



「北海道観光50年の軌跡」 発行記念北海道フォーラム in 根室

(公社) 日本観光振興協会
(一財) 北海道開発協会

(一財) 北海道開発協会では、観光産業等の歴史や先達の方々の取り組み等を取りまとめた「北海道観光50年の軌跡」を発行しました。「北海道観光50年の軌跡」の執筆者とともに、ポストコロナにおける地域の特性を活かした新たな観光振興について考えるフォーラムを、根室、札幌、函館で開催しました。第一回目は、8月に開催した根室の内容をお伝えします。

ハイレベルな人材育成

ここ根室は、北海道の東のはずれですが、他とは違う個性があります。ここにある自然の営みや、北方領土を間近に見ながら生活しているみなさんの生きざまも個性です。この個性が多様性を生んでいます。人は、旅をして多様性に接し、交わることで、お互いを感じ合うものが生まれてきます



大地みらい信用金庫理事長
遠藤 修一 氏

し、人間としての成長につながっていくと思います。こういう時代ですが、地元の間人が生きていく土台となっている、土地の魅力を発信しながら、旅人と心を通わせ、旅人のみなさんから応援をいただければ、こんな幸せはないと思います。

今年、世界遺産条約が採択されて50年という節目の年になります。この地では、知床が登録されていますが、この世界遺産は、文化的、自然的価値を守り、次世代に引き継いでいくということを一番大切にしています。ですから、伝承が世界遺産条約を締結した国の義務になっています。伝承は、誰がするかという人です。これから北海道の観光が力をつけていくためには、観光事業の経営や実際に現場を担うプロのガイド、そしてリスクマネジメントができるハイレベルな観光人材を官民挙げて、持続的に生み出すことが必要です。まずは土着の生きざまを発信できる人が形成されてくれば、旅人を惹き付ける魅力につながっていき

ます。地元では、観光に限らず、水産や酪農でも人手不足で悩んでいます。私たちも強い意志を持って、観光におけるハイレベルな人材を育成するための投資を行っていきます。

基調講演 「北海道観光を盛り上げる」



北海道バリュースコープ(株)
代表取締役社長
三浦 重道 氏

2019年度、北海道の観光入込客数は、5,277万人、うち道内客が4,441万人と圧倒的なシェアを占めています。一方、観光消費額合計は、道外客4,296億円、外国人が4,323億円で、道内客は6,540億円と道外客、外国人の合計を下まわっています。現在は、外国人旅行者が来ていませんので、道内客の占める割合は、

さらに大きくなっています。注目すべきは、消費の内訳で、北海道は、お土産・買い物、飲食費で42%となっています。日本全体の平均は22%なので、北海道観光は、経済効果の高い通過型観光になっています。

日本で訪問したい観光地1位が「北海道」になっている東アジアの都市は、上海、台北、香港、シンガポールと4都市もあり、ソウルも2位です。東アジアは、暑いので涼しい地方に憧れるようです。東アジアの方は新千歳空港に降りたときの爽やかさ、水と空気のおいしさに感動しています。今から、きちんとプロモーション活動を続ければ、北海道は東アジアNO.1の観光地になると思いますし、それが私の願いでもあります。そこで、北海道観光を盛り上げる4つのテーマについて、お話をします。

1つ目は、「広域連携」です。経済効果の高い通過型観光地を目指すには、広域連携は欠かせません。また旅行者も多様化が進み、一つの魅力だけでは満足しなくなってきました。「温泉」「食事」「景観」「土産」「体験」「文化・歴史」「アート」、7つのキーワードを

用意できれば一流の観光地になります。これらを1市町村で全て用意するのは難しいので、広域で連携し、それぞれが役割分担をして、得意分野を生かしていくことが必要です。

2つ目の「お土産開発」は、経済効果を高めるためには欠かせないアイテムです。根室には、端谷菓子店の「オランダせんべい」などの名産品がありますが、まだお土産が少ないと思います。北海道は、「白い恋人」、「マルセイバターサンド」、「ロイズ」などと、お菓子の土産品では大変成功しています。せっかくなので、大地みらい信用金庫さんが音頭をとって、根室地域で土産品開発を進めてほしいと思います。

3つ目は、「WEBプロモーション」です。従来のプロモーションは、紙の案内パンフレットや雑誌が主でしたが、今は、WEBが中心です。観光地を訪れたお客さまによるスマホやSNSでの情報発信が、友人などを介してどんどん伝わっています。こうした状況に対処するためには、WEBデザインやコンテンツ作成に詳しい人材を育成する必要があります。

最後に「台湾で再ブーム」についてお話をします。約20年前、最初に海外で北海道ブームを作ったのは香港です。その後、台湾で強烈なブームが起きました。かつては、東アジアの流行の発端は香港でしたが、今は台北です。台湾で流行すると香港、上海、タイ、マレーシア、シンガポール、さらにはインドネシアへと伝わります。あちこちで海外誘致プロモーションをやるより、まず台湾でどう浸透させるかを考えていけば、北海道にインバウンド観光客は戻ってくると思います。北海道観光は、大きな可能性を持っています。ハードルは高いと思いますが、質の高い体験メニューやモデルルートを作っていけば必ず発展していくと思います。

