

北海道観光の危機突破

市橋 加代

1. 講演会の概要

□講演1：「北海道観光におけるアウトバウンドとインバウンド」

講師) (株)JTB 北海道事業部

営業統括部長 阿部 晃士 様

□講演2：「『災害に強いまち』を『観光』がつくる」

講師) (株)北海道二十一世紀総合研究所

特任審議役 木本 晃 様

□日 時：2018年11月16日(金)18:00～20:30

□場 所：TKP 札幌駅カンファレンスセンター

□参加者：24名(会員13名、会友3名)

2. 講演

北海道スタンダード研究委員会は、東日本大震災後に“北海道から東北・日本を元気にする”ことをスローガンに掲げ、北海道を元気にするための様々なプログラムを提案・提言・発信するために発足しました。

平成30年9月6日に発生した「北海道胆振東部地震」では多くの方が被害を受けられ、現在も懸命な復興が行われています。本研究委員会としても、まさに今、「北海道は元気である！ 頑張ろう北海道！」を外の方たちに発信し、これまでと変わらず来道して頂き、また、災害時に強いまちづくりを考えていくために、本公演を開催しました。

(1) 北海道観光におけるアウトバウンドとインバウンド

世界旅行市場は拡大を続け、2017年の国際観光旅客到着数は13億2,300万人となり、この2年間で7%増加しました。うち、中国人渡航者が1億

3,051万人を占めており、中国人の渡航先としては1位がタイ、2位が日本、3位が韓国となっています。また、トラベルジャーナルの調査によると、旅行会社や観光客が選んだ最も行きたい国では日本が1位となっています。

世界の海外旅行者数は2030年までに年間18億人に拡大し、うち新興国のシェアは57%になると予測されています。



写真-1 阿部講師の講演の様子

2017年の国際観光客到着数ランキングで日本は世界で12位となっており、今後も増加することが予想されています。北海道は2020年で500万人の観光客を受け入れることを目標としていますが、受け入れ態勢はできているのでしょうか。また、単純に人数を目標とするのではなく、1人当たりの消費額ベースも指標とすべきではないでしょうか。

2017年の日本での延べ宿泊数は2,869万人で順調に数字を伸ばしています。日本に来ているアジア諸国の比率は86.1%(2017年値)であり、観光客はほぼアジア諸国となっています。

なお、欧米では「サッポロビール」の影響で「北海道」より「札幌」が有名です。

現在のヨーロッパのハブ空港はスキポール空港(オランダ)です。フィンランド航空が、新千歳空港就航に向けて働きかけを行っている聞いていますが、もしそれが実現したら大きなインパクトになります。やはり経由ではなく直行便ということが大事です。その時に彼らの懸念は北海道人の搭乗率です。以前、オランダ航空が日本に就航したときは日本人の搭乗率が低かったためです。しかし、搭乗率が70%程度であったとしても、北海道の物を運ぶ、つまり、航空貨物をたくさん乗せることでペイできるのではないかと考えます。もし、この空港と新千歳空港を就航する便ができたなら、新千歳空港は日本で一番ヨーロッパに近い空港となります。

次にパスポート保有率です。インバウンドに来てくれと勧誘はしていますが、日本側はどうでしょうか。日本人のパスポート所有率は23.1%(2016年値)とG7で最下位。更に都道府県単位でみると、北海道は100人あたり14.3通であり、32位です。最近では10代から20代が海外旅行に行かなくなってきました。余暇レジャー白書によると、ずっと余暇の時間の使い方として国内・海外旅行が1位でしたが、10年前位から、車をもたない、お酒を飲まないという人が多くなり、第1位がスマートフォンとなりました。

考えて頂きたいのが、北海道は観光においてポテンシャルが高いとずっと言われてきています。おいしいものがあり、温泉もたくさんあり、雪はふかふか。それにもかかわらず北海道観光はのびていません。現在、279万人が北海道に来ていますが、情報化社会なので、もし施策をうたなくても来ていたと思います。現在行っているプロモーションが本当に効果的なものなのか、検証が必要です。

しかし、その前にまず我々道民が他のところを知っているかどうかだと思います。北海道の人ではできれば進学、就職を北海道にしたいと考えている人が多いです。例えば、居酒屋の飲み放題文化というのは北海道にしかありません。あるとしても金額が高いのです。それはそれで良いのですが、他のところを知らないからベンチマークが自分の街、自分の見えているところだけになってしまっており、工夫

をすることが観光においてできていないのではないかと感じています。このようなところが一番の問題点だと考えています。海外に行って物を食べておいしい、おいしくない、もしくはレストランの対応が良い、良くないなど比較するものがないので、自分のところが良いのか良くないのかも分からないのです。

