

外客誘致に向けて魅力ある観光地づくりに取り組む夕張市、富良野市、ニセコ地区について事例取材を行った。

※ 本稿は紙面の都合上、インタビュー記事を要約したものです。



「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭 と観光によるまちづくり」

細川 啓二 氏 夕張市産業経済部観光対策本部長

炭鉱を失った街の生き残り策として始まった「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭」。15年を経て国際的な評価を獲得、北海道の冬の風物詩として定着し、映像文化という新しい切り口が観光資源になりうることを証明してみせた。

映画祭の誕生から国際イベントとして成功するまでの取り組み、映像文化を生かした観光によるまちづくりについてをうかがった。

1 炭鉱の街から映画祭のある街へ

夕張市は、石炭産業の衰退に伴い、人口は平成17年5月現在1万3,600人と最盛期（昭和35年）の約8分の1にまで激減し、石炭産業に代わる産業をいかに育てるかが大きな課題となっています。昭和48～52年の相次ぐ炭鉱閉山以来、なんとかして明るいイメージを街に吹き込もうと、「炭鉱から観光へ」を合い言葉に、観光都市への大胆な変革に取り組んできました。その結果、今日みられるような石炭の歴史村、スキー場、ホテル、温泉などが整備されてきました。しかし、そうしたハード面だけでなく、旧炭鉱都市としての特色を生かした、親しまれ将来にも引き継がれていくような文化事業が渴望されていました。そこで平成2年、「ゆうばり国際ファンタスティック映画祭」がスタートしたわけです。

夕張にとって映画は、炭鉱労働者の娯楽として古くから親しまれていたものでした。しかも、音楽や人情などマルチな要素を持つ映画であれば、

夕張から世界に向けて文化発信できると、たいへんな映画好きだった当時の故・中田鉄治前市長が発案したのです。

2 東京国際映画祭からお墨付きをもらった映画祭

毎年2月に開催され、今年で16回を数える映画祭は、2万6,000人の観客を動員するまでに成長しました。当初、私たちがモデルにしたのは、フランス・アルプスのスノーリゾート「アヴォリアツ・ファンタスティック映画祭」。昼は映画三昧、アフター5はスキーというリゾート型の映画祭を目指しました。

何百もある映画祭が立ち上っては消えていく中で、夕張の映画祭が今日まで発展してこられたのは、多くの映画関係者の協力や映画ファンの支持に加え、当初から東京国際映画祭の協賛企画としてお墨付きを得ることで他との差別化を図るという、中田前市長の戦略があったからです。東京国際映画祭は、カンヌ映画祭と同様に国際映画制作者連盟が公認した国際映画祭の一つで、非常に権威あるもの。その協賛企画になったことで、第1回目から素晴らしいゲスト・作品を集めることができ、現在まで映画関係者の関心を持続することができているのです。

3 三つの基本理念が浸透している

映画祭は、「理屈抜きに楽しめる」「世界に羽ば



「おかえりなさい、夕張へ」ゲスト審査員への花束贈呈

たく映画人の発掘」「観客と制作者の垣根がない」という三つの理念を掲げて始まりました。

まず、日本国外の招待作品を国内で最初に見られるチャンスということもあり、多くの映画ファンから「ゆうばりファンタ」として支持されています。理屈抜きに楽しめる映画祭だからこそ7割の方は道外からわざわざ足を運び続けているのです。

また、草彅剛、竹内結子出演で話題となった「よみ黄泉がえり」の塩田明彦監督が審査員特別賞を受賞、韓国で記録的なヒットをした、クァク・ジェヨン監督「ホウシャオシエン猟奇的な彼女」が初上映されるなど、世界に羽ばたく映画人の発掘に成功しています。韓国ソウル郊外富川市の「富川国際ファンタスティック映画祭」は夕張をモデルにしており、夕張での交流が国際的に影響を与え始めています。

