

報告

第 34 回 地域産学官と技術士との合同セミナー
「北海道観光による地域活性化」

若林 隆 司

はじめに

2014 年(平成 26 年)10 月 8 日(水)14 時 00 分～17 時に亘り、ホテル札幌ガーデンパレス 2 階孔雀(札幌市中央区北 1 条西 6 丁目)において、第 34 回地域産学官と技術士との合同セミナー「北海道観光による地域活性化」が、主催：公益社団法人日本技術士会、後援：国土交通省北海道開発局、経済産業省北海道経済産業局、環境省北海道地方環境事務所、北海道、札幌市、独立行政法人土木研究所寒地土木研究所、一般社団法人建設コンサルタンツ協会北海道支部により開催された。ここに、本セミナーの開催報告を行う。

1. セミナーの概要

北海道には、四季を彩る雄大な自然や豊富な食などの観光に活用可能な地域資源を保有し、国内はもとより、世界各地から多くの観光客が訪れる。観光は宿泊、運輸、旅行業はもとより、サービス業、製造業、さらには農林水産業など北海道経済を牽引する総合産業である。本セミナーの開催主旨は、観光による地域活性化のあり方を考えることである。

本セミナーは、産学官のそれぞれの立場から観光に携わっている専門家 4 名から講演を頂いた。本セミナーのプログラムは、表 1 に示す通りである。講演 1 の玉田耕大氏は、全国に先駆けた「北海道観光のくにづくり条例」のもと観光地づくりなどの戦略に携わっている。講演 2 の市岡浩子氏は、平成 11 年より北海道観光審議会計画部会長(北海道庁)など北海道観光に多大なるご尽力をいただいている。講演 3 の浦田隆氏は、福岡県から平成 25 年北海道小清水町にせんべいの工場を立ち上げ、雇用や原材料の地産地消に努めるなど、地域と一体となっ

た地域活性化に取り組んでいる。講演 4 の朝倉俊一氏は、主に経済調査や地域政策、観光政策に関連した業務に従事し、平成 26 年より札幌大学社会学部非常勤講師(地域観光学)並びに日本観光研究会理事として活躍している。本セミナーに対し、北海道内外の産学官から総勢 112 名の参加があり盛況であった。



写真-1 セミナー会場の様子

表-1 セミナーのプログラム

総合司会：「第 34 回地域産学官と技術士との合同セミナー」		実行委員 宗広 一徳
1	開会挨拶 日本技術士会北海道本部 本部長	能登 繁幸
2	主催者挨拶 日本技術士会 副会長	山崎 宏
3	講演 ①北海道観光のくにづくり戦略について 北海道経済部観光局 参事(観光地づくり) 玉田 耕大 ②北海道観光の「現在 (イマ)」と「未来予想図」 多摩大学グローバルスタディーズ学部 教授 市岡 浩子 ③地域資源の活用と観光 ～小清水町産のばれいしよでん粉を利用したせんべい製造～ (株)山口油屋福太郎 小清水北陽工場長 浦田 隆 ④北海道新幹線と北海道観光 (株)ドーコン 総合計画部 次長(技術士) 朝倉 俊一	
4	閉会挨拶 「第 34 回地域産学官と技術士との合同セミナー」実行委員長 日本技術士会北海道本部 事業委員長	加藤 龍一

2. 講演1『北海道観光のくにづくり戦略について』

北海道経済部観光局参事 玉田 耕大

2016年春の北海道新幹線開業や、2020年の東京オリンピック・パラリンピックなど、北海道観光の今後を左右する好機が目の前に迫っている。ここでは、北海道観光の現状を確認し、全国に先駆けて道民の総意として観光振興を進めて行くことが定められた「北海道観光のくにづくり条例」と、関係者が取り組むべき具体的内容を定めた「北海道観光のくにづくり行動計画」及び北海道の取組内容・方向性について紹介された。



写真-2 玉田氏の講演

(1) 北海道観光を取り巻く現状

北海道のH21.7～H22.6の観光消費額推計(1兆2,992億円)は、道内の農業・漁業産出・生産額(1兆2,691億円)を約300億円上回り、生産波及効果は1.8兆円に及ぶ。また、観光消費額単価は道民(13,271円)に比べ、道外者は5.2倍、外国人は9.2倍である。なお、月別の宿泊延べ人数は、夏に集中し、繁忙期と閑散期の差が大きい(最大2.5倍)。外国人については、夏と冬(12～2月)の2回ピークがあり、冬の人気が高い傾向にある(図-1参照)。