例えば、札幌の人にどこか良いところがないかと聞くと「札幌には見るところや遊ぶところがないからね」と言われてしまいます。比較ができていないので、良いのか悪いのかの判断ができていないのです。世界の中の北海道という位置づけにするためには、我々がもっと外に出なければいけません。比較するものがあって初めて工夫や改善ができると思います。

日本人の出向数と訪日外国人旅行者数を比較すると、2015年からは訪日外国人旅行者数の方が多くなっています。最近モノ消費からコト消費といわれていますが、まだ外国人の購買額は多いです。ドン・キホーテの売り上げはのびていると聞いています。北海道内に宿泊している外国人のうち3分の2が札幌市内に宿泊していますが、そのほとんどがドン・キホーテに行っています。今、一番外国人が集まっているのはドン・キホーテといっても過言ではありません。

ナイトエンターテイメントという言葉がありますが、札幌には夜にでかけるところがありません。ドン・キホーテは現在、24時間営業をしており、夜間の売り上げが非常に多くを占めています。アジアの国では夜市などがあり、特に暑い国から来ている方々は暗くなってから動きだします。海外の観光地には夜の文化がありますが、北海道はまだそこに参入できていないと思います。

JTBは現在売り上げ世界11位です。売上高は変わっていませんが、1~10位はオンライントラベルエージェントの会社に置き換わっています。また、様々な言語に対応した会社を設立しているところもあり、旅行会社の形態はどんどん変わっていています。

道内では新千歳空港が独り勝ちです。今までの旅

行は周遊コースがパターン化していましたが、そうになると、主要都市しか回りません。1 way にすることで大都市だけではなく小さい都市も回れますし、同じ航空会社を使えば飛行機代は安くなります。例えば九州は in と out の空港を別にしても同じ航空会社を使うことで料金を安くしています。なぜ北海道はできないのでしょうか。今後は道内の空港管理が民間 1 社になるので、戦略的に航空会社の招致を行うべきです。

団体旅行は減ってきており、グループ旅行が増えてきています。大手ホテルだけではなくオーベルジュなども潤うのではないのでしょうか。また、国際線で片道は人がたくさん乗っていますが、片道は空で移動させなければいけないようなときには、貨物を乗せるなど工夫をすれば良いと思います。

北海道は、世界で最高のサイクリングエリアです。道路が広い、路肩が広い、農道があり、自然が広がっています。うまく活用すべきです。

今後の高齢化社会に向けて健康を観光につなげたヘルス・ツーリズムを考えています。これだと観光スポットがない町でも生き残れる可能性があるのではないかと考えています。

(2) 『災害に強いまち』を『観光』がつくる

「災害に強いまちをつくる」とは、例えば「被害を少なくする工夫をする」ということです。それはおそらく行政の仕事です。ところが「困っている人を助けるしくみをつくる」となると、それは観光の仕事ではないかと思うわけです。困っている人とは外国人旅行者のことでもあるからです。

外国人旅行者が困らない仕組みをつくること、困っている旅行者を助ける仕組みを作ることを「災害対策」だと考えると、合理性や効率性が議論されることになりましたが、「観光」だと考えると、お金をかける意義が見出せます。災害をなくすことはできなくても、安心して旅行先に選んでもらう必要があります。困った時は助けてくれるという印象を持ってもらわなければなりません。観光の取り組みと考えると、地域が一丸となって取り組むことができます。ホテルを被災者の受け皿と考えることができます。

す。旅行業者の力を借りられます。

外国人旅行者が災害時に最もほしいものは「情報」です。どうしたらいいのかという判断です。私たちは、「外国人は困っているのだ」ということを前提に行動しなければなりません。情報を与えるだけではなく、一緒に考えてあげなければなりません。

様々な手段で情報が手に入れられる仕組みづくりが進められています。しかし、その一方で欲しい情報が欲しい人に届くしかけが必要です。

例えば国別の留学生のネットワーク、特定の国の人が集まるお店、外国人経営者のお店などに情報が集まるようにすることです。

行政が苦手とすることはそれを得意とする誰かにやってもらうことが合理的です。例えば滞在延長客に無料周遊バスを提供すること。宿泊施設の空き状況を調査し手配すること、店舗の営業状況の情報発信などです。

世界で最も観光危機管理が進んでいるといわれるハワイでは、危機をチャンスと捉えて、より一層親身に対応してファンを作っているそうです。学ぶべき考え方だと思います。

風評被害対策のひとつは北海道のファンを増やすことです。応援したくなる観光地になることです。そのためにも必要な取り組みは来ていただいたお客様、来ようとしていたお客様へのフォローです。手紙やメールを出して「つながり」を途切れさせない努力が大切だと思います。