映画祭を訪れた誰もが感じるのが、ゲストと市民の距離が近く、気軽に交流できるアットホームな雰囲気です。夕張でロケを行った「北の零年」主演の吉永小百合さんが国内の映画祭で初めてゆうばり映画祭に参加し、市民と交流を図りました。気軽に監督さんや俳優さんと接触でき、それをゲストも新鮮に楽しく思っているのがゆうばり映画祭の大きな特徴です。観客と作成者の垣根がないことが実感できます。

また、市民組織の「映画祭応援団」が自主企画「フォーラムシアター部門」を実施しています。これから注目されるであろう映画を市内各地の小さい会場で上映するものです。メジャー作品が集まり、多くの関係者の目に留まる可能性があるゆうばり映画祭ならではの催しで、今後活躍が期待される若い監督が参加しています。

4 映像文化が溶け込んだまちづくりを目指して

今年の映画祭で、来場者の累積入込み数は30万人を突破しました。映画祭は北海道の冬のイベン

トとして定着したといえると思います。

しかし、夕張市内には宿泊のキャパシティが少なく、近隣の栗山や札幌に泊まって通う人もいます。

それに道外のお客様は熱心に来て下さるのですが、道内、特に札幌圏での認知度が非常に薄い。今年は札幌圏をターゲットに、最終の地下鉄に間に合うように時間設定をした日帰りツアーを企画しました。今後は道内からの来場者獲得にも力を入れていきたいと戦略を練っています。

また、外国人観光客はまだまだ少ないのが現状です。外国の作品を数多く招待しているにも関わらず、観光客が押し寄せるまでには至っていません。平成15年から台湾・香港などに出向きPRを始めたところで、まだまだこれからです。通訳や案内標識の整備など受入体制をしっかりと整えていきます。

多くの映画人が夕張を訪れることで、夕張の風景や人情などがインプットされ、その結果ロケ地として使用されるようになりました。「北の零年」のロケセットは現在、保存展示するよう準備をしています。日本だけでなく、台湾の巨匠、ホウシャオシエン侯孝賢監督などアジアの監督も夕張を使ってくれています。

また、「ゆうばりキネマ街道」事業を平成12年から始めました。東京都青梅市の地域活性化を参考に、映画の絵看板を街の中にたくさん掲示し、映画のある街として環境整備しています。これまで夏の映画ワークショップを実施するなど、さまざまな模索を重ねつつ、映画祭で育んだ映像文化を観光との結びつきの中でまちづくりに生かしていきたいと考えています。

現在、夕張市は、鉾山からスキーリゾートの街に生まれ変わったアメリカのアспенという街をモデルに、1年365日イベントがある街を目指す



往年の名画をほうふつとさせる絵看板

「ゆうばりマウンテンシティ計画」(平成9年策定)を推進中です。

その実施部隊として平成9年に設立した「マウンテンシティ実施機構」は、映画祭も含めて夕張

市のスポーツ合宿・夏祭り・団体の発表などすべてのイベントを手がけています。映画祭が定着しつつある今を契機として、実施機構が観光事業を推進する体制づくりの強化に努めていきます。

「外国人スタッフとともに外客誘致 に乗り出すふらのの挑戦」



会田 系伍 氏 社団法人ふらの観光協会専務理事

ルーク・ハッフオード 氏 同オーストラリア冬期誘客宣伝担当

北海道を代表する観光地・富良野。しかし、夏の観光客が増加する以上に冬期スキー客が減少するなど、観光業が抱える課題は大きい。「ふらの観光協会」は、冬のスキー客の滞在化と外客誘致のため、オーストラリア人スタッフを雇用し、独自のシステムづくりに乗り出した。

1 再発見「富良野は冬も魅力」

人口2万6,000人の小さな農村都市である富良野市は、冬はコクドのスキー場開発、夏は倉本聰さんの「北の国から」のブームにより、観光地として知られるようになりました。