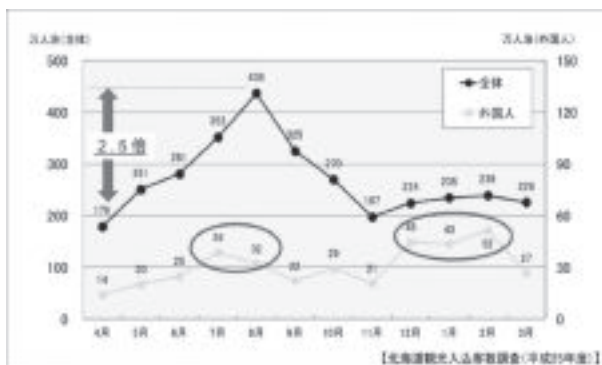


図-1 観光消費額単価(一人あたり)

(2) 施策展開の柱

施策展開では、地域の資源を生かした滞在型の観光地づくりとして①着地型観光の充実(特色ある観光や体験の選択肢の開発・提供など：図-2参照)、②広域的な観光地づくり(市町村・環境協会・企業等による広範囲な連携など)を展開する。

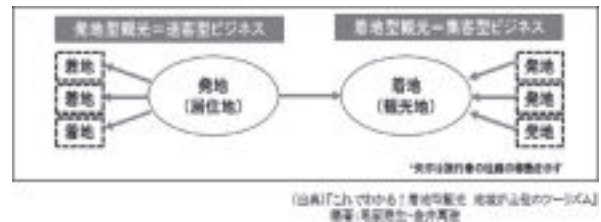


図-2 発地型観光と着地型観光

また、戦略的な誘客活動の推進として各国の旅行形態に合わせた国際対策及びLCCや北海道新幹線開業を最大限生かした国内対策を推進するとした。

3. 講演2『北海道観光の「現在(イマ)」と「未来予想図』

多摩大学グローバルスタディーズ学部 教授

市岡 浩子

我が国及び本道の観光施策の柱となっている「インバウンド(訪日・来道外国人客)の促進」を主軸に、現況や動向を概観すると同時に、北海道観光の未来図(ビジョン)を描き、その達成のための戦略を提言された。



写真-3 市岡氏の講演

(1) インバウンド政策と現状

2013年、日本を訪れた外国人客数は過去最高の1,000万人を突破(1,036万人)した。

また、2014年6月には「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(観光立国推進閣僚会議)が政府発表され、2020年(平成32年)までに観光消費額を3兆円に、訪日外国人客数を2,000万人にする目標を掲げている。

(2) 北海道のインバウンド概況と動向

我が国への訪日外国人客数が1,000万人を超えた2013年、北海道を訪れる外国人客数も過去最高となり、115万人(前年比46%増)となった。その内、最もシェアが大きいのは台湾で36%、中国・韓国が続きそれぞれ13%前後、香港、タイが追随し10%弱のシェアとなっている(図-3参照)。なお、この2~3年急激に増加しているのはタイやマレーシアなど東南アジアの国々である。また、2001年以降ニセコ地域を訪れるスキー客を中心にオーストラリアからの来訪者のシェアが大きいのも北海道インバウンドの特徴である。

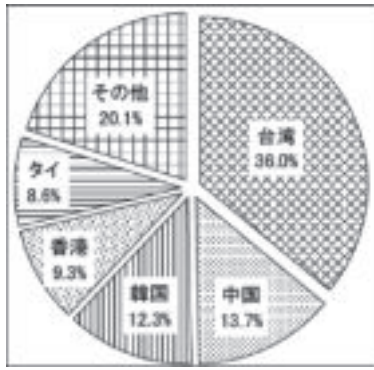


図-3 2013年度 来道外国人国・地域別内訳

(3) 北海道観光の未来予想図

世界で一流の観光地であり「成功事例」と称されている町の多くは、自然豊かな環境にあり、30年あるいは100年先を見据えて自分が住む町の『豊かさ』『財産』をいかに守るかに基づいたまちづくり、観光戦略を立てており、この発想が北海道観光のビジョンに必要な発想であり、地域の「風土・文化」についての「誇り」や「こだわり」が来訪者の「あこがれ」となる北の大地を創造することが重要である。

そのためには、農業従事者、地域住民(各種事業者)、料理人、各種食品加工業者、流通業者、観光業者、教育関係者、行政、メディアなど異業種によるコラボレーションが不可欠であり、今後のインバウンドを促進へするためには、①「アジアのヨーロッパ」のイメージの浸透、②「食」「自然環境」「景観」のコラボレーションの促進、③「冬」「寒さ」「雪」を「楽しむ」ためのサービス、④「特有の文化」の活用・発信(食、アイヌ文化)、⑤「潜在」「見落とし」マーケットへの対応(台湾、ロシア、イスラム圏マーケットなど)、⑥コンビニの活用(インフラ整備の一環として)が必要と提言された。

