思います。従来の「観光」の登場人物は、「観光客」と「観光事業者」ですが、「持続可能な観光」を考える上では「住民」と「地域社会」を加えることが必要です。具体的には、観光が住民や地域社会にどう影響を与えているのか、それをどうモニタリングして、受入環境整備を改善していくのかという取組みが加わった観光です。

望ましい「持続可能な観光」の姿は、GSTCの4分野（観光地管理、環境、社会経済、文化）の各種基準が遵守された上で、魅力的な観光資源、コンテンツがあることです。世界で33の観光地しか認証されていないGSTC認証を北海道の観光地が取得できれば、圧倒的なブランドになると思います。

#### スタッフも幸せになるライフスタイルホテル<sup>\*4</sup>

ザ ロイヤルパークキャンパス札幌大通公園 塩川総支配人



塩川 典子 氏

2004年に「ふらの観光協会」に勤めたのが、観光の世界に入るきっかけでした。私は英語が話せたので、英語圏の国を担当し、プロモーション等で海外に行き、現地のエージェント、メディアの方々との交流を深めていました。

その後、YTLホテルズのニセコビレッジ、キロロリゾート、マリオット、IHGなど、道内リゾートに進出した外資系企業で、セールス&マーケティング部門を担当し、新規事業開発と運営のリブランディングの仕事をしていました。インバウンド、MICE<sup>\*5</sup>の取り込みに注力して、たくさんの海外の方々を取引するのが専門でした。宿泊業がドラスティックに日本バージョンからグローバルバージョンに変えなければいけ

ないときでした。

こうした国際的な職場環境で培った知見を活かし、2021年三菱地所ホテルズ&リゾート（株）に入社しました。現職の総支配人を務めている「ザロイヤルパークキャンパス札幌大通公園」は、当社が初めて札幌に出店するライフスタイルホテルです。

訪日外国人客1,000万人を目指そうという時代から、インバウンドの流れは大きく変わりました。ただ、数を追いかけていけばいいのか、どういうお客様に来てほしいのか、私たちホテルの目標を大きく見直す時期にも来ています。オーバーツーリズムの問題もあります。

現在はホテル一館を任されていますので、きちんとターゲットングをして、ビジネスプランに乗せて、お客様に喜んでもらうことを考えています。今人材不足で大変な時期なので、どうスタッフに楽しく仕事してもらえるか、長く働いてもらうか、個々の成長を感じられる職場づくりを目指しています。スタッフの幸せ、お客様の満足度、自分の幸せを実現していくことが観光の発展に結びつくと思います。あと10年は働けると思うので、その時までがんばっていきたいです。

#### 幅広いネットワークを駆使した「道東」のブランディング

(一社) ドット道東 中西代表理事

ドット道東は、2019年に創業し、道東の企業や自治体を顧客として、ブランディング、PRの事業をしています。私は北見に住んでいますが、他のスタッフは、釧路、帯広、浦幌、芽室とみんなバラバラのところに住みながら地域の情報、ネットワークを活かした事業を行っています。創業と同時に道東のアンオフィシャルガイドブック「.doto」を発行しました。初版5,000部が1ヶ月で完売し、内閣府地方創生推進事務局長賞を受賞しました。「.doto」はいろいろな方に読んでもらい、メディアにも紹介されたので、私たちの名刺代わりになったと思っています。通常のガイドブックは、

※4 ライフスタイルホテル

宿泊特化型のホテルとは異なり、デザイン性が高いだけでなく、宿泊にとどまらない付加価値や、革新的で個人的なサービスを提供するホテル。

※5 MICE

企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語。

観光客や地域外の方に読んでもらうのが目的ですが、「.doto」は、道東に住んでいる人に道東のことを知ってほしいと思い出版しました。読んだ方の中には「道東に帰りたい」、「道東に住みたい」という方がたくさん現れて、実際に移住した方もたくさんいます。



中西 拓郎 氏

道東は、4 振興局にまたがる地域の総称で、九州より少し小さい面積に人口95万人しかいない極めて人口密度が低いエリアです。さらに2045年には65万人になると予測されています。