平成16年度の観光客数は203万人、夏は120万人、冬は80万人。平成10年までは冬の入込みの方が多かったのですが、現在は夏の方が多くなっています。順調に見える観光入込みも、実は、ピーク時に130万人いた冬の観光客が50万人も減少したことから地元旅館業にとっては死活問題になっています。スキー客の減少が原因です。そこで、今年から始めたのが「スノードームフェスティバル」。雪でかまくらのようなドームを作り、中で料理やバーなどを楽しめるようになっています。雪や氷の中でスキーライフを存分に楽しんでもらえるロングイベントにしました。1月から2月にかけて、1日100~200人程度のお客様に来ていただきました。富良野の新しい冬のイベントとして定着させていきます。

雪のイベントに次いで挑戦しているのが、外国人の誘客です。現在50万人ほどにとどまっている宿泊客を、特に稼働率が落ちている冬の増客につなげていきたいのです。

2 外国人観光客は冬に呼び込む

夏に北海道を訪れる外国人観光客の7割が富良野にラベンダーを見にきています。しかし、宿泊者数は全体の年間50万人に対して7,000人。夏は国内のお客様で旅館がいっぱいなので、外国のお客様を受け入れるキャパシティがないのです。そこで、冬の観光客増客と客室稼働率向上を外客誘致でやろうと考えたのです。台湾からの冬の体験型観光客とオーストラリアからのスキー客をターゲットに考えています。

台湾からは年間12万人が北海道を訪れ、そのう



観光案内所には外国人スタッフが常駐している

ち冬は4万人。ただ、旭川にチャーター便で着いて、層雲峡や流水観光に行ってしまう。実は、彼らはスキーをやってみたくて思っていますが、受け入れてくれる環境がありません。レンタルスキーの充実や初心者スキー講習など、スキーを気軽に楽しんでもらえる工夫をすれば、爆発的に増えるとみています。

一方のオーストラリア人。外国でスキーを楽しんでいるのは5～6万人。ニセコに現在5,000人來ているので、今後1万人くらいは來る可能性があります。平均して10.7泊もの長期の宿泊をしますから、5,000人來れば10泊で5万人。長期滞在志向のオーストラリア人観光客と台湾などの体験観光客を根づかせて、富良野の冬を100万人くらいに戻したいのです。

3 オーストラリア人誘客の専門家を育てる

オーストラリアのエージェントは、富良野に最高の評価をしています。雪質は世界最高レベルのパウダースノーで、コースも急で変化に富んでいる。スキー場と街が近く、昼や夕食は街に出ているいろいろなスタイルを楽しめるのも魅力だといいます。

この4月から、オーストラリア人のルーク・ハッフォードさんを観光協会のスタッフに迎え、オーストラリア人の誘客に取り組んでいます。富良野に住んで、オーストラリア人を呼ぶ仕事をしてみたいと思っていたルークに「起業したいなら、1年間、観光協会で誘客システムを開発したらどうか」と声をかけました。

偶然出会った富良野に、ずっと住みたい…

ルーク・ハッフォードさんの話

すでに私は、スキー・体験観光・文化など、富良野を紹介するチラシとガイドブックを作成しました。ガイドブックに加えて宿泊施設なども外国人の視点で詳しく紹介した英語版のホームページも作りました。観光協会のホームページにアクセスしてもらえれば、バックパッカー向けなどの安い宿も英語で申し込むことができます。宿の予約を取り次ぐなど、観光情報の提供も現地を知り尽くしている私が英語で対応します。これほど外客に



ハッフォード氏が手がけた英語のパンフレット

って便利で信頼できるシステムはありません。ニセコの場合はエージェントなどが間に入ることで30～50%値段が上がってしまっています。そこに観光協会の外国人スタッ

フが入ることでダイレクトにやりとりができ、価格を抑えて良質なサービスを提供できるのです。

私はこれからプロモーション活動のため、オーストラリアに1か月出張します。8年間世界のスキー場を周ってきた縁を活かして向こうのスキー場のオーナーやエージェントにプロモーションをかけてきます。現地で開催されるスキーエキスポで、今回作成したパンフレットで売り込みをかけたり、各都市やスキー場を訪問する予定です。

