

国際化推進委員会(とちぎ観光シンポジウム)

委員長 内藤 靖 (㈱テラクリエーション)

日 時：平成 25 年 2 月 5 日 (火)

場 所：ホテル東日本宇都宮



国際化推進委員会（委員長 内藤 靖）では、過去 2 年間にわたり「アジアを中心とした外国人観光客の誘致」をテーマに活動を展開してきた。今回は、これまでの活動の集大成として、「とちぎ観光シンポジウム（～「とちぎの観光産業」を「とちぎの感動産業に」～）」を開催した。当日は、会員企業のほか、一般市民や観光産業関係者、県や市町の職員など 150 名を超える人が参加し、盛大なシンポジウムとなった。

【プログラム】

(1) 開会挨拶

栃木県経済同友会筆頭代表理事

板橋 敏雄

栃木県経済同友会国際化推進委員会委員長

内藤 靖

(2) <第 1 部>

基調講演：「これからの観光産業のありかた」

講 師：株式会社加賀屋

代表取締役会長 小田 禎彦氏

(3) <第 2 部>

①栃木県経済同友会の観光地活性化にむけた取組事例発表

国際化推進委員会 ICT研究部会 部会長

高本 寛

国際化推進委員会 ニューツーリズム研究部会 部会長

鷹箸 一成

②パネルディスカッション

〈パネリスト〉

株式会社加賀屋	代表取締役会長	小田 禎彦氏
那須高原リゾート開発株式会社（那須どうぶつ王国）	総支配人	鈴木 和也氏
鬼怒川グランドホテル 夢の ^{とき} 季	代表取締役	波木 恵美氏
株式会社足利フラワーリゾート（あしかがフラワーパーク）	専務取締役	早川公一郎氏
〈コーディネーター〉		
株式会社あしぎん総合研究所	常務取締役	豊田 晃氏



【板橋筆頭代表理事開会挨拶要旨】

本日は、「とちぎ観光シンポジウム」が、このように盛大に開催されますことを、主催者としてたいへんうれしく思っております。

さて、この後、観光シンポジウムの第1部として、株式会社加賀屋の小田会長様より「これからの観光産業のありかた」と題してご講演を賜ります。皆様も既にご存じのとおり、加賀屋様は、旅行新聞社が主催する「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」に33

年連続で1位を受賞されている名旅館でございます。私も何度か利用をさせていただいたことがございますが、いわゆる「おもてなし」に関しては目を見張るものがございます。この後の小田会長様のお話は「栃木県の観光産業」において大きなヒントをいただけるものと楽しみにしております。第2部では、小田会長様と栃木県の観光産業を第一線でリードされている方々によるパネルディスカッションがございます。こちら、皆様、日頃から斬新な活動を展開されている方々ばかりで、たいへん興味深いお話が伺えるのではと、楽しみにしているところでございます。

ところで、円高の影響や福島第一原子力発電所の事故の影響により国内観光産業はたいへん厳しい状況下でございます。さらに国内外の観光地間の競争も激化しており、これからは、単なる温泉などの観光資源の存在だけでは、観光客を誘致するのに難しい局面を迎えております。これからは、従来型のやり方から脱却し、「あらたな仕掛け・戦略」がとりわけ重要になってくると考えております。栃木県は、豊かで美しい自然景観や温泉に恵まれ、歴史的・文化的にも多くの観光資源を有しており、観光分野においては、全国的にも優位な条件にございますが、これからは、これらの観光資源に加えて「新たな仕掛け・戦略」が、どれだけのことができるかが、本県産業の鍵になると確信しております。

本日のシンポジウムは、小田会長様をはじめ、既に「新たな仕掛け・戦略」で、観光業において大活躍をされている方々からお話をいただきます。そのお話の中には、実に多くのヒントがあるはずで、今回のシンポジウムが栃木県観光活性化の一助になることを切にご祈念申し上げます。



