

国際化する アウトドアビジネス



湖上を疾走するスノーモービルと熱気球

アウトドアサービスマンで起業

(株)北海道ネイチャーセンターは、1990年に(有)然別湖ネイチャーセンターとして設立されたアウトドアサービスマン会社で、日本で最初に法人化されたアウトドアサービスマン組織といわれています。

然別湖は自然公園法の第一種、第二種特別地域内にあり、ハード面での展開は法的な規制があつて大変難しい地域です。会社は、こうした地域でなにか観光の活性化を図る施策はないかと模索するなかで、然別湖に残る原始のまま

の自然をそのまま観光資源にできる、'86年から然別湖の2軒のホテルが協力し、熱気球とカーのアウトドアサービスマンを行つており、数人のインストラクターがいる、私(坂本)が前の会社でアウトドアビジネスについて研究、海外視察なども経験し、多少の知識があつたという3点から生まれました。

設立当初は旅行代理店の企画担当者やエンドユーザーにアウトドア自体への理解を得られず、また、観光メニューに組み込むには、けがや事故などのリスクが多いということで、営業面で

は厳しい状況が続きましたが、'94年に初めての体験型修学旅行を受け入れるなど、体験型旅行商品を多数開発、'96年には100校を超える体験型修学旅行を受注するなどピークを迎えました。しかし、その後道内外に同業種の組織が増えたため、修学旅行や体験ツアー客、一般客が減少、この5、6年は単なるガイド業だけではなく、旅行代理店への企画提案、官公庁施設管理業務の受託、総合型学習の企画・受託、講師派遣、環境調査業務など、多角経営化を図っています。

海外客へのサービス提供

当社が台湾客にアウトドアサービスマンを行うきっかけとなつたのは、4年前の'00年7月、然別湖を訪れた台湾の有力財閥である統一企業の朱光彦副総経理の「統一企業グループに統一OAO自然学校という組織があり、日本での提携先を探していたところ、日本の旅行代理店やマスコミ関係者から然別湖ネイチャーセンターを紹介していただいた。今後、台湾OAO自然学校の然別湖での開催や台湾へのインストラクター派遣を希望している」との話からです。

これにより、3年前から台湾の小中学生を夏休みに受け入れ、昨年は子会社である統一友友旅行社から台湾の一般客の体験型団体商品や体験型個人商品が販売・送客されました。現在は台湾内の旅行代理店、マスコミ関係や一般企業を紹介されるなど、当社のビジネス展開につながっています。

海外客へのアウトドアサービス

台湾・香港には北海道のような自然を体感できる場所が少ないので、道内でも最も原始のままの自然が残っている然別湖が好まれるようで



アイスクラスで乾杯



澄み切った湖上でのカヌー



上空から十勝平野を一望

す。海外客は年々増え、今では利用客の1割を占めています。

当社で行っているメニューでは、夏期では熱気球、カヌー体験、冬期ではスノーモービル、アイスクラス作りが海外の観光客の方々に人気があります。説明の必要があまりなく、簡単に参加できるメニューが選ばれているようです。

団体客の時は添乗員に翻訳してもらっているので、言葉の問題は解決できますが、個人客の場合、説明に時間がかかり大変です。英語を理解される海外客の場合は私どものガイドが片言の英語でなんとか説明できますが、中国語、韓国語、その他の外国語はお手上げです。中国語と韓国語のメニュー表を見ていただきながら説明、後はボデイランゲージです。

今後は、説明に時間を要するトレーニングなどにも、外国語で対応できるような体制づくりが大きな課題になっています。

「文化の違い」を理解して

海外客を受け入れる場合、言葉と文化の違いが大きな問題となってきました。特に、文化の違いは理解するまで時間がかかり、ビジネスを進めていく上で障害となることもしばしばあります。これはアウトドア業界だけではなく、海外とのビジネスを行う際には必ず乗り越えなければならぬ壁です。

当社では、台湾のお客を中心に、海外客を受け入れています。日本人に近い思考を持つといわれる台湾の人とでも一緒に仕事をしていると戸惑うことが多々あります。

文書による契約は必ず履行しますが、口頭での約束はほごにされることがあります。予約のキャンセルや予定した時間に来ないこと、料金の変更などが多いので、必ず契約書などの文書

を交わすようにしています。

また、組織と組織のつながりより、個人間のつながりを重視する傾向が強いため、個人の信用をいかに得るかが大きな鍵となります。一度信用を得ると他のお客を紹介していただけるなど、大変面倒見がいいので、現在はとても助かっています。逆に悪い評判が立つと、台湾の業界中につわさがすぐ広まりますので、気をつけなければなりません。

また、アウトドアの体験の際に、参加者本人の個人責任が希薄な方が多く、メニューの注意説明をしている時はおしゃべりしているのに、本人の不注意で転んだり、カヌーで沈んだりでもすると、大きなクレームとなって返ってきます。注意説明だけでなく、体験されている時も日本人よりも気を使い、丁寧なガイドをするように心がけています。

受け入れ体制のレベルアップが急務

この2、3年、台湾でもアウトドアブームが起きており、特に登山・トレッキング・MTBは人気があります。台北駅前にもアウトドアショップが4、5軒でき、デパートやショッピングセンターにも有名なアウトドアショップが店舗を構えるようになりました。

今後も台湾では、アウトドア志向の人々が増えていくと思います。また、自然の少ない台湾では、北海道は最もあこがれる目的地の一つであることは間違いありません。ただ、台湾からは、ニュージーランドやオーストラリアへも北海道と同料金で行くことができます。したがって、アウトドアの受け入れ体制がしっかりしたこれらの国と比較されると、北海道の体制は十分なものとはいえず、アウトドア業界の受け入れ体制のレベルアップが急務の課題となってい

ます。

北海道では昨年からは北海道アウトドア資格制度を導入し、ガイドの技術向上を目指していますが、今後は北海道だけでなく全国的な制度も構築する必要があります。

また、官庁の支援体制だけでなく、業界の各組織、各個人が自己啓発し、いかに海外からのお客様を万全な体制で受け入れられるか、受け入れ海外客の国の語学・文化の勉強、海外での営業方法、また、もっとも基本的なアウトドアガイドそのものについてもそのレベルアップができるかどうか、大きな課題となってくるでしょう。

(株)北海道ネイチャーセンター代表取締役社長

坂本 昌彦

北海道ネイチャーセンターにおける海外客の利用状況（平成11～15年）

	総利用人数	海外客	海外客の占める割合
平成11年	29,658	982	3.3%
平成12年	29,109	1,427	4.9%
平成13年	28,385	1,766	6.2%
平成14年	26,812	2,005	7.5%
平成15年	26,942	2,804	10.4%