4 お客様を迎える環境づくり

地元の飲食・宿泊・交通・観光施設などをメンバーに、平成17年に「オーストラリアスキー客誘客協議会」を発足させました。接客業の人に英会話の講習会を開いたり、日本の文化を知りたいというオーストラリアの方の希望をかなえるため、いろいろな文化サークルを呼んで文化を体験していただくなど地元との交流を用意しています。

外客誘致のためにはハードの準備も欠かせません。まずは案内標識・看板の整備。次に、新千歳空港と富良野を直結するバス、スキー場と宿を結び街を循環するバスなどアクセスの整備が急務です。観光協会が先頭に立って取り組んでいますが、国や道の支援もお願いしたい。

観光協会に外国人を雇い入れ、外客誘致システムを起業化する。これは非常に画期的な試みになるでしょう。日本人の視点では考えられない本物の外客ニーズをとらえたアイデアが数多く生まれています。この試みが成功したら、次は台湾や香港、韓国など別の国の人を呼びます。ルークと

「世界が注目するリゾートタウン・ニセコの変革」



(左から)

吉田 聡 氏 有限会社ニセコリアルエステート代表取締役
サイモン・ロビンソン 氏 HOKKAIDO TRACKS 有限会社代表取締役
コリン・ハックワース 氏 日本ハーモニー・リゾート株式会社取締役社長

やってきたように、相手の国のことをしっかり理解した上で手を結び、理想的なシステム・旅行商品を生み出していきたいと考えています。

オーストラリア人によるアウトドア体験事業のヒットにより、通年型のリゾート地に変身したニセコ。彼の成功と雪質の素晴らしさは世界各国のスキーリゾートを楽しむオーストラリア人に口コミで広まり、世界に残されていたスキーリゾートとして一躍脚光を浴びた。そして彼らは、不動産開発ビジネスにより、単なる観光の枠組みを超えた、日本人とオーストラリア人の新しい交流へ踏み出した。彼らが見つめているニセコの新しいリゾートライフとまちづくりとは何だろうか。

1 ニセコがオーストラリア人を引きつけた理由

ニセコがオーストラリア人から着目された、その一番の理由が「雪質の高さ」であることに異を唱える者はいない。しかし、それだけで年間5,000人もオーストラリア人が訪れるようになる理由になるのか。実はまだ秘密があった。2003年に倶知安町山田で西洋人向けコンドミニアム開発に乗り出した「HOKKAIDO TRACKS」のサイモン・ロビンソン氏は言う。「オーストラリア人には2～3週間のホリデーは当たり前。そしてスポーツが大好きです。しかし、オーストラリアのスキー場は遠く、あまりよくない。したがって、海外にまでスキーヤーが足を伸ばすのは不思議なことではありません。私たちがニセコで一番驚いたのは、

街が雪で覆われ、人々が雪の中で生活していることです。雪はリゾートに行って楽しむもので、街に雪が積もるなど考えられません」。

倶知安町の中心部でオーストラリア人のベン・カー氏とともに不動産業を営む、「ニセコリアルエステート」の吉田聡氏はさらにこう分析する。「日本は欧米のリゾートの相場より安く、オーストラリアとほとんど時差がない。温泉やグルメなど、欧米では味わうことができない日本独特の魅力があり、そこそこに英語も通じる。また、外国では少し離れたところにヴィレッジがあるのに対し、ニセコはリフトが街に隣接している。彼らにとって今やニセコで滑ることがステータスになっているのです」。

2 三社三様のビジネスモデル

彼らのような、ニセコに魅せられたオーストラリア人が関係するビジネス、特に同胞向けの不動産開発が活発だ。不動産といっても中身は開発から流通まで多様で、パートナーに日本人を選ぶ例もあり、協力や刺激をしながら、ビジネスチャンスを拡大させている。