【国際化推進委員会内藤委員長挨拶要旨】

本日のサブタイトルにもございますように、観光はその地を訪れた人に、感動を与えることのできる素晴らしい産業です。

少子高齢化、それに伴う人口減少、経済のグローバル化による産業流失による国内空洞化が問題となっている現在、海外からのお客様を本県に誘致することは、交流人口の拡大による地域活性化に不可欠であります。それ以前に、日本人観光客が感動を覚える栃木

県にしなければなりません。観光に携わっている方の努力はもちろんのこと、そこに住んでいる私たち一人ひとりが、その地域に誇りを持ち自慢できる地域に行かなければなりません。あわせて、栃木県民が一体となった「おもてなし」が不可欠です。「とちぎの観光産業」を「とちぎの感動産業」にとは、観光業に直接携わる方々だけでなく、すべての県民がふるさと栃木県を愛し、業種や垣根や、地域の隔たりを越えて協力し連携しあい、互いに発展することを意味します。1人の100歩より100人の1歩が重要なのです。小さな行動がやがて大きなムーブメントとなり、いつの日にか、栃木県が世界に誇れる素晴らしい県になることを切にご祈念いたします。

《第1部》

基調講演：「これからの観光産業のありかた」

講 師：株式会社加賀屋

代表取締役会長 小田 禎彦氏



【講師略歴】

1940年	石川県七尾市和倉町生まれ	1986年	和倉温泉旅館協同組合理事長
1962年	立教大学経済学部卒業	2000年	株式会社加賀屋代表取締役会長
1979年	株式会社加賀屋代表取締役社長	2002年	七尾市観光協会会長
1986年	七尾商工会議所副会頭	2002年	能登半島広域観光協会理事

【講演要旨】

私は石川県の能登半島の和倉温泉で加賀屋という旅館を経営しております。和倉温泉は大同年間（今から約1200年前）に白鷺が傷ついた足を温泉で癒しているところ、発見されたと言われております。また私は現在、「ほっと石川おいで遊ばせ」運動という会の会長を仰せつかっております。これは、「ようこそ北陸石川県へお出で下さいました。どうぞゆっくりと石川県を楽しんで下さい。そして良かったら是非住んで下さい。」という趣旨で展開している運動です。リゾートという言葉には、「たびたび訪れる。できればその地に住んでみたい。」という意味が含まれます。「ハッピーリタイアメント構想」という言葉があるように、「年をとったら、都会の喧騒から離れ、もっとゆったりと自然と触れ合いながら住んでみたい」という方々も多いわけですから、地域活性化のためには、なによりも定住人口を増やしていくことが一番重要となってきます。しかし、なかなかそうはいかないわけで、一時滞留でもいいから、「なんとか訪れていただけるような仕掛けづくりをする。交流人口を増やす努力をする。」ということが重要で、本日のテーマの「観光産業のありかた」ということにつながるのではないかと思います。

ところで、今まで日本で誇れる産業と言えば、明晰な頭脳を駆使した「ものづくり」が代表的でありましたが、昨今はアジア諸国が「ものづくり」のノウハウを持つようになってきました。加えて、長引く円高、安い労働力を背景に、日本の「ものづくり」産業がだんだん浸食されているのが現状です。そうした中、形がない「おもてなし」「ホスピタリティ」というものを武器にアジアへ打って出ようという風潮が高まってきました。2年前のNHKの「クローズアップ現代」の番組において、「おもてなしで世界をねらえ」というテーマで、私ども加賀屋、クロネコヤマト、資生堂が、紹介放映されました。クロネコヤマトも資生堂も「おもてなし」を武器にアジアへ進出している超一流企業でございます。そんな一流企業と並んで片田舎の私どもが取り上げられたのは、少し無謀であったかもしれませんが、台湾の北投（ぺいとう）温泉に、北投加賀屋という日本旅館を立ち上げ、アジアへ打ってでたことを、NHKが『「おもてなしの心」を世界に売り込んでゆく一つのモデルケース』として注目していただいたからでございます。