道東は、まち、人が広いエリアに点在していることが特徴で、人口減少でまちの規模が小さくなり、できることがさらに少なくなっていくと思います。私たちは、それぞれのまちや人の架け橋になるような活動を目指しており、一つの道東というアイデンティティを壊さずにつながる相利共生を作りたいと思っています。

2022年に発行した「.doto vol.2」には、道東に住みたい人からの反響がたくさんあり、一方地域側では人材不足で困っています。そこで、求人情報を発信できる「#道東ではたらく」WEBサイトを開設しました。これは、経済産業省の実証事業として採択されたもので、地域のいろんなステークホルダーと若者を結びつけながらマッチングして、人材を獲得していくものです。2020年秋にリリース後、49名の採用があり成果がでていきます。

この事業で、東京、札幌で若者向けにリアルイベントを開催し、毎回平均50名ほどの道東にゆかりのある若者が参加しています。道東の情報をゲットする都合の良い組織、アカウントなのかと思っています。

2023年から、道東にゆかりのある若者と地域企業をマッチングする新しい取り組みとして「DOTO-NET」を始めました。道東ヤングと呼ばれる29歳以下の若者を主人公とし、年長者、企業、組織、自治体を道東カ

ンパニーと位置づけて、若者の挑戦を地域で応援していくコミュニティです。これが地域の中で再投資を生んでいくことにつながると思っています。道東の未来に危機感を持った、年長者、地域の企業が、リソースを注いで、地域で再投資を生んでいくことができると思っていますと立ち上げました。

## 個人でもアウトドアを楽しめる英語情報サイト

北星学園大学文学部英文学科 トムソン准教授



トムソン ロバート 氏

私は、北星学園大学でコミュニケーション分野を教えています。2018年に任意団体の「HokkaidoWilds.org」を設立し、北海道の本格的なアウトドアを英語で紹介するWebサイトを運営しています。北海道に

は、大自然を楽しむためにやってくる外国人が増えています。適切にアウトドアのマナーを守り、安全に大自然を楽しんでもらうことが大きな狙いです。現在、300本以上のルートを公開していますが、まだ取材活動をしている最中で、随時ルートガイドを作成し公開しています。バックカントリースキーに関しては、152本のルート情報を公開しており、夏登山、カヌー、シーカヤックなどのルートも公開しています。

スマホのマップアプリで使えるGPSルートファイル情報を提供していますが、それとは別に国土地理院が出している地図データを使って、ルートごとに印刷できる英語表記のPDF地図を提供しています。商品としても、ニセコ連峰のバックカントリー用の英語表記地形図を販売しています。利用者は、個人旅行者です。国連の国際観光機構が実施した調査の結果では、アドベンチャータラベラーのガイド利用率は、44%ぐらいしかありません。私たちは、あえてガイドを利用しようとしないう旅行者向けに情報提供をしています。このような旅行者は滞在日数が長く、流動性が高い傾

向がありますから、メジャーな場所だけではなく、マイナーな場所の情報が求められています。特に欧米豪のトラベラー向けに情報を発信しています。バックカントリースキーのルート情報は、できるだけ詳しく、多くの情報を発信しています。広く浅くではなく、一つ一つのルート、場所について現地調査に基づいた精密な情報を発信するのが基本です。

## パネルディスカッション

### 「北海道観光を発展させる新しい視点」

**トムソン** 北海道内の観光地では、人手不足で人材確保が難しい地域が多くなっています。人材確保と育成に関して、可能性と課題について議論していきます。

「HokkaidoWilds.org」の情報では、ガイドがいなくても自分で行ける場所もありますが、各ルートごとに資格を持っているガイドを紹介することもあります。道東のガイドの状況はいかがですか？また、道東への求人インバントの事例を紹介してください。

**中西** 知床や屈斜路湖には、たくさんのガイドがいますが、ガイドがないフィールドはあると思います。人口が少ないので、専門のガイドも少ないです。地域住民の中には、地域に詳しい人がいますので、その方々の知見を活かすことで、専門の職業ではなくても、お客様に満足が得られると思います。その人たちの力を借りて、活躍できる場をつくることができれば、少ない人口の中でも、観光振興に結び付けることができるようになると思います。