中古ペンションの流通管理で

外国人との橋渡し役に

ニセコリアルエステート

吉田 聡氏

私は地元倶知安出身です。東京の大学を卒業後、札幌で司法書士として働きました。法律英語を学ぶためにカナダに留学。帰国後、司法書士の資格



ホームページに掲載されている売コテージ

と英語力を生かしたビジネスをしたいと思っていた時、倶知安でランドオペレーターをしていたベンと出会ったのです。

当時ニセコにはスキープームやバブル期に作られたペンションなどがいくつもありましたが、西洋人が好むものではありませんでした。そこで、これらを仲介するビジネスを始め、一人ひとりの外国人オーナーの希望に合ったリフォームができるよう、地元の業者との通訳を担当したのです。また、冬は外国人のオーナーが使用し、夏は日本人にレンタルするための管理も請け負っています。

しかも、これらのペンションや遊休地はオーナーの高齢化などさまざまな問題を抱えているものが多く、お互いのニーズが一致し、買取りもスムーズに進みました。日本人オーナーからの仕入れは私が担当、外国人への販売はベンが担当するなど役割を分担したことで、双方のお客様にとっては安心して取引できたようです。もっともベンは今山で一番の日本語使いといわれていますし、自ら仕入れも行っていきます。

西洋人にマッチした Condominium を

HOKKAIDO TRACKS

サイモン・ロビンソン氏

2003年1月、オーストラリアの首都キャンベラで発生した大規模な山火事は、レストランやカフェを営んでいた私たち夫妻の全財産を奪いました。しかし、私たちはくじけず手元に残った保険金を手に、以前より何度も訪れていたニセコでのビジネスを決意しました。オーストラリアをはじめとするより多くの国からのお客様を呼び込める可能性を、ニセコは秘めていると思ったからです。

長期宿泊してホリデーを楽しむのが西洋人のリゾートスタイル。これにマッチした、広さや大きさなどを満たしたクオリティーの高い滞在型の宿泊施設にビジネスチャンスがあると思い、コンドミニアムの建設・販売を手がけるようになりました。これまで2棟の実績と、さらに4棟を計画中です。私たちの特徴はすべての物件に最低限でも3年間の管理をつけていること。地元の企業と協力しながら、優れたデザイン性を持つコンドミニアムを実現しました。私たちは、国内外に対して積極的にマーケティングや宣伝を行っています。そして、現在のニセコひらふエリアを、より国際的なレベルに育てあげることが大切だと考えています。



2棟目の Condominium 「Deep Tracks」

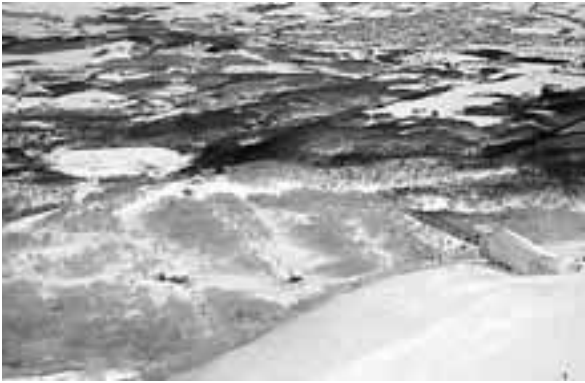
世界標準のスキーリゾートを実現したい

日本ハーモニー・リゾート

コリン・ハックワース氏

私はオーストラリアでスキーリゾートの経営を手がけており、世界中で仕事をしていました。ニセコことはほとんど知らず、たまたまホリデーで訪れて滑り、その雪質の高さに感動したのです。当時オーストラリアではニセコはおろか日本のスキー場の存在はほとんど知られていなかったもので、私には「世界に残された秘境」のように思えました。

ニセコのスキー場の設備は古いものが多かったが、なんといっても積雪量は世界有数。手を加えれば世界レベルのスキーリゾートになると感じました。そこで私は、これまでのオーストラリアでの仕事から退いてニセコの仕事に専念。東急不動産とグループ会社から花園スキー場を買収し、去年11月より経営を始めました。運営は従来通り東