本題に入らせていただきますが、バブル期の観光というものは、団体旅行が中心で金銭消費型が主流でありましたが、昨今は、癒し・体験・健康などの切り口で、各個人が自分流の楽しみ方をするいわゆる時間消費型の観光スタイルに変化してきています。また、畳・座布団での食事を嫌いテーブル・イスでの食事を希望するお客様、お部屋でお茶を入れ替えて会話をするというサービスも「プライバシー」を侵されるという理由で嫌うお客様が非常に多くなってきているのが特徴です。このように、お客様のニーズが細部にわたって、多様化しているので、観光業もなかなか難しい対応を迫られているわけです。そこで、原点に戻って「観光」とは、何かと言いますと、中国の「易経」という本の中に、「国の光を観る」という文言があり、ここから「観光」という言葉ができたといわれております。では、その「光」

とは何か。それは「その地独特の文化、他では味わえないもの」ということです。すなわち、「栃木に行かなければ味わえない、見られない、楽しめない」というものが、栃木の「光」ということになります。そうゆうものをさらにブラッシュアップしてゆくことが重要です。これは、今どきの言葉でいうと「コア・コンピタンス」（すなわち、「他からの期待に応じて、期待通りのものを提供する能力」ということになると思います。栃木にしかない「光」「お宝」「魅力」を内部の眼、外部の眼で発掘し、それを磨きあげて、観光客に期待通りに提供してゆく努力が極めて重要になると思います。

また、地域活性化の観点からみても、観光業は極めて重要な役割を担っております。観光客が増えても宿屋だけしか儲からないというのはほとんどない間違えであります。一つの例を挙げますと、和倉温泉の最盛期の宿泊観光客は1日約4,700人で、1人当たりの1日の消費金額が22,252円、和倉温泉全体における1日の売上は約1億円というデータがございます。一方、和倉温泉は七尾市という行政体に属しますが、人口は同時期47,000人で、1人当たりの1日の消費額は2,300円、温泉地の住民全体の1日の消費額は約1億円というデータがございます。すなわち、観光客と町全体が消費する金額が同じということになるわけです。ここで重要なのは、観光客の消費したお金が、旅館だけに残るわけでないということです。例えば、お米は農協から農家、お魚は漁連から漁師、お酒は酒造メーカー、従業員が美容室に行けば美容室に、当旅館は420部の新聞を各部屋へ入れていますがそのお金は新聞社、電力は電力会社など、あらゆる産業にお金が流れてゆくわけです。すなわち観光業は、1次2次3次産業の全てにおいて波及効果があり、極めて裾野の広い産業でかつ地域への滞留分も他産業に比べ高いと言えるのです。観光を活性化させ、それに関連する産業も含めパイを大きくし、Win-Winの関係を構築してゆくことが、地域活性化には重要な手法と言えるでしょう。

次に重要な話ですが、「その地に行くだけの必然性があるか」ということです。つまり「光」「お宝」の話につながるわけですが、ご当地栃木県には、「いちご」がございますが、私どもには「ルビーロマン」と言って、日本で一番大粒のぶどうで、香りもよく、おいしいものがございます。この「ルビーロマン」が開発された当時、知事が「これは農家の方が精魂こめて一生懸命作ったもので、入札で値段を決めるから、小田さんも入札に参加してよ」とおっしゃるので入札に参加し、「ご祝儀ということもあるので10万円位だろう」という判断で落札いたしました。30粒10万円、1粒あたり3千円ということで当時はだいぶ話題になりました。次の年は、とある民宿のご主人が「加賀屋には負けられない」ということで、20万円で落札しました。1粒約7千円ということで、全国的に一度は食べてみたいという反響がおこりました。その他の能登のお宝の一つに、世界農業遺産に認定された千枚田があります。この千枚田のライトアップがものすごい人気です。以前はこの千枚田をライトアップするのに、ろうそくを使い人力で行っていたためものすごい労力がかかりましたが、現在は太陽光発電のLEDにかわり、コストも労力もかからなく、地域のイメージアップになっております。さらには、「揚げ浜塩田」がございます。これは塩水を砂浜にまいて塩を作る独特の製法ですがこれも売りの一つです。それから、発酵文化、代表的なものとして「いしる」と言いまして、イカや魚のはらわたをうまく使いお醤油にしたものがございます。こんなものが売りになるのかとお思いになるかもしれませんが、今まさにグルメの時代、健康志向が強まる時代、こうした天然のものがものすごく売れている傾向がございます。また、以前は宿自体、泊まること自体が目的であった時代でしたが、最近、宿自体は目的でなく手段、すなわち何