基調講演 ホテル・旅館は事業環境の変化にどう対応してきたか

半世紀の北海道の観光を道内宿泊客数の推移でみると、いくつかの段階に分かれています。1980年代半ばからバブル崩壊の92年度までは、エージェントから送

り込まれた道内広域周遊団体客の増加で急成長した成長期。バブル崩壊後も宿泊者数は、なだらかな伸びが続き99年度には、ピークの3千万人を達成した成熟期。その後は2000年度の航空運賃自由化を背景に、機材小型化等に伴って団体客が減り、緩やかな減少に転じた停滞期。07年度から東日本大震災の翌年度の11年度までは、大幅な減少が続いた衰退期。翌年度から19年度までは、LLC就航等による国内客の戻りと、円安・ビザ要件緩和に伴うインバウンドの急増で、宿泊客が18年度には2,750万人に達した回復期。20年3月以降は、新型コロナに伴う需要蒸発期。現在は、国内客需要が戻りつつある中、新型コロナで変わる観光を見据えた、事業立直しを図る模索期となっています。

成長期のホテル・旅館は、旺盛な団体客需要に対応し、数百室規模の均一な客室を有する宿泊施設の大型化投資が急増しました。成熟期においても活発な投資は、97年度ころまで続き、周遊観光ルート上の宿泊拠点各地に進出し、チェーンホテル化した地元資本の会社も出現しました。しかし、程なくして停滞期と衰退期に入り、宿泊客の減少傾向は10年以上にも及びました。この期間は、団体客需要が減少する一方、多様なニーズのある個人旅行需要が拡大しました。業界は、それまでの大型投資の借入返済負担が重く、厳しい経営を強いられたため、需要構造の変化について行くのは容易ではありませんでした。そうした中でも、資金力のある会社は、いち早く既設施設の数部屋を1つの客室に改造する客室数の減築に取り組み、また、ソフト面でもフレキシブルな食事時間・食事内容に変更し、接客レベルの向上を図りました。こうした構造改革によって、個人客・富裕層を積極的に取込み、事業基盤を一層強固なものにしました。また、阿寒湖で創業し



大地みらい信用金庫
上級アドバイザー
阿部 欣司 氏

た、元々サービスに定評があるホテルは、すべて異なる客室を備えた、個性的で質の高い施設を04年にオープンし、さらに、道央圏でも中小規模の高級施設を開業するなど、一層の高質化で収益力を高めました。この流れが進み、業界は団体客から個人客、富裕層もカバーする態勢となり、回復期のインバウンド需要増に対応することができました。さらに、アドベンチャー旅行の振興で、北海道観光に付加価値をつける道筋でしたが、新型コロナウイルスで、需要が蒸発しました。経営の維持が最優先となり、金融支援や国の雇用調整助成金等で、復活を期すことになりました。

日本の宿泊業は、新型コロナによって、20、21年度の売上が18年度比6割以下となっけてしまい、給付金・補助金を計上しても、1社当たり赤字額が21年度1100万円という状況に転落して、感染拡大を防止しながら、経営活動を維持していくことが求められており、観光の形が変わる中で、早急に事業再構築を図らなくてはなりません。そのために必要なのは、金融機関との信頼関係強化や、国・各自治体の補助金等広範な資金調達に務めること等はもちろんでありますが、まずなによりも大事なものは、新たな観光ニーズの変化をつかみ、経営者がビジョンを掲げ、その実現に向けた道筋を示すことだと思います。

パネルディスカッション

「ポストコロナにおける根釧地域の新しい観光を目指して」



(一財)北海道開発協会
黒田 秀徳 氏

黒田 コロナ禍で苦しんできた北海道の観光ですが、ポストコロナ時代は、取り組み次第でチャンスが来ると思います。そこで、今日は「ポストコロナ時代の根釧地域、東北海道エリアの新しい観光の魅力や可能性」について、パネリストのみなさんと、今後の展望

を探っていきたいと思います。



(一社)ひがし北海道自然美への道
DMO代表
上野 洋司 氏

上野 私は、道東の二次交通の整備や道東地域の魅力を全国、グローバルにプロモーション活動などを行っている「ひがし北海道自然美への道DMO」の代表をしています。また、斜里町ウトロに住み50年ほど観光現場で商売をしてきましたので、前段に斜里町で発生した海難事故のお話をしないわけにはまいりません。

4月23日に観光客など26名が乗った旅客船が船内浸水後に沈没しました。事故に遭われた方や家族の方々のことを考えると胸が張り裂ける思いです。どんな事業でもお客さまの安全、安心は、経営の大前提ですが、それが、ないがしろにされてしまった事故であります。そして今回の事故は、船の運航上の設備の不備や運航判断など、ミスが幾重にも重なって起きた事故です。コロナの影響で、かなり経営が厳しい状況になっていて、少しでも多くお客さんを扱いたいという気持ちもあったのかもしれません。現在、事故原因の究明に向けて調査が行われていますが、事故原因とともに、事故後、長時間有りながら、救済できなかった理由も解明されることが大事とっております。知床は、この課題を真摯に受け止めたうえで、安全管理体制を再構築していかなければなりません。