Z世代、若い世代の中には、待遇とか給料とかに惹かれるよりも、その仕事が面白そう、自分の興味に合っている取組みに共感してアクションを起こす方が結構います。地域の個性を活かしていく姿勢やビジョンを作っていければ、人を惹きつけたり、リクルートがきたり、ファンになってくれる人々を増やすことができます。

**トムソン** 人材確保、育成について、ホテル業の視点でお聞かせください。

**塩川** 私の経験からいうと、自分のライフスタイル、やりたいという気持ちがとても大切だと思います。待遇も重要ですが、自分がやりたいことにトライできること、情熱を注ぐことができる世界を探し求め、自分の心に忠実に仕事ができれば一番幸せだと思います。

札幌は、宿泊業界、サービス業でも人手が不足していますが、当ホテルは、若い子を中心にうまく回転しています。今の若者は、SDGs に対する感度がすごく高く、明確なストラテジー、運営スタイルが評価されていると思っています。身だしなみは、よし悪しがありますが、本人に任せています。髪の毛を染めてもいい、アイリング、マニキュアをしてもいい、男性の長髪も許容しています。そういうホテルなので、見た目が楽しそう、職場の雰囲気がいいと、働きに来てくれるのではないかと思います。

**トムソン** スタッフのトレーニング、育成は、どのような基準でやっていますか？

**塩川** 三菱地所ホテルズ&リゾーツは、一年目、二年目、三年目と研修があり、管理職、GMも研修があります。また、フルサービスのホテルを含めて、元々サービスのスタンダードが定められており、日々仕事をしながら学んでいくOJTを通じて、レベルを上げていく部分があります。

**トムソン** 青木さんの団体では、海外とのやり取りも多いと思いますが、人材育成はどうしていますか？

**青木** ニセコは、外国人が多いので日常で英語を普通に話しています。喋れないと仕事にならないので、それなりに喋っている感じです。

町立のニセコ高校は、農業科と観光科があり、観光科は人数が少ないですが、最近、英語を含めて、持続可能な観光教育を教えていて、シビックプライドも醸成しています。ニセコ高校は、テストがないですが、ひたすらいろんな人にとって勉強して、人前で話す訓練をしています。ニセコ独自の文化で育てて、このニセコが好きだという想いで、観光科の生徒が育っています。



**トムソン** 道東ではシビックプライドの事例はありますか？

**中西** 環境省と一緒に阿寒摩周国立公園の周辺に住む方々に向けたインナーブランディング事業として、「自然の郷ものがたり」というプロジェクトを実施しています。国立公園の地域、自然豊かで素晴らしい場所ですが、スーパーがなかったりして、生活に少し不便なところがあり、働かれています方、住まわられている方が少しネガティブなイメージを持ってしまっているところがあります。お客様をご案内する立場だとあまりよくないことです。でも、国立公園だからこそで暮らしている方がたくさんいるので、そうした地域住民の取り組みや想いをポジティブに伝えていくことによって、この地域は、他とは全然違う、すごく良い場所だと再発見してもらうことができました。それがシビックプライドを醸成することだと思います。

**トムソン** 塩川さんのホテルでスタッフに身だしなみを任せていることは、ある意味でブランディングとアイデンティティの一つです。そのブランディングの中のターゲットングで気をつけていることはありますか？

**塩川** 当ホテルは、客室134で、全室テレビがありません。これは、インバウンドでも国内のお客様でも同じですが、テレビを持っていない人が多い世代（ミレニアル世代）をターゲットにしていました。スマホネイティブのZ世代の方々も多く宿泊をしています。ターゲットングでは、どういう媒体からその旅行を決めるのか、ホテルを見つけるのか、目的地を選定するのかを分析することが大切です。オープンしてから二年半経ち、需要が戻ってきていますが、以前の口コミでは、「テレビがないなんてひどい」でしたが、今は、「テレビがなくて良い」とか、「家にもテレビがないので違和感がなかった」とか、良い口コミが多くなりました。国内企業にいたら、身につかなかった感覚だと思います。外資では、ターゲットをしっかりと理解して、売っていかねばいけいけないので、ブランディングにおけ