かを体験してその手段として宿に泊まるという時代に変化してきております。そうした中、石川県には、有名なサッカー選手本田さん、ニューヨークヤンキースで活躍した松井選手を輩出した名門校、星陵高校がございます。このサッカーの名門校星陵高校と練習試合がしたいという要望が多く、北陸の地まで全国からバスを連ねて多くの方が合宿にきている状況が続いております。その他の例として4年前から能登で始まったマラソンが挙げられます。このマラソン大会の日程が東京マラソンの1カ月後ということで、東京マラソンにエントリーして抽選で落ちた人が、「せっかく練習してきたのに走れなかったので、どこか走れる所はないか」と調べて、多くの方がこのマラソン大会に参加していただいているという現実がございます。ですから行事の日程の設定という単純なことでも、いろいろ頭を使えば、いろんな流れをつくることのできるのだと思います。またその昔、仲代達也さんが、能登の田舎の古い学校の跡地で、若い人たちと演劇のトレーニングをしてらっしゃって、最近では立派な能登演劇堂となり、現在もロングランでの講演が行われております。地方で演劇をゆっくりみるというコンセプトで、ものすごい人気がございます。以上の話からおわかりのように、以前と違い、宿は目的でなく手段に変化してきているわけです。ですから、単なる観光資源だけでなく、わが町ではこういうものが「売り」ですというような積極的な対外誘致が極めて重要になってくるのだと思います。

次に一つのヒントになればとお話しますが、日経新聞に465日にわたり連載された長谷川等伯は、実は私ども七尾の出身で、国宝の松林図はあまりにも有名です。この長谷川等伯を主人公に描いた小説「等伯」の作者、阿部龍太郎氏が先日直木賞を受賞されました。そこで、郷土七尾が生んだ画人長谷川等伯を売り出さない手はないということで、地元の信用金庫の理事長さんは、上下2冊の分厚い本を全国の信用金庫の理事長さんに送っていただきました。その結果、信用金庫の積立旅行でわが社などを選んでいただいで、団体旅行が少ない時代、全国の信用金庫の団体が驚くほど来ていただいている状況が続いております。

以上いろいろ申しあげましたが、地域の方々が知恵を出し合い観光客を増やすということは、けっして宿屋だけが儲かる話ではなくて、あらゆる産業が潤うわけです。いかに交流人口を増やすことが重要かご理解いただけたかと思います。

そろそろ、加賀屋のお話をさせていただきますが、旅行新聞社が主催する「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」というものがございますが、たいへん恐縮ですが私ども33年連続総合1位をいただいております。最初のころは、私が先頭にたち社員の教育にあたっておりましたが、33年日本一ということになりましたら、古手の社員が若手の社員に「お客様は日本一とはどんなものか良く見ているのよ」と今まで私がやっていたことを自然にやってくれるようになりました。こうなってきたことが私にとってたいへんうれしいことであります。