2008年の観光庁設立は、観光産業が重要な社会的、経済的な役割を担っていることの表れだろうと思っています。北海道では、農業産出額は、約1,100億円ですが、観光産業経済効果調査によると、観光客が交通、土産、宿泊などに消費した金額の合計は、1兆5,000億円で、観光経済のほうが大きくなっています。一方、道庁農政部の予算は、約1,000億円で、担当職員は、約300人です。観光の予算は、約20億円で、スタッフは、観光振興機構を入れても100人には満たない規模と

なっています。農業就業人口は、減少傾向で12、13万人ですが、観光産業では、波及効果も含めると19万人ぐらいの雇用を生み出しています。このように観光は、北海道の代表的な産業である農業に比肩^{ひけん}しうるものとなりましたが、重要なのは、観光は他の県と競争をしなければなりませんから、観光予算とスタッフを増やしてほしいということです。2017年の都道府県別、総予算に対する観光予算の比率を見ると、0.084%で北海道は36番目です。例えば、鳥取県は20億円の予算額ですが、総予算に対する比率が0.577%もあります。鹿児島県も47億円の予算額で、比率が0.590%です。北海道は、全体予算に対する比率が他の県と桁が違います。他の都府県と競争する段階で、非常に弱い体制にあります。これらの数字の比較は、現場を見るときに正確性を欠く傾向にはありますが、北海道観光経済の理解のうえでは有効に思います。北海道は、観光客の発地である大都市から離れていますので、地方での誘致活動には、限界がありますし、交通手段の連絡などへの課題もあります。

全国を見てみると、観光部のある県は11県あります。観光は、裾野の広い産業ですので、観光施策は、多くの人に影響を及ぼします。北海道が観光産業の振興を一層図るため、観光部の創設へ向けて、是非みなさまのお声を挙げていただきたいと思います。

三浦 観光予算が少ないということを観光振興機構、観光協会が大合唱をして、やっと20数億円になりました。業界としてどんどん声を出していくというのが大事だと思います。観光予算は、国のコロナ対策としても大きく位置づけられるでしょうから、国の予算をどう引っ張ってくるか、この辺の作戦を練らなければいけません。

阿部 インバウンドが盛況だった時期には、旅行者が地元の土産を買ったり、飲食店で食べたり、飲んだりすることが、北海道の農業や食料品産業にとって、プラスになっていました。その経済波及効果をもっと強調して、観光がなければ作っても売れないという実利的な説得をする必要があると思います。



黒田 根釧地域の観光の魅力や可能性、そして必要なことについて、お話をいただきます。

阿部 北海道の観光は、食と自然の生態系が創るものだとすれば、この地域こそ北海道の中の北海道です。このようなオーセンティックな価値は、やはり、この地を訪れて、体験しなければ味わうことができません。知名度を上げ、もっと勉強したいという人が来てもらえるような仕組みを作る必要があります。

三浦 必ずしも宿泊滞在型に拘る必要はなく、むしろ、ここは経済効果の高い通過型の観光を目指すべきです。根室管内は、厚岸の牡蠣、霧多布湿原、それから海岸線、岬が綺麗です。素材は魅力があり、非常に良いので、それをどういうふう^{かき}に組み合わせるか、モデルづくりをしていく、楽しみ方のモデルルートをいくつか用意できれば、多くの人々を引き付けることができると思います。

上野 観光振興を図る上では、財源の問題とともに人材の課題もありますし、大事なものは当事者意識です。観光に携わっている人たちは、幅広い業種に渡っていますが、現在の観光振興機構の予算は、当事者が作っていません。また、スタッフは、出向という寄せ集めになっていまして、その中で人が育つということは、無理だと思います。これでは、しっかりした体制づく

りにはならないと思います。もう一つは、道議会です。道議会には、食と観光の特別委員会があります。観光部を作るためには、特別委員会ではなく常任委員会にしなければいけません。残念ながら議員の人たちは、そういう理解が薄いようです。ここを少しずつ崩して、理解を得て、仲間を作っていく必要があります。最後に知事の決断が重要です。資料としてみなさまに前知事選の時の「新知事への提言」を配布しております。知事になんとか前向きに考えてもらい、ぜひ観光部の創設をして、踏み込んだ政策を期待したいと思います。
黒田 パネリストのみなさんからお話しをしていただいた内容は、一つ一つ時間をかけて議論検討したいテーマで、魅力ある根釧地域の観光に向けて取り組むための具体的なヒントをいただきました。

パネリスト

- 上野 洋司 氏
(一社) ひがし北海道自然美への道DMO代表
- 三浦 重道 氏
北海道バリュースコープ(株) 代表取締役社長
- 阿部 欣司 氏
大地みらい信用金庫上級アドバイザー
コーディネーター
- 黒田 秀徳
(一財) 北海道開発協会開発調査総合研究所

- ・ 第2回目：札幌開催は、11月号に掲載予定
- ・ 第3回目：函館開催は、12月号に掲載予定