

広域連携による観光魅力発信と交流人口拡大

東北観光推進機構 会長

東日本旅客鉄道株式会社 取締役会長

せい の さとし
清野 智 氏



【プロフィール】
昭和45年日本国有鉄道入社。昭和62年に東日本旅客鉄道株式会社に入社し、総務部担当部長、財務部長、人事部長、人材開発部長などを歴任され、平成12年に常務取締役役に就任。平成14年代表取締役副社長・総合企画本部長、平成18年代表取締役社長を経て、平成24年に代表取締役会長に就任。平成27年6月より東北観光推進機構会長を兼務。

これは9月2日に行われた「東北・北海道商工会議所連絡会議」での講演の内容を要約し、一部加筆修正を加えたものです。

東北のイメージを明確にするのがインバウンド拡大のカギに

ご承知のように、一昨年のビザの大幅緩和、昨年の免税制度の改正を受けまして、外国からの訪日観光客数が大幅に増えています。国は2020年までに訪日外国人旅行者数2,000万人を達成するという目標を掲げましたが、今年、すでにその数は1,800万人を超えようとしています。また、今年上半年の速報値では、購買金額が前年比74%増の1兆6,000億円とも報告されています。

それでは東北への訪日外国人人数の推移はどのようになっていくのでしょうか。例えば、北海道では2010年から2014年にかけて、国内外からの宿泊者数が20%増加しました。東北は残念ながら震災がありましたので、7%増にとどまっています。「増」とは申しませんが、他のエリアと比較

して、伸び率は低くなっています。訪日外国人宿泊者数はと申しますと、北海道では、この4年間で90%も増えました。減少したのは東北だけで、4年間で31%減です。これが東北の現状なのだということ。この数値をこれからどうやって上げていくか。それが我々の大きな課題です。

東北のインバウンドについて、もう少し詳しく見ると、東北を訪れる外国人で、最も宿泊数が多い台湾からのお客さまが2014年は142,670人泊でした。この数字は震災前の2010年とほぼ同水準です。中国も同様ですが、タイにいたっては倍増しています。一方、台湾に次いで多かった韓国のお客さまは、まだ3割までしか回復しておらず、香港も3割、シンガポールも6割と、震災前の水準に戻っていないのが現状です。

次に、東北に訪れるに値するものにはどんなものがあるのかということについてですが、例えば北海道と聞けば、大自然、あるいは大都会と大自然のマッチングといったイメージがあります。東北はどうでしょうか。平泉、松島といった見どころもたくさんありま

すし、農村の風景もあります。しかし、「ここが良い」というイメージがなかなか沸いてこないといった感想をもたれていることも事実です。このような現状をしっかりと捉えて、今後は外国からのお客さまを増やすことにも、力を入れていかなければならないということです。

各地の先進事例を今後の観光のヒントに

ここで、他の地域の事例をいくつかご紹介します。まず一つ目は、白川郷の入り口、岐阜県高山は昔から小京都と言われる非常に素晴らしい観光地であり、この20年間で外国人が大幅に増えているところでもあります。古民家を利用した郷土料理店では、おかみさんが外国人観光客から「こんにちは」とか「ありがとう」といった各国の言葉を教えてもらい、伝票にメモして、それぞれの言葉でおもてなしをしているんですね。外国語でのおもてなしと言っても、それは単語だけなのですが、それでも十分なおもてなしになるという好例だと思います。

また、この地域では「おしながき」にもひと工夫していて、値段だけでなく料理の写真を掲載し、アルファベットのでも表記している、そんなお店が少なくありません。外国人も安心して注文ができるわけです。さらに、このような情報はツイッターなどのSNSで発信され、さらなる新しい訪日客がそのまに集まるという好循環が生まれています。

ではブロックではどうかと言いますと、中部国際空港と小松・富山空港を結ぶ愛知・岐阜・富山・石川の4県域連携インバウンド観光ルートを、「昇龍道」と名付け、積極的に外国人にアピールしている良い例があります。このような取り組みが効果を上げているのです。

さらに茨城県ひたちなか市にある「ひたち海浜公園」では、春はネモフィラ、秋はコキアといった花々が咲き誇り、花のテーマパークとして国内でも人気があります。特別に訪日外国人向けにPRをしているわけではありません。しかし、これを見た台湾の方が、その素晴らしさをSNSで拡散したところ、爆発的人気を集める観光地に



フェニックスをモチーフにした「Treasureland TOHOKU JAPAN」のマーク。東北各地にある観光素材を宝物に見立て、「宝ものがたくさんある土地」という意味の造語「Treasureland」を併記している。東北観光推進機構のホームページから自由にダウンロードが可能 (<http://www.tohokukanko.jp/>)。

