

釧路市と日本航空(株)の共催による「地域活性化シンポジウム釧路の挑戦観光立国ショーケース実現に向けて」が、5月13日に釧路市で開催されました。このシンポジウムは、釧路市が「観光立国ショーケース」に選定されたことと、日本航空が地域の新たな価値を創出・発信する「新・JAPAN PROJECT」の一環として開催されました。

ここでは、『新・観光立国論』の著者デービット・アトキンソン氏の基調講演と、「欧米圏市場獲得に向けた釧路市の観光戦略について」をテーマに行われたパネルディスカッションの一部をご紹介します。

クローズアップ①

釧路の挑戦 観光立国ショーケース実現に向けて

第1部 基調講演

「地方都市におけるインバウンド観光戦略」

デービット・アトキンソン 氏

(株)小西美術工藝社代表取締役社長

観光産業は、全世界のGDPの10%を占め、成長を続けている産業です。全世界の国際観光客数は1950年に2,500万人でしたが、2015年には11億8,600万人になりました。観光が確認できる過去の文献を探すとローマ帝国時代までさかのぼります。以後観光産業はどんどん成長し、燃料、化学製品に次ぐ世界第三の基幹産業になっています。この2つを上回ることは難しいので、伸び率を考えると実質的には成長し続けている世界の第一基幹産業と言えるでしょう。AIやロボットが登場しても、人間を中心とした産業なので、なくなることもあり得ないでしょう。国連世界観光機関(UNWTO)は2030年までに国際観光客数は18億人になると予測していますが、早いペースで進んでいるのでそれ以前にこの数字を達成すると思います。日本は2010年の国際観光収入ランキングで19位、客数では29位でしたが、去年は客数が14位になり、収入もトップ10に入る勢いで伸びています。



キーワードは「多様性」

ここで、観光資源について確認しましょう。観光産

業には自然、気候、文化、食事の4つの条件があります。ここで重要なキーワードが多様性です。一つの国の中に、雪のある冬や暑い夏など多様な季節があれば誘客能力が上がります。自然や文化などの条件も同じです。この4条件を満たしている国は世界に10カ国しかないと言われていて、その一つが日本です。ところが、これまで日本が海外に発信している情報を見ると、おもてなしや治安の良さ、そして電車が正確だということです。でも、これが観光の魅力でしょうか。イギリス人が日本旅行をするためには約30万円のお金と14時間ほどの時間がかかります。あの国の人は親切だとか、治安がいいとか、電車が正確に動くということが、わざわざお金と時間をかけて出かける動機になるでしょうか。

外国人観光客が一番やりたいことは自然体験が67%、四季の体験が11.6%、文化が25%です。日本の情報発信は、富士山に桜、清水寺に桜、金閣寺に紅葉など、文化と四季がほとんどです。でも、桜は1週間しか咲いていません。全国を回っても1カ月くらいでしょう。しかも、いつ咲くのかわかりません。残り11カ月はどうしたらいいのでしょうか。桜の次に多いのが芸子さんですが、芸子さんは一見さんお断りです。確かに日本の特徴で素晴らしい文化ですが、それが観光資源なのかという視点で、発信する情報を考える必要があります。

観光客の多様性も必要です。日本の外国人観光客は

85%がアジア圏です。でも、諸外国は近隣と遠くから来る外国人がほぼ半々です。アジア圏が多すぎるのではなく、アジア以外が少なすぎるということです。遠い国から来た観光客は、近隣の人に比べて1.4倍のお金を落としているというデータがあります。言うまでもありませんが、韓国からなら1泊2日や2泊3日で日本に来ることは可能ですが、イギリスから来る人はそうはいきません。観光消費の半分は宿泊費と食費なので、長く滞在した人の方が収入になるという鉄則があります。一般的には、遠いところから来る観光客が上客です。国籍ではなく、距離が重要です。

地方で考えなければいけないのは、交通費の問題です。日本の交通費は割高で、宿泊代よりも高いことがあります。でも、遠い国から来た観光客から見ると、移動のために費やしたお金と時間に比べて、宿泊代とのバランスが悪いのです。一般的に日本のホテルの宿泊代は非常に安くて欧州の3分の1ほどです。地域として、宿泊施設をどう考えていくのか、ホテル産業をどうするのかは、観光ビジネスを発展させる上でとても重要だと思います。長年、日本人観光客が中心だったので安価なホテルだけが成立していましたが、最近は宿泊代が高くても客が来ることがわかってきています。今後は、価格の多様性ということも実現していかなければならないと思います。

科学的に分析し、欧州ターゲットを獲得

11億8,600万人のマーケットの中で、欧州は5億9,410万人とダントツのトップで、一人当たりの消費金額もかなり高くなっています。そのうち遠い国に旅行をしている約2割の人たちが、日本に来ると考えられるマーケットです。北海道が外国人観光客を増やすためには、ベースのアジア圏とともに、力を入れるべきなのは、欧州であることは間違いないと思います。

