

2015年5月22日、一般社団法人シーニックバイウェイ支援センター（以下支援センターと略）は「シーニックバイウェイ北海道」の制度化と、支援センター設立から10周年を迎えたことを記念して「シーニックバイウェイ北海道国際フォーラム」を札幌市で開催しました。

本フォーラムは、シーニックバイウェイ北海道の「これからの10年」をテーマに、今までの10年を振り返りつつ、これからの取組を模索する議論の場として企画しました。主催団体として、本フォーラムの概要を報告します。この報告は、講演者、パネリストの発言のほんの一部であり、記述はあくまでも筆者の解釈です。



クローズアップ①

シーニックバイウェイ北海道国際フォーラム これからの10年

一般社団法人シーニックバイウェイ支援センター
業務執行理事 原文宏

基調講演

観光や交流による地域活性化

まず、シーニックバイウェイ北海道を振り返り、シーニックバイウェイ北海道の先駆性ということで、単にきれいな「道」を見せるのではなく地域の魅力を顕在化させ発信する地域づくりに主眼が置かれていること、活動エリアが道路を含む面的に指定されていることで、既存の自治体や国・道の行政区分にとらわれない広域的な「人」と「活動」の連携を促していることを指摘しました。

関係者の一人として、シーニックバイウェイ北海道の先駆性、フロンティアとして責任を再認識したのは私だけではないと思います。

また、10年後の北海道にむけて、四つの提案をいただきました。一つ目は、人口減少下で地域が保たれるには、生活サービスの維持に広域連携と広域生活圏の形成が不可欠であること。二つ目は、行政に依存するのではなく、企業を含む地域住民一人一人が、自分の



森地 茂
シーニックバイウェイ支援センター代表理事、政策研究大学院大学教授

できることを考え実行する、自主自律の姿勢を持つこと。三つ目は、豊富な農産物等の原材料を活用して、道内の加工業と連携した付加価値の高い商品開発と、国内だけでなくアジアへの販路拡大を目指すこと。四つ目は、アジアで「北海道」の知名度、人気は高いが、もっと北海道の多様な地域ごとの個性、魅力を差別化して、情報発信をしていくことでした。

森地氏は、以上の4点は、すでにシーニックバイウェイ北海道が先駆的に取り組んできた活動が多いことを指摘、その成果が表れ始めている今、さらなる活動の充実に期待していると述べて講演を終えました。

パネルディスカッション

シーニックバイウェイのグローバル化に向けて

アジア、米国、欧州でグローバルに観光や地域づくりにかかわる3人のパネリストを招へいし、国際的な観光交流を活発化することの意味や、シーニックバイウェイ北海道活動への活かし方等について意見や提案をいただきました。パネリストの発言で印象に残った点を簡単に紹介します。

西村氏は、シーニックバイウェイ北海道の創設期か



西村 紘一氏
プライムトラベル代表取締役社長

ら、連携してシンガポールからの外国人ドライブ観光の誘致を積極的に推進している、現在のアジアからの外国人ドライブ観光ブームの仕掛け人です。西村氏は、和泉晶裕氏（現国土交通省北海道局地政課長）と出会い、彼の熱意と北海道の停滞する経済状況を知り、北海道のためにとの思いから、チャーター便による北海道ドライブツアーを始めた当時は回想されました。そして、最初のチャーター便のレンタカーは50台でしたが、今や北海道全体で年間2万台を超えるマーケットに成長したことを述べた後に、新しいチャレンジは損得ではなく、人の「思い」が大切であることを強調され、とても感銘を受けました。

また、北海道はこれからも東南アジア10カ国6億人のマーケットを意識して「食と観光」に力を注ぐべきであり、シーニックバイウェイ北海道の担う役割は大きく、期待も大きいとエールをいただきました。

ヘプラー氏は、米国、コロラド州にある「コロラド・シーニック&ヒストリックバイウェイ」のキーパーソンで、支援センターとは数年に渡る交流があり、相互に情報交換をしています。コロラド州の現状を紹介したあと、活動のポイントとして、継続的な地域資源のマーケティング、目的とビジョンを共有する良きパートナーを見つけること、ルートにそって魅力的な施設やイベントをつなげてクラスターをつくることを挙げました。例として、地元食材を使った農家でディナーパーティーが人気だそうです。

もともと、米国のシーニックバイウェイの考え方を導入した経緯もあり、活動の基本は、米国も北海道も一緒であることを再確認しました。

今後も、コロラド州と北海道のシーニックバイウェイ交流を継続して、さらに交流を深め、情報、人の交流をベースに相互の観光や産業交流に発展させようと話し合っています。



ケリー・ヘプラー氏
グラフィックス・デザイナー&アド代表

山田氏は、長年、スイスと日本の観光交流に関わっており、スイスを中心に欧州の観光リゾート戦略に多くの知見を持っておられます。パネルで強調した点は二つありました。一つは、スイス観光の「質の高さ」。その質に裏打ちされたブランドを維持するために「スイス・クオリティ・ラベル」と呼ばれる厳しい評価基準を持っており、顧客満足度の向上に対する努力を継続し続けるということ。もう一つは、観光戦略として、総花的な観光プロモーションは行わず、ターゲットを絞り、地域経営に基づいたエリアマーケティングを重視し、地域の自主性を基本にしている点です。

このような姿勢、取組は、シーニックバイウェイ北海道を目指す「観光」の具体的なモデルとなりうるものです。スイス観光を勉強して、次の10年でシーニックバイウェイ北海道の観光は“これです”というものにしていきたいと思いました。

また、北海道と欧州の観光連携には、テーマやコンセプトの共有が不可欠であり、その上で、各々の独自性や差別化が重要であることを強調しました。例として、欧州5カ国12カ所の山岳リゾートが参加する「ベスト・オブ・ジ・アルプス」を挙げました。全体の理念は共通ですが、それぞれの場所は特徴が異なるので競合しない関係ができています。

相互のPRとか、“ほわっ”とした連携ではなく、具体的な目的、目標を明確にした交流や連携関係の構築が本質的な連携であり、大変ではあるが一歩踏み出さないかぎり、将来は無いという厳しいメッセージと受け取りました。

最後に本シンポジウムは、講演者、パネリストからの温かいエールの中に、世界で観光や集客交流事業を展開することの厳しさをひしひしと感じるものとなりました。シーニックバイウェイ支援センターも、次の10年に向けて、いただいたご意見を活かして、長期的な計画を立てて、一つ、一つ、具体的に取り組んでいきます。

（出演者の所属は、フォーラム開催時のものです）



山田 桂一郎氏
JTIC SWISS代表

おわりに

（出演者の所属は、フォーラム開催時のものです）