なったというわけです。

このような例をヒントに、私たちは何をすべきかを考えなければなりません。それが最大の課題ではありますが、昨年の春、東北6県の県知事や観光関係者が一堂に会して「東北観光ががんばります」というシンポジウムを開催しました。そこで、東北6県に新潟県を加えた7県の東北観光を世界に向けてPRするシンボルマークを発表しました。フェニックスをモチーフにした「Treasureland TOHOKU JAPAN」のマークを、ぜひ皆さまにもご活用いただきたいと思います。

興味を刺激する 仕掛けを提供

次に各エリアでどのようなPRをするのかということですが、東北には「東北ならではの素材」があります。例えば、青森は津軽地方の地吹雪体験、宮城のカキ小屋などは、よく知られている素材と言えるでしょう。また世界遺

産の毛越寺・中尊寺と、瑞巖寺、立石寺を巡る四寺回廊、それから秋田県の能代と青森県五所川原を結ぶ五能線というローカル線もあります。この五能線の話に関しては、20年前に地元自治体との協調をベースに地元の観光協会や県、そしてJRが五能線を観光路線にしようと取り組み、現在では白神山地と日本の眺めが堪能できる路線として人気を集めることとなりました。さらに2017年春に運行開始を予定している周遊型のクルーズトレイン「四季島」をはじめ、この先も、とにかくたくさんの方々に来ていただけるような仕掛けをJRとして提供していくつもりです。

このような中で、先ごろ観光庁が募集した「広域観光周遊ルート」に、私も東北観光推進機構が応募をいたしました。「日本の奥の院・東北探訪ルート」が認定されました。来年3月に北海道まで東北新幹線が延伸されますが、東北は、首都圏と人気のある北海道にはさまれ、単なる通過地点になっってしまう恐れがあります。そうならないように、東北と北海道、新潟の観光地、それらと東京を結ぶような観光のルートが形成されるよう、現在、内容を詰めている段階です。

新幹線延伸で深まる北海道との関係性 広域連携によるストーリーづくり

北海道・東北の人口は全国に先駆けて減少が進み、2040年には2割

以上減少すると言われています。これは日本人だけではなく、外国の方々にも北海道・東北に来ていただかないと、本当に大変なことになるといえることだと思います。

実は北海道と東北の観光には共通点があります。それは域内観光客が多いということです。どちらも域内観光客が観光客の4割を占めています。国内の他のエリアを見てみると、域内からいらっしやる観光客は、多くても3割程度ととても少ないのです。このような状況を見ても、域外から来てもらう工夫が必要です。北海道新幹線が来年春に開業しますと、輸送力は従来の2倍以上に拡大しますし、さらに来年の7月からは「青森県・函館ステイネーションキャンペーン」も始まります。ぜひ、これらを契機として、修学旅行に代表されるような北海道と東北の相互交流がより活発になるよう、連携を強めていきたいと思っています。

ところで皆さん、「日本遺産 (Japan Heritage)」という言葉をお聞きになったことがありませんか。これは地域の歴史的魅力や特色を通じて、わが国の文化・伝統を語るストーリーを文化庁が認定するというもので、今年の2月に募集がかけられました。東北からも応募がありました。結果から申しますと、北海道・東北で認定されたストーリーは、残念ながらゼロでした。しかし、今後「日本遺産」を日本全体で100カ所ほどつくりたいと思っていますので、市単位でも県単位でも

いいのですが、いくつかの市がまとまって、それぞれの素材を使い、一緒に知恵を出し合ってストーリーを考えることが必要ではないかと思っています。

これまで「日本遺産」に認定されたものには、兵庫県の篠山市の「デカンショ節―民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶」や、群馬県の桐生市、甘楽町、中之条町、片品村の「かかあ天下―ぐんまの絹物語」など、18のストーリーがあります。100のうち、まだ18しか認定されていないということは、あと82のチャンスがあるわけですから、また来年、チャレンジしていただきたいと思っています。各県、各市でそれぞれ1つの素材を探していただくことは、当然大切なのですが、自分の県だけ、自分のまちだけというのではなく、それらをまとめて、広域性、ストーリー性をもった形で観光というものを広げていきたいと私は思っています。

観光というものは非常に力があり、地域創生に役立つものだと思います。しかし、いまの状況のまま進んでしまえば、東北はインバウンドで後れをとるだけでなく、存在感そのものが減ってしまうのではないかと懸念があります。そうならないよう、我々が努力をしていかなければならないと肝に銘じているところです。皆さまの力をお借りして、「外国人観光客誘致を推進して良かった」と、後々思うことができるように、今後とも産官学連携、地域間連携を進めてまいります。