「日本一の山は」と聞くとほとんどの社員が馬鹿な質問をしてという反応をしますが、「二番目の山は」と聞くと答えられない。「日本一だから皆様に覚えていただけるんだ。日本一ということが大切なんだ」ということをとことん教えこんできました。今ではようやく末端まで浸透してきたと実感しております。実は現在の加賀屋の原点は私の母でございます。母は昔、大手企業のお客様を港までお迎えにあがる時間に遅れ、こっぴどく怒られた経験を機に、サービスの重要さを認識し、徹底的にお客様へのサービスを貫き通しました。社員教育に関しても厳しい反面、深い愛情が根底にあり、どの社員も口をそろえて「おかみさんは自分の母以上に私のことを思ってくれている」と言っておりました。何十年たった今も母の「加賀屋

イズム」は脈々と受け継がれています。

ところで、わが社は年間 30 万人のお客様にきていただいております。アンケートを願いますと 8% (24,000 枚) の方に書いていただいております。このアンケート結果を徹底的に分析し管理を行い、会社をあげてサービス向上、リピーターづくりに努力しております。

それから、サービス向上のために 30 年位前にやったことが 2 つございます。一つは、1 階が企業内保育所、2 階から 8 階までが 53 室の母子寮からなる「カンガルーハウス」という施設を造ったことです。保母さん 10 人で、そこに入っている 30~40 人の子供たちの世話をする仕組みです。これにより、朝早く夜も遅いお母さんたちは、後顧の憂いなくサービスに専念できるようになりました。口の悪いライバル旅館のご主人に「加賀屋は子供を人質にとってお母さんをこき使っている」などと言われましたが、サービスの向上にはたいへん役にたったのではないかと思っております。一方で、サービスの素晴らしい客室係が辞めてゆく一番の理由は、親の最期の面倒をみるためということです。そこで古い旅館を買いました。そこに地元の有名な病院と組んで、両親を呼び寄せる（こんどは親を人質にとる（笑））施設を造りました。これにより、十分に親孝行をしてサービスに専念できる体制が整いました。こうしたことも優秀な人材の確保のためには重要ではないかと思っております。そして、30 年位前にやったもう一つは、料理を積んだ重いワゴンを運ぶことがたいへんな重労働で、辞めてゆく社員が多かったため、ワゴンを自動で運ぶロボット（自動搬送システム）を導入しました。これは、裏廊下に自転車のチェーンのようなものが埋め込まれていてワゴンを運ぶシステムで、これにより社員はよりサービスに専念できるようになったのです。

最後になりますが、サービスは極めて重要で、これからはサービスがいいか悪いかで優劣が決まってゆきます。日本人 1 億 2,800 万人のうち働いている人は 50%、さらにそのうちサービスに関わる第 3 次産業で働く人は約 66%、すなわち 3 人に 2 人はサービス産業、人を相手に働いているということです。ですからサービスが良いか悪いかで勝ち負けが決まるわけです。にもかかわらず、「サービス」は「ただ」と同義に認識されることが多いのが現実です。

（例えば：これだけ買ったのだから「サービス」＝「ただに」しろよ）しかしこれではダメなんです。本当のサービスとは、「プロとして訓練された社員が給料を頂いて、お客様の為に正確にお役に立ってお客様から感激と満足感を引き出すこと」であります。そして、本日の最も大事なポイントですが、サービスには本質が 2 つございます。一つは正確さです。おつりを間違えてもいけません。モーニングコールを間違えて商談に遅れたら損害賠償です。医療においては手術室の名前を間違えて手術をしたら命に関わります。では正確であればつけんどんでもいいのか、そんなわけはありません。正確さとあわせてホスピタリティすなわち相手の立場にたっておもいやる心がしっかりしていることが重要です。ホスピタリティがしっかりしていても間違っただけでもいけません。正確性とホスピタリティが両立してはじめていいサービスということとなります。最後に、栃木の観光において皆さんが力を合わせて成果を上げるための一番重要なポイントは、「お客様が抱える問題解決」ということとなります。例えば、もし癌を治してくれたら、その対価としては全財産を出してもいいという人も多いのではないのでしょうか。「お客が抱えている問題解決」を誰よりもうまくできたら、どこにも行かず必ずここに来るんです。そうしたお客様の問題・ニーズを捉え具現化して行くまでに相当な時間と苦勞も伴いますが、ぜひ地域のオリジナリティを強く出し、進んで行っていただきたいと思っております。