るコンセプトの重要性について十分に教育されます。そこは、日系のホテルは薄いかなという気がします。

**トムソン** 私たち「HokkaidoWilds.org」でも、アドベンチャートラベラーを対象に情報発信していますが、その中でもターゲットをハードなアクティビティが好きな人たちに絞っています。

北海道全体のアイデンティティの土台作りに関して、サステナビリティの観点からはどうですか？

**青木** サステナビリティも一つのブランドになると思いますが、基本的にはサステナビリティは、観光にとっての土台、下支え、最低条件です。北海道は、たくさん観光地がありますが、サステナビリティの取り組みとしては、北海道全体で認証を取るという方法もあります。それが実現できたらサステナブルな北海道だという基本ができ、それぞれの観光地がコンテンツ、魅力を発信して、誘客していくことがブランディングに結び付くと思います。

**中西** 例えば、阿寒摩周国立公園でいうと、コンビニがあって、いつでも望んだものが手に入ることは、いいのですが、夜になってもずっと煌々<sup>こうこう</sup>と電気が点いているのは、違和感があると思います。持続可能性という観点でいえば、らしくないと思います。北海道の過疎地域では、むしろ少し不便なところのほうが良かったり、時間になったら電気が消え、自然の夜空の下で時間を楽しめられればいいのです。

**トムソン** 北海道は、まだこういう分野で成長し、良くなる余地があると思いますが、いかがでしょうか？

**青木** 日本の観光地は、世界的に見てもサステナブルな観光地として評価される場所がたくさんあります。世界の中で比較すると、日本の法律は良くできていて、レベルが高いので、環境、行政、文化の面で、基礎点は、日本の観光地は高く評価されています。日本が弱いのは観光地マネジメントです。

**塩川** 私どものホテルは、国内初の高層ハイブリッド木造建築で、11階建ての9階から11階が100%木造です。80%道産材を使っています。鉄筋コンクリートで

建てたものと比べると、年間CO<sub>2</sub>発生量が約1,350t削減されています。木造建築なので大工さんの仕事になります。ゼネコンとしては初めてローカルの工務店さんの方々と連携でした。カーボンニュートラルの視点からも内外から注目されて、たくさんの方が見学に来ています。

**トムソン** 傾向として、環境配慮の取組みが多くなっているのですか？

**塩川** オーナー会社が三菱地所ですので、グループの「長期経営計画2030」において、SDGsの推進が位置づけられており、それをクリアするように日々、みんながんばっている感じです。

**トムソン** 道東でのサステナビリティの動向はいかがですか？

**中西** 事例の一つとして、網走川流域の会があります。自治体の枠組みを超えて、農協、漁協も加わって、地域が一体となり、川上から川下へで環境について考えて、アクションを起こしている会です。きちんと上流で、環境汚染をしないことが大切なのですが、当事者同士では、利害関係のすり合わせに課題があります。そこを自分ごと化にできることが大事だと思います。さまざまなステークホルダーを巻き込む懐の深さが必要だと思います。

**トムソン** 道東は、すごく大きなエリアです。連携が重要だと思いますが、うまくいっているところ、そうでないところがありますか？

**中西** 自治体間では、縦割りなので連携しづらいところがあります。民間レベルでは、釧路から羅臼までをつなぐロングトレイル造りに取り組んでいるところがあり、共通の課題感を持ち、連携ができていると思います。危機感を持っていることが一つのポイントで、いろんな活動に影響が出ていると思います。特に過疎地域ほど危機感を持っているので、横のつながり、連携がしやすいと感じています。

**トムソン** 危機感を持つというのが、重要だと感じます。

北海道のインバウンド観光に関する課題として、人材、ブランディング、サステナビリティの話ができましたが、各テーマは独立したテーマではなく、相互に絡み合っていると感じました。

ファシリテーター  
トムソン ロバート 氏  
北星学園大学 文学部英文学科 准教授

パネリスト  
青木 真郎 氏  
(一社) サステナビリティ・コーディネーター協会 代表理事

塩川 典子 氏  
三菱地所ホテルズ&リゾーツ (株)  
ザ ロイヤルパークキャンパス 札幌大通公園 総支配人

中西 拓郎 氏  
(一社) ドット道東 代表理事