また、国としては、日本は災害のある国ではあるけれど、それにしっかりと対応ができているということ常日頃からアナウンスすることが大事です。「もう大丈夫です」というアナウンスよりも、「被災地はこの地域です。だから、他のこの地域は大丈夫ですよ」と、被災地を正確に伝えることです。

せっかく予定していた旅行をあきらめられるのは残念です。災害が起きた時には被災地以外の国内の別の地方を巡っていただくような提案をしてはどうでしょうか。これも風評被害・キャンセル対策のひとつとして提案したいと思います。

現在、北海道では道内 7 空港一括民間委託の取り組みが進められています。実現してほしいと願って

いるのが「欠航のない空港」です。

例えば、新千歳空港が欠航になった時、一日も早く本国に帰国したいお客様には手持ちの旅券を買い取り別の手段を提案してあげることができないでしょうか。お金はかかっても、お客様に寄り添い、最善の策と一緒に考える、そんなお節介な空港ができると喜ばれるのではないかと考えています。



写真-2 木本講師の講演の様子

災害時にはホテルを一時避難場所として考えるべきだと考えています。すでに熊本県は避難所での生活に特別な配慮が必要な「要配慮者」にホテル等を提供する仕組みを作っています。あわせて、ここで旅行業界のスキルを活かさない手はありません。団体旅行者を引率し、突然の事故や要求、計画変更には代替案を提案してきた経験は、災害時の大勢の人間の安否確認、宿泊手配・振り分け、安全な集団移動を可能とするはずで

す。災害の時に、行政等が必要な情報を旅行者に随時送り届けるプッシュ型の情報発信の仕組みが求められています。旅行会社を通さないFIT型の旅行者の居場所・身元確認が必要になります。医療保険や傷害保険に加入していない旅行者の対策もかねてよりの課題です。こうしたことを解決するアプリケーションの開発を期待しています。

このアプリのもうひとつの目的は観光自主財源の確保であり、旅行者の移動・消費行動情報のビッグデータ化です。北海道に上陸するたびに、誰にとっても便利なこのアプリを1,000円でダウンロードしていただくと、年間140億円の現金が確保できます。1,000円以上の特典をつけることとして、その特典は参加加盟店が負担する仕組みです。観光自主財源は災害緊急時の素早い対応も可能にしま

す。

災害時に誰もが簡単にできることは、ボランティアとして駆けつけることではなく、お金を出すことです。方法はいくつかありますが、「支援金」に着目しています。支援金とは今まさに支援を行っている団体に配るものです。ホテルを災害非難拠点とひとつと位置づけ、旅行業界には情報収集や移動の手配、ボランティアの監督といったサポートを依頼し、その上で業務量に見合った支援金を支払う仕組みをつくってはどうかと考えています。

被災者の意向や好みを汲み取り、行き先を仕分けすることができれば、要配慮者のニーズに応じたサービスをより効率良く行うことができます。外国人旅行者を国別に分けることができれば、食事制限などの要求水準や欲しい情報が共通し対応が楽になります。

「災害に強いまちづくり」とは災害に強い人を作り、弱い人を助けるということです。災害に強い人とはマニュアルに縛られず、現場の状況に応じて自分で判断できる人のことです。初動判断は現場に任せなければなりません。全てに平等、公平を求めることを優先すべきではありません。

外国人観光客は、何が起こったのか、これから何が起こるのかが予想できないため、なにもかも一律に押し付けられる避難所にはいたくありません。お金を払えばプレミアムな要求にも応えることができるホテルを、特に外国人旅行者の避難拠点として機能させるのが合理的というのが私の考えです。

「災害に強いまち」というのは、「場所」というよりも「ひと」のことです。何があっても人が集まってくるまちを作ることです。今、私たちがやらなければいけないのは、まず住んでいる私たち自身が楽しく暮らすことです。なくなってほしくないと思ってもらえるまちをつくることです。

(3) まとめ

本講演を聴講し、これまで以上に“他”を知ることが必要であると感じました。また、行政と民間、技術のあるもの、ないものなど、それぞれが役割分担を行い、互いに補っていくことで、災害に強く、

観光を産業とし、自立できる北海道になれると感じました。私は行政側の立場として、民間の方々と目的及び情報共有をしっかりと行い、また一方で、本研究委員会を通じて行政の立場とは違う側面でも活動を行い、微力ながら北海道を元気にする活動や発信を続けていきたいと考えています。

市橋 加代 (いちはし かよ)

技術士(下水道/上下水道部門)

北海道スタンダード研究委員会 幹事
札幌市役所