4. 講演3『地域資源の活用と観光』～小清水町産 ばれいしょでん粉を利用したせんべい製造～

(株)山田油屋福太郎

小清水北陽工場長 浦田 隆

福岡県福岡市に本社を置く(株)山口油屋福太郎(以下「福太郎」という)は、国内産ばれいしょでん粉の供給量減少により、自社ブランド「めんべい」製造の危機に直面したことから、原料を安定的に確保するため、平成25年7月ばれいしょでん粉の産地である北海道の小清水町に進出した。その裏側では、企業の撤退や若者の都市部への流出などにより過疎化が進んだ小清水町が、町の活性化につなげる糸口を見つけようと関係者一丸となった企業誘致の取り組みがあった。

このような背景を含め、福太郎が小清水町に進出したことにより、町やその地域の農業がどのように変化しつつあるか紹介いただいた。



写真-4 浦田氏の講演

(1) 小清水町の概要

小清水町は、オホーツク海に面した北海道の東部に位置し、人口5,358人(平成22年国勢調査)で就業人口の約4割が農業に従事している(平成22年町勢要覧)。なお、小清水町のでん粉工場の生産量は、道内のでん粉生産量の約1割を占める(北海道オホーツク総合振興局「オホーツクの農業2012」)。ただし、小清水町が福太郎の誘致を決定した当初は、地域活性化を期待する一方で「採算が合わなくなるとすぐに撤退するのでは」などという、住民からの不安の声も寄せられたという。これらの声に対し、福太郎の山口社長は町主催のイベントにおいて300人を超える町民を前に、「町と共栄して会社を発展させていきたい」という話をされ、昨年「小清水北陽工場」を開設した。

(2) 福太郎の進出による小清水町の変化

工場は廃校となった小学校を利用し、地元で雇用者を集うとともに、地元と一体となった地産紹介や観光など地域活性化に取り組んでいる。一方住民の間には、福太郎の工場進出により町が脚光を浴び、さらには町の特産物であるばれいしょでん粉から全国に誇るお菓子が誕生したことで、地域への愛着と住民同士の一体感が生まれてきているという。また、福太郎は、北海道進出を機に「北海道で採れた(獲れた)もの」にこだわった

新商品「ほがじゃ」(写真-5)を開発した。「ほがじゃ」はパリッとした歯ごたえと、噛みしめるとホタテやイカなどの風味がしっかり味わえるせんべいで、オホーツク海



写真-5 ほがじゃ

産のホタテ、函館・羅臼産のイカ、玉ねぎは北見産、砂糖は北海道のビートを使用している。さらに、新たな商品開発にも、周辺市町村と連携し相互利益(Win-Win)を図っていくと強調された。

5. 講演 4『北海道新幹線と北海道観光』

(株)ドーコン 総合計画部次長 朝倉 俊一

2016年の北海道新幹線開業は北海道観光にどのような影響を与えるのか。そして北海道は開業に向けて何をすべきか、など開業効果を高めるための具体的な戦略について講演された。



写真-6 朝倉氏の講演

(1) 北海道新幹線開業効果の本質

北海道新幹線開業並びにLCCの就航拡大により、移動時間の縮減を通じて需要増をもたらすが、同時に泊数の減少・周遊範囲の縮小をもたらす可能性も

高い。このため、魅力度が相対的に小さい観光資源でも道外客を誘客できるようになる。例えば、首都圏等の1泊2日市場への食い込みなど。そして、旅行目的のSIT(スペシャル・インタレスト・ツアー:観光スポット周遊型ではない、バラエティ豊かなテーマ性・趣味性の高いパッケージツアー)化が進み、SITの市場が拡大すると考える。

(2) 新幹線開業に向けて北海道は何をすべきか?

新幹線開業によって増加する個人客・道外客を機に「売上額(入込)重視」から「利益率(稼働率)重視」の観光振興策へシフトすべきとし、その戦略の展開は、①季節変動の緩和戦略(JR東日本・東北との連携、道南地域を戦略地域とした季節変動の小さい観光地づくりの取組み)、②「快楽」をキーワードとしたコンテンツづくり(旬のグルメ、高級宿泊施設づくり、スポーツイベント)と戦略的なPR、③個人旅行客増への対応として、利用しやすい二次交通網の整備(バス、JRなどの個人客向けチケット料金プランやエリアパスなど)、④増加する道外客の周遊範囲に対応したプロモーション体制づくり、の展開が必要と提言された。

おわりに

講演終了後、引続き、セミナー参加者による情報交換会が開催され、46名もの出席を賜り、会場では、北海道観光と産学官の連携について熱く議論が展開された。

このように、関係各位と講師の皆様にご尽力頂いた結果、セミナーや情報交換会に多くのご参加を頂いた。改めて感謝申しあげると共に、本セミナーの成果が今後の地域活性化に生かしていけるよう努力していきたい。

最後に後援を頂いた各機関に感謝を表す。

若林 隆 司(わかばやし たかし)

技術士(水産/建設部門)

日本技術士会北海道本部
事業委員会
株式会社アルファ水工コンサルタンツ