滞在時間が長くなればなるほど観光消費は増えます。私は奈良県の観光についてアドバイスしていますが、問題は終電が遅くまであるので、大阪や京都に泊まってほとんど奈良県に泊まらないことです。そこで、春日大社の宮司さんをお願いして、朝7時に始まるツアーを考えました。前泊しないと参加できないので、ホテルの稼働率がぐんと上がりました。観光戦略では、

どうやって長く滞在させるかを考えることが一番大切です。特別顧問をしている二条城でも解説付きで1日滞在ができるようなことを進めています。自然体験コースも同じだと思います。これまで自然体験はお金にならないと言われていましたが、お金にしていなかったのです。

欧州では教会めぐりなどの文化観光に人気がありますが、これは肩がこりますし、同じ人間でも多様性を求めているので、1週間の中でいろいろな選択ができることが大切です。自然体験は文化観光に比べて滞在時間も長く、満足度も高いので、本来北海道は京都よりも外国人旅行者が多いはずですが、まだそうっていないことが、最大のチャンスです。

東京都の調査で、日本人が外国人観光客に体験してもらいたいことと、東京に来た外国人が体験したいことはあまり一致していなかったという結果が出ています。自分がやったことのない茶道を外国人に体験してほしいと思っているようなもので、このギャップがかなり大きいわけです。相手が何を望んでいるかは分析ができる時代になっているので、しっかりデータ分析をしていく必要があります。

また、何を情報発信するのが重要です。阿寒湖を紹介するウェブには1周の距離や深さなどが書いてありましたが、わざわざお金と時間をかけてそれを確かめには来ないでしょう。求められているのは、阿寒湖でどんな幸せな時間が過ごせるかということ。こんな花がある、こんな鳥が見られる、こんなサイクリングコースがあるとなれば、そこで湖やまりもの存在も生きてきます。

今はかなり細分化されたデータがあり、ピンポイントで海外に情報発信する時代です。どのくらい消費してもらいたいのか。それを実現するために、どの国のどういう人たちに来てもらうのか。どういうところに泊まってもらって、時間をどう使ってもらうのか。そのように科学的に検討する時代になってくるでしょう。

日本の観光資源は、世界でもまれな4つの条件を満たしています。日本には北海道もあれば沖縄もあり、魅力的な資源がたくさんあります。できるとか、できないとかではなく、やるか、やらないかだと思います。

第2部

「欧米圏市場獲得に向けた釧路市の観光戦略」

ストレスフリーの観光地づくり

蝦名 大也 氏

釧路市長



釧路市は平成19年3月に「釧路市観光振興ビジョン」を作成し、昨年度これを見直して「第二期釧路市観光振興ビジョン」を策定しています。また、釧路湿原・阿寒・摩周の3圏域で進める「水のカムイ観光圏」に認

定されているほか、広域観光周遊ルートとして「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」、訪日外国人旅行者を地方に誘客する「観光立国ショーケース」、国立公園を世界水準のナショナルパークにブランド化していく「国立公園満喫プロジェクト」に選ばれています。国の大きな4つのプロジェクトが進められていて、釧路市は“世界”のマーケットを取り込んでいこうと考えています。そこで、日本版DMO^{※1}の確立や観光資源の磨き上げ、Wi-Fi環境や街中のサインの整備など、ストレスフリーの観光地づくりを進めています。

釧路市では、観光産業をリーディング産業に位置付けていますが、アトキンソンさんのお話をお聞きして、世界第一級の観光地を目指すためには、満足度の高い滞在プログラムが必要不可欠だと感じました。昨年、私たちは自然や異文化体験などを推進するアドベンチャー・トラベル・トレード・アソシエーションが主催するワールドサミットに参加しました。そうした経験からも情報収集しながら、ターゲットを絞り込んでいきたいと考えています。

阿寒湖温泉地域で進むさまざまな取り組み

大西 雅之 氏

NPO法人阿寒湖観光協会まちづくり推進機構理事長、
鶴雅ホールディングス(株)代表取締役社長

阿寒湖温泉地域では、今後5つの取り組みを進めようとしています。1つは阿寒湖畔の夜の森の中にデジ

タルアートを使ってアイヌ文化を表現するという体験型のテーマパーク「阿寒フォレストルミナ(仮)」で、来年夏の実現を目指しています。2つ目は普段は立ち入ることができないまりもの自然生息地内でのガイド付き体験プログラムで、来年春にはスタートしたいと考えています。3つ目の阿寒湖アイヌコタンは、白老町で整備が進む民族共生象徴空間の広域関連区域ですが、これを生かして、阿寒湖温泉地域全体をアイヌ文化で彩られたまちに変質させるという包括的な事業も検討しています。4つ目は白湯山自然鑑賞路^{はくとうざん}の改修を機に、国際的なトレイルコースにブランディングし、スキー場施設のレベルアップを図っていきたくと思っています。5つ目は国際的な山岳リゾートにふさわしいスノーリゾートの整備と欧州型IR^{※2}の誘致です。自然を生かしながら、アイヌ文化の要素も取り入れたIRを阿寒湖地域に誘致したいと思っています。