（文責：事務局 相馬 祥朗）

《第2部》

① 栃木県経済同友会の観光地活性化にむけた取組事例発表



【高本部長発表内容】

東日本大震災により、平成23年の栃木県への外国人観光客数は対前年比で-54%と大きく減少しており、これは全国平均の-35%と比較しても非常に大きな落ち込みです。このような状況を踏まえ、当部会では、栃木県の持つ観光地としての豊かなポテンシャルをICTを活用することでフルに引き出し、外国人観光客の満足度を向上させ、今後も大きな潜在需要が見込める“外国人観光客の回復そして増加”を図ることを目的に各種検討を重ねてきました。そこで、下記5つのサービスを提案いたします。

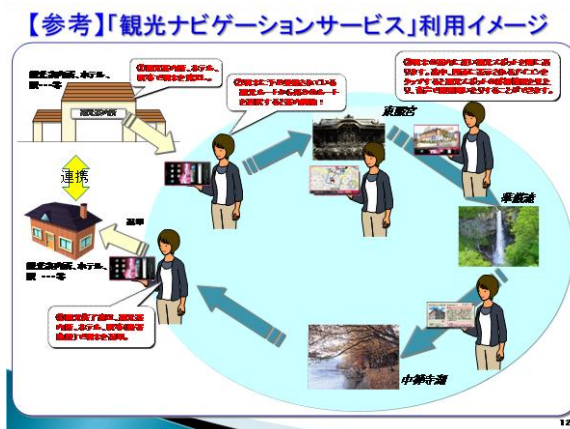
スマートフォンの満足度を向上させ、今後も大きな潜在需要が見込める“外国人観光客の回復そして増加”を図ることを目的に各種検討を重ねてきました。そこで、下記5つのサービスを提案いたします。

1. 『観光地ナビゲーション』サービス

スマートフォンでお好みのコースを選択するだけで、まるで母国語を話す観光ガイドさんが同行し説明してくれているかの様に、スマートフォンが観光コースの道案内や観光スポットを説明するサービスです。

【サービス提供イメージ】

- ・観光案内所等でナビゲーション端末（スマートフォン）を無償貸出します。
- ・利用者は予め登録されている観光コースの中から好みのコースを選択し周遊を楽しめます。（例）中禅寺湖周辺散策、東照宮案内、日光自然ふれ合い、文化体験、有名人お勧め…等
- ・主要な観光スポット以外に、観光ルートの途中にある隠れた穴場観光スポットなどの紹介も行います。



2. 『観光情報を動画で説明する』サービス

従来の観光案内情報提供は、チラシやホームページ等による文字と静止画での説明が主でしたが、特に体験型観光などについては、文化の異なる外国人にはなかなか魅力が伝えられ

ませんでした。そこで、動画と音声（多言語）を使った説明を取り入れることで、今まで伝えられなかった“真の魅力”を伝えることができるようになります。

- ・スマートフォンのカメラで、観光案内チラシや雑誌に掲載されている気になる写真を撮影すると写真が動画となって動き出し、動画と音声による説明が始まります。
- ・写真以外にも、看板やポスターの撮影を行うことで動画を再生することも可能です。
- ・撮影した写真が動き出す面白さや QR コードの掲載が不要になり、アナログ媒体の価値を高めることが出来ます。

3. 『音声翻訳、文字翻訳』サービス

■音声翻訳

スマートフォンに話しかけると、まるで通訳さんがいるかの様にスマートフォンが言葉を翻訳し相手の言語で話しをしてくれるサービスです。

- ・観光客が地元の方と気兼ねなくコミュニケーションをとることができ、日本の文化に気軽に触れることができます。(例) 土産物の説明、飲食店で料理の説明を聞く、地元老人が昔話をする …等
- ・駅、店舗、ホテル、タクシーなど観光地各所に配備することで、観光客の言語でお客様対応が可能となり観光地全体のホスピタリティ向上につながります。

