

これからの北海道型ツーリズム

今、北海道では観光産業への期待が高まってきています。観光をめぐる全国的な潮流も踏まえて、(財)日本交通公社常務理事、原重一氏にお話をうかがいました。

観光産業も 混乱の時代 ”

—今日はこれからの北海道型ツーリズムを考えるというテーマで、全国で多くの観光地を現場レベルで調査研究されている原さんにお話をうかがいたいと思っております。まず、最近のわが国の観光をめぐる状況についてお聞きしたいのですが。

原

一言でいえば、国や地域をあげて観光産業への期待が高まってきているということです。例えばグリーンツーリズムとって農水省が、アーバンツーリズムとって建設省がそれぞれ取り組んでいますし、各県の知事や地方自治体の首長も、地域振興策として観光に着目しています。これまでのコンベンションやリゾートなどを含めて、人の往来、最近では交流という言い方をしますが、非常に具体的に取り組んでいます。国民の旅行熱も衰えていません。バブル崩壊を経たこの10年間を見ても、国内旅行、海外旅行ともに、質はともかく量は一定の水準を保っています。

しかし、現実に観光産業にかかわっている事業者、経営者の顔色が冴えません。60%近い国民が宿泊を伴う旅行をしているのに、旅館・ホテル、テーマパーク、スキー場など、ほとんどの事業体が、ある一部を除いて、観光客が下降線をたどっています。地域振興は、観光産業でと言われながら、現実とは大きな乖離があります。その原因がどこにあるのか、



財団法人日本交通公社 常務理事

原 重一

Hara Juichi

インタビュー

Interview

これが今一番大きな問題です。この現象は北海道に限らず、全国どこでも同じです。

その原因は単純ではありません。一つには、国民の観光志向はともかく実態が大きく変わってきたことです。個人・グループ旅行が増えていますし、できるだけお金を使わないで楽しむ工夫をするようになりました。そのため、お金をたくさん使うような贅沢指向に対応した施設やサービスでは商売がしにくくなりました。

もう一つは、価格破壊、安売り競争です。’85年のプラザ合意以降に始まった航空会社の国際競争です。米国を中心に世界中の航空会社がアジアマーケットを見越して、日本、なかでも東京に注目しました。お客様獲得競争のために航空運賃が安くなり、規制緩和が拍車をかけ、海外旅行が安くなりました。消費者からすれば、海外旅行が極端に安くなれば、国内旅行が高く感じるのは当然です。そうすると、国内旅行も安くせざるをえません。今でも、300万円もする「豪華客船で世界一周の旅」のような高額な旅行にもすぐにお客様は集まります。こういう世の中でもお金と時間に余裕のある人は少ないのです。需要はあります。しかしこういった市場を育てることよりも、安売り競争に巻き込まれてしまって、新しい需要を掘り起こせないでいるわけです。

さらにもう一つ挙げれば、民と官の役割分担の問題があります。地域振興の名のもとに、全国3000の自治体が、どこでも同じように観光客誘致と言って、宿泊施設やテーマパーク、温泉館など、箱物づくりに一生懸命です。消費者から見れば、料金が高い上に余計なサービスとを感じる民間の施設よりも、新しい施設でサービスはなくても安い官の施設も悪くないわけです。お客様の選択の幅が大幅に広がったのです。

こうした現象をまとめると、利用する方も供給側

も全体的に混乱し、模索しているという状況です。

——観光産業とは、サプライサイドの地域と、ユーザーサイドの消費者とのマッチングがなければ成り立たないわけですが、ユーザーのお金の出し方が変わってきて、時間消費型傾向と言われる状況で、さらに価格競争が激しくなる。その一方で供給者間の競合があり、ここには民と官の競合も含まれている。供給側の試行錯誤という状況もあるようですね。