感動が伝わるプロモーションづくりを

松田 有律香 氏

釧路商工会議所青年部くしろ観光振興委員会委員長

平成29年度、釧路商工会議所青年部(通称「YEG」)では、スポーツ振興、食・基幹産業の推進、観光振興を軸に活動しています。主な事業には「釧路すえひろヒアガーデン」や「LOVEくしろイルミネーション」を継続して実施し、特に「釧路すえひろヒアガーデン」は今年で6回目を迎え、年々知名度、認知度が高まり、昨年度は来場者3,400名と、1回目と比較して900人程増加しております。さらに、2回目からは長期滞在者をはじめ域外から訪れた方に向けて、ビール1杯500円のところを200円で提供するチケットをホテル等へ配布し、来場を促しました。こうした人たちも、初年度の200名ほどから今では280名ほどに増加しております。

先ほど、大西社長からお話がありましたIRは、YEGが10周年記念事業として、地域の新たな基幹産



※1 DMO

Destination Management Organization。地域とともに観光地づくりを推進する法人のこと。

※2 IR

Integrated Resort。ホテルや劇場、カジノ、国際会議場、ショッピングモールなどが集まった複合的な施設のこと。

業の創出を目的に構想を掲げたのがきっかけです。現在も、YEGの継続事業として、協議会の皆様とともにIR誘致実現に向け活動を続けています。

また、今では釧路を訪れる多くの人が楽しみにしている夕日は、私が所属していたときに青年会議所が「世界三代夕日」と称して発信したことが始まりです。当初は馬鹿にされていましたが、言い続けること、活動を続けることで、当地を代表する観光資源として確立しました。他にも、釧路にはザンギや勝手井、そば寿司、スパカツ^{※3}など、当地域独自の食文化が根付いており、こうした情報を継続して発信し、活動していくことが地域の魅力を外に伝え観光客の誘発につながると考えています。

最後に、現在計画しているYEGの新たな取り組みについて紹介いたします。先ほどアトキンソンさんから観光産業のキーワードとして「自然・気候・文化・食事」とお話がありました。まさにこれら4つの観光資源を、点ではなく線でつなげ、かつ地域の魅力と感動が伝わるようなプロモーションVTRの制作に取り組んでいます。

マーケティング作業をし、コンテンツを発信

藤田 直志 氏

日本航空(株)代表取締役副社長

私たちのミッションは、それぞれで努力し観光を創造している地域に、どのように海外のお客様を呼んでくるかだと思っています。そのためには、まずターゲットの絞り込みが大切です。観光庁のデータによると地方だけを旅行する欧米人は、3回以上のリピーターが多いそうです。そこで、提携している会社などと協同して、しっかりマーケティング作業をしていくことが大事だと考えています。また、どういうチャンネル（媒体・経路）でお客様に伝えていくのかも大切です。これは、現地事情に精通したプロフェッショナルな人材に任せていくことだと思います。

さらに航空会社として重要なことは、どうやってそこに行くのか、いくらで行けるのかです。現状すべて



※3 スパカツ

熱い鉄皿に盛られたスパゲッティの上にトンカツを乗せ、ミートソースをかけて提供する釧路市のご当地グルメ。

の地域に直行便を飛ばすことはできないため、成田や羽田、大阪など、大都市圏から国内線乗り継いでいただくことが一番効率的です。そのためには使いやすい運賃を設定することがポイントです。JALでは訪日外国人のお客様がウェブ上から購入できる国内運賃を設定しており、どこでも全路線10,800円（片道）です。さらに北海道内は半額の5,400円（片道）に設定いたしました。ウェブ上では、阿寒湖地域をはじめ北海道の魅力についての情報も一緒に紹介しています。相互にいろいろな役割を併せもちながら、皆様の地域にお客様を呼びこんでいくことが私たちの重要なミッションです。

小磯 修二 氏（コーディネーター）

釧路市顧問、元釧路公立大学学長



本日はJALの藤田副社長にご参加いただきました。5年8カ月ぶりにJALの釧路支店が復活^{※4}したことは、釧路の皆さんにとって非常に大きな出来事だったと思います。多くの支店機能が釧路から消えていく状況が長く続いていましたが、これを機にいろいろな形で次につなげていただければと思っています。

さて、第二期釧路市観光振興ビジョンづくりは私もお手伝いいたしました。ビジョンでは観光消費によってもたらされる釧路市全体の経済波及効果を10年後に2倍にする目標を立てています。これは、しっかりデータ分析を進めた中で設定した目標です。釧路市には科学的に分析していく経験と蓄積があります。それがこの地域の伝統であり、財産です。

アトキンソンさんのお話にありましたとおり、地域をしっかりと分析した上で、どのマーケットに発信すれば釧路の魅力ある資源が活かされるのかという議論は、これから取り組んでいかなければならないことです。また、受け身の姿勢では駄目だというメッセージでもあったと思います。攻めの姿勢で、足りないところは次につなげていく大きなチャンスだと思って、今後の発展に結び付けていただきたいと思います。

※4 JALの釧路支店

JAL釧路支店は2011年に撤退したが、釧路地区における販売力と地域活性化の取り組みを強化するため、2017年5月に釧路支店を開設し、営業を再開した。