日本ハーモニー・リゾートが買収した花園スキー場

急をお願いしています。

開発用の道路や東急が所有しているゴルフ場の施設など、すでに形があるものも同時に買い取ることができ、非常に効率がよかった。東急に巡り合って幸運だったと思っていますし、ビジネスパートナーとしても信頼し合っています。

現在リフトに隣接しているのは小さな食堂程度ですが、私たちはここに「South Village」を構想しています。レストランやショッピング街などの商業施設とコンドミニアムやタウンハウスなど宿泊型と所有型を混在させたリゾートタウンです。夏にはサイクリングやウォーキングを楽しめ、自然体験もできるようにします。コンセプトは「ヒューマンスケール」。車を街の中に入れず、どこからでも歩いてスキーリフトに行ける。そんな人に優しい、くつろいでいただけるリゾートを計画しています。これまで日本では、大きな高層ホテルなど大規模開発がメインでした。しかし、スキーのように季節性の強いビジネスでは、この方法は非常にリスクが高いということがすでに証明されています。ニセコを今までの日本にはない、世界に通じる有名スキーリゾートにします。ゆくゆくはオーストラリア人だけではなく、近隣諸国駐在の外国人にホリデーで訪れていただくことや、雪が珍しい国の人々の取り込みも考えていきます。

3 ニセコを国際標準のリゾート地として定着させるために

外国人ゆえに発生する問題もある。ロビンソン氏は、「会社もお客様も銀行から融資を得るのが難しい。日本の銀行はゼロか百しか選択肢がないのです。50%でも融資をしてくれれば、開発をするわれわれも、購入する外国人もチャンスが格段

に大きくなるということを認識すべき」と指摘する。

また、吉田氏は将来を見据えて、管理の大切さを説く。「今後1、2年はまだまだ外国人が増えるでしょう。しかし、不動産の売買部門は2、3年でブームが過ぎ去ると覚悟しています。そのとき、本物のまちづくりをしないと交流は持続しない。私たちも、建物の管理までやってこそ、交流が生まれ、人が定着していくと考えています。今のうちにオーナーとの関係を作り、管理をしっかりやっていく。

子供の頃から倶知安で育ち、街の雰囲気が変わってきたのを肌で感じています。英会話教室の要望があるなど、下支えとなる人材を育成する機運が高まっています。自分はそのパイプ役として、本業の司法書士としても不動産業としても、自分の活動をまちづくりへ生かしていきたい。

一方、ロビンソン氏もこう答える。「ニセコには、一過性の観光ではなく、リゾートライフを求めて外国人が訪れている。そうした人々に常に新鮮な魅力を提供するためには、世界標準のまちづくりをしていく必要がある。行政とも協力し合い、営業・マーケティング・管理をしっかりやっていきたい。案内表記や横断歩道・歩道橋の整備から交通インフラを整えてほしいということまで、政府や自治体などにそろそろ本腰を入れてもらいたいし、そのために提言もしていきたい」。

4 世界に通用する日本のリゾートとして

規模や手法に特徴のある三社。競合や協力関係もそれぞれにあるが、共通している夢がある。ニセコを「世界標準のリゾート」に育てることだ。「日本人の発想ではなく、世界標準の考え方で外国人が直接やれば成功の確率は高い。日本人は橋渡しでもいいのでは、と思うくらいです」と吉田聡氏。

「外国人のノウハウと日本人のノウハウを融合させるべき。私たちは日本文化を生かした国際的なリゾートを日本人とともに作っていきたい」とサイモン・ロビンソン氏。

「ニセコは冬も夏も素晴らしい場所。地域と世界の人々に快適な時間を過ごしていただけるような高い水準のリゾートを作ります。21世紀の新しい国際リゾートタウンを味わってほしい」とコリン・ハックワース氏。