観光産業における官と民の役割

——非常に混沌としているなか、観光政策はどうあるべきなのでしょう。

原 政策論の前に、具体的に現実を見てみますと、例えば今北海道でも各市町村単位で温泉館や宿泊施設が整備されてきています。財源は各種補助金と住民の税金です。でもその施設を利用する消費者は、そこまで考えません。自治体だから安く当然だし、新しくきれいな施設でハッピー……、その程度の意識です。その施設が住民のための福利・厚生施設なのか、観光客を呼ぶための観光産業施設なのか、誰のために整備しているのかがあいまいです。この問題は突き詰めると、自治体が税金を使ってどこまで観光事業にかかわるのかということなのです。私は、基本的には市場に基く民活だと考えています。施設は官で造っても、運営は民のサービス競争でやるべきでしょう。施設の維持管理を考えても民の力を活用すべきです。民間だと10年前後で施設の更新を必要とする事業経営計画を立てます。

——施設建設の投資に当たって、維持管理や将来の更新まで見越した計画を認識しているかどうかですね。

原 観光施設は、広い意味で社会資本だと思いますが、施設は完成したときがスタートです。そして当然ですが、お客様が来てくれないと事業として成り立ちません。ところが最近の地域振興という名の取り組みは、建設時の経済効果ばかりに目が向いているような印象を受けますし、将来的な見通しがあるのかどうか疑問です。施設間同士の競争ということで言えば、土俵の違うところで勝負しているように思えるのです。

——では地域自治体の観光振興に関して、行政はどのようなサポートをしていけばいいのでしょうか。施設面だけでなく、例えば観光情報の発信とか、そういうソフト面でのサポートになってくるのでしょうか。ユーザーニーズから考えると、単体の自治体だけでなく、広域的な連携のなかでの取り組みも必要になると思うのですが。

原 施設建設云々の以前に観光客が魅力を感じる、行ってみたいなあと思う観光資源、観光素材があるかどうかということです。大事なことは「観光資源の発見と評価」をすることです。こういう時代ですから「資源」は幅広く、「素材」ということで考えた方がいいと思います。問題は、観光課の役割です。例えば「魅力ある観光道路を！」と提言してもそれは道路を担当する部局の仕事だとなる。観光客が興味を持つ歴史・文化財を観光的に見直すと言っても、それは教育文化の分野だと観光課が口を挟めない。しかし、魅力ある観光地にするために

は、道路はこういう道路に、教育文化行政でもこういう視点で取り組んでくださいと、具体的に踏み込んでいかなければなりません。

今までも、各自治体で策定した観光基本計画のなかで、魅力的で具体的な提案・提言がなかったわけではありません。しかしそうしたアウトプットが必ずしも“まちづくり”に具体的に生かされていませんでした。しかし現実には各自治体とも観光を柱に据えたまちづくりが非常に重要になってきています。国土計画、都市計画、地域計画のような法律に基いて策定する計画は、ある枠組みのなかで作られますから、全国一律になってしまいます。ところが観光基本計画にはそういった縛りがありません。ですから各自治体で観光計画がきちんとできれば、それぞれのまちの個性が浮き掘りになって、それは魅力あるまちづくりにもつながります。具体的に、例えば都市公園を整備する場合でも地域外から訪れる観光客にも魅力ある公園にするためにどんなプラスαを備えたらいいかという検討が必要な時代です。

——従来の地域計画では、その一部に観光という章があるだけで、観光計画的な議論そのものがなかったと。

原 なかったわけではありませんが、少なかつたと……。それは観光部局だけで完結してしまう内容で、結局、観光課ができる分野はプロモーションだけという場合が多かった。あるいは首長さんの政策アドバルーン的に観光という言葉が利用され、実務レベルまで話が進まなかったのです。魅力ある観光地を整備すると言っても、具体的には行政における力関係が影響するということだと思いません。

——観光はすべての分野にかかわってきます。観光を柱とした振興策を考えるのであれば、トップダウンで観光の政策づくりを指示しなければ本当の観光政策につながっていかないのではないかと感じることがありますが。

原 おっしゃるとおりです。行政がサポートすべき重要な仕事の一つに需要の予測やマーケットの分析があります。この第一歩はしっかりとしたデータをそろえることです。北海道は全国的にみても観光入込客数が多い地域です。だからといって、この先、数さえ増えればいいというものではないと思います。民間事業の場合、今、何人のお客様が来ていて、事業経営が成り立つためには、どういうお客様が何人来てくれればいいのか、そのために何をするか、ベースになるデータをきちんと積み上げることが重要です。同様に行政レベルでも実態を把握し、観光の経済効果を含めて、データ化することが大切です。これが官の重要な役割で、このデータこそが非常に重要な社会資本になるのです。それは地域計画や個々の事業を考えるベースにもなります。そうした地道な取り組みが、後々、地域の蓄積になっていくと思います。

競合は国外に

——観光への取り組みということで、北海道が参考にできるような事例があれば、ぜひご紹介いただきたいのですが。

原 北海道が遅れているということはないと思います。これまでで言えば、長野県や福島県

などは熱心です。最近では青森、秋田、岩手の3県で北東北をアピールする協議会を具体化していますし、遅ればせながら大阪府や東京都も観光事業を改めて見直して、戦略、戦術を練っております。さらに言えば沖縄県です。沖縄県とは20年来のお付き合いがありますが、リゾートを含めて、観光事業には極めて熱心です。北海道が目すべきは、沖縄が常にハワイ、グアム、サイパンなどの海外のリゾートをライバルとして意識していることです。現在のところ価格競争で、海外旅行と差が開きましたが、ハワイが首都圏マーケットに対して沖縄の文化と歴史に脅威を感じていることは事実です。沖縄は常に国際競争力を念頭においていろいろな取り組みをしてきました。北海道が競争しなければならない相手はカナダとニュージーランドでしょう。これは観光・リゾートだけでなく、自然条件や農業、都市政策を見ても明らかです。バンフやマウントクックなどと比較して、北海道の自然の特徴は何かということです。問題は都市や田舎、つまり人々が生活しているところの魅力です。北海道だけの問題ではありませんが、自然は美しいのですが、人の住んでいるところが“いまいち”で、これが日本の都市政策、都市づくりの最大の問題点です。都市だけでなく田舎でも同じことが言えますが、まちは美しくチャージングでなければなりません。ベースの一つは住宅及び住宅環境ですが、最近は少しずつ魅力ある住宅地が増えてきました。

北海道型ツーリズムの構築に向けて

——これからの北海道観光に対して、具体的なことも含めて提言をいただきたいのですが。

原 まず一つは、大雪や阿寒など、一級の観光地に一級の宿泊施設を整備することです。例えばカナダのバンフにはバンフ・スプリングス・ホテルという一級の宿泊施設があります。世界中の人々が一度は泊ってみたいあこがれのリゾートホテルです。今北海道に「ここに泊ってみたい」というあこがれの宿泊施設があるようには思えません。重要なことはそれぞれの観光地にふさわしい宿泊施設が、質的にも多様に整備されていることです。最近、体験型観光で話題を呼んでいるニセコも宿泊施設が貧弱です。施設群、集落の魅力、観光地の魅力に乏しいと思います。もっともっと美しくチャームिंगになってほしいと切望します。雨が降って野外活動ができなくても、ゆったり過ごせるホテルがあれば、それはまた違う楽しみ方ができます。日本に国立公園ができた'30年代、超低金利・超長期の金融措置をして、拠点のリゾートホテル建築を支援し、のちに民間に移管するという取り組みがありました。北海道には北海道にふさわしい宿泊施設、宿泊集落づくりと、同時に金融面での支援があってもいいのではないのでしょうか。

もう一つは、リゾートを含めた観光という産業で北海道を再構築する必要があります。212市町村が個々の単位で観光振興を唱えても成り立つはずがありません。そこで広域圏で地域を考えることが重要になってきます。ポイントは都市を含めて、宿泊観光地がどれくらい成り立つかということです。

さらにもう一つ、古くて新しいツーリズムをブラッシュアップすることです。今年阿寒温泉で体験したのですが、朝8時半になると観光客が見当たらなくなります。朝早く出発し、移動中はコックリコックリしながら次の観光地を目指して、夕方ホテルに到着。温泉に入って食事をして、翌朝また早く出発

するような旅行をいまだにしているわけです。でもこれからは違います。もっとゆったりとしたツーリズムが求められます。

オーストラリアのカカドゥ国立公園は、世界的にも評価の高い原始自然とエコツーリズムが盛んな観光地ですが、ここには80人ほどのレンジャーがいます。それぞれ専門知識を持ち、現地の事情にも詳しく、ガイドももちろんプロフェッショナル。そろいのユニフォームを身につけて観光客を楽しませてくれます。ヒルがうようよいるような、ありのままの自然を案内してくれ、ツアーが終わるとリゾートホテルでおいしい生ビールが飲める。雄大な自然をていねいに歩き、その後でゆっくりできる施設が非常にバランスよく整備されています。北海道にもそんな条件はあるはず。先日、私も阿寒でカヌーに乗って野生のシカの声聞く体験をさせていただきました。問題は北海道の自然をていねいにガイドできるエキスパートが少ないことです。まずそのガイド、レンジャーの育成に組織的に取り組むと同時に、北海道の自然をガイドする旅行を商品化することです。

——エコツアーは手間がかかり、対象の人数も限られるでしょうから、より多くの方を迎えたいという側面と、どのようにバランスを取っていくかも課題ですね。多様なニーズに対応できるかどうか、地域の力が試される正念場かもしれません。

原 リピーターの確保も重要な課題です。リピーターの基本的な心理は「あの人に会いにまた行こう」「あの宿がよかったからもう一度……」です。自然や施設はもちろんですが、最終的には観光にかかわる人材ということになります。遠回りのようですが、小、中学校の教育のなかで、いかにわ

が郷土を認識させるかではないかと思います。長崎県では、『わが郷土長崎』という副読本があって、小学生や中学生が自分たちの郷土を学ぶ教材になっています。自分の地域に誇りを持ってと言われても、知らないのではどうしようもありません。時間がかかるかもしれませんが、北海道もこうした地道な取り組みが必要ではないでしょうか。

もう一つ、都市観光についても研究が必要です。はじめにも申し上げましたが、最近では建設省の都市局でも都市観光とかアーバンツーリズムなどと言いはじめました。もちろん、彼等は中心市街地の活性化という目的があるわけですが、ツーリズムそのことが地域振興の一つの柱と認識されはじめたことは、ある面では都市づくりの総仕上げとして観光政策を具体化する時期にきているのかもしれませんが。

北海道について考えると、釧路や帯広、旭川などの地方都市が、もっともっとエキサイティングなまち、観光地的にもおもしろいまちにならなければダメだと思います。現在、行ってみたくなる都市かという、素地はあるのですが、何か物足りない。民間も投資効果のある100万人都市・札幌に集まってしまいました。関西では大阪、神戸、京都と100万都市がお互いをけなし合いながらトライアングルで競争しています。この競争原理がそれぞれのまちにエネルギーを生み出しています。これは昔から私の持論なのですが、北海道は札幌に対抗できる、競争原理がおこる魅力ある都市ができれば、二眼レフで相互交流が生まれてきます。一極集中だと人、モノ、情報の交流も一方通行でロスが大きいのです。これからは札幌だけではなく他の都市にも人も知恵も金も投入すべきです。例えば小磯先生がベースとされている釧路などは、阿寒や釧路湿原などの大自然を楽しむ観光と、釧路の都市観光という組み合わせができます。しかしそれにはもっと釧路が都市らしくな

ければなりません。こんなことばかり言うと道内の仲間に「原は、外にいて勝手なことばかり言う」と言われますが、遠くにいるから冷静に診断できる点もあると思っています。

——観光という分野は、外からの評価が何よりも大切ですからね。

原 東京や札幌を目指さなくてもいいのです。人口が少なくても魅力のあるまちはたくさんあります。ただ人々が交流する、往来するまちであることがポイントです。ハード・ソフト合わせて都市のおもしろさを研究することが必要でしょう。

——北海道は新しいものにチャレンジすることが似合う場だと思うのですが、観光という切り口で何かチャレンジできる目標ができれば、おもしろいですね。今日はありがとうございました。

PROFILE プロフィール

財団法人日本交通公社 常務理事

原 重一 (はら じゅういち)

1938年生まれ。北海道大学農学部卒業。67年に(財)日本交通公社入社。観光計画、地域計画を専門とし、同社で調査部門を担当。97年より同社常務理事旅行調査部長。地方都市活性化方策検討調査や沖縄における観光振興調査など、全国の観光調査に携わるほか、国土庁総合保養地域整備委員、東京都観光事業審議会委員なども務める。

聞き手

釧路公立大学教授・地域経済研究センター長

小磯 修二 (こいそ しゅうじ)