■文字翻訳

飲食店のメニューや街中の標識などにスマートフォンのカメラを向けると、翻訳された文字が画面上に表示されます。

- ・レストランのメニュー、街中の看板や案内板などにスマートフォンのカメラを向けると利用者の言語に翻訳された文字が画面に表示されます。これにより観光客は、迷わず・安心して観光を楽しむことが出来ます。

4. 『観光情報提供サイトの充実化』

体験型観光、周辺観光地情報、異文化外国人を意識した観光情報提供などを行う観光情報提供サイトの立ち上げ。栃木観光は「ここを見れば全てわかる！」という充実した“観光情報提供 サイト”を準備し、外国人観光客が情報収集する際に迷わない環境を提供します。

(新規 or 既存サイトを利用)

- ・多言語対応はもちろんのこと、様々な文化や多様性を意識した情報を提供。
- ・行ってみたい、見てみたい、やってみたい、食べてみたい、泊まりたい・・・と思った時にすぐに予約できるシステムを提供。
- ・無料 Wi-Fi スポットを利用することで、いつでも様々な観光情報の収集が行えます。

5. 『Wi-Fi（無線 LAN）インターネット接続』サービス

◆観光地各所に無料利用できる『Wi-Fi スポット』サービスを提供します。

- ・観光地に Wi-Fi スポットを配備することで観光客を呼び寄せることができます。
- ・設置場所は、駅、観光案内所、店舗、観光スポット内などを想定しており、必要な箇所でスポット的にサービスを提供します。

(観光地周辺のお店等に協力いただき、観光動線上に設置)

- ・これにより、観光客は、自国にいる時と同様に様々な観光情報収集等を安心して行えます。
- ・Wi-Fi スポットの利用開始時に Wi-Fi 設置店舗のクーポン券やお店紹介ページを表示させる等の工夫をすることもでき、Wi-Fi 設置店舗等の売り上げアップなども期待できます。



【鷹箸部会長発表内容】

栃木県経済同友会では、これまで栃木県の観光活性化のために様々な活動をしてきました。

例えば、宇都宮で毎年秋に開催される熱気球大会(とちぎインターナショナルチャンピオンシップ)を「とちぎの観光の宝」に育てるため、4年間にわたる活動を展開して参りました。

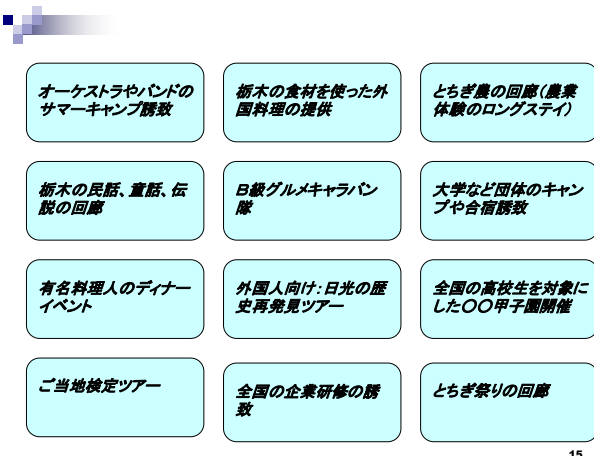
この具体的活動としては、お笑

い芸人などによる「ステージイベント」、地元的新鲜野菜を使った創作「しもつけ鍋」の配布、栃木県経済同友会の会員が、田植えから稲刈りまで体験し育てたもち米を使用した「もちつき大会」、子供向け「バルーンアート教室」、子供向け「しょうぎ教室」などを行い、大会観客動員数も4年間で4万人も増加するまでに成長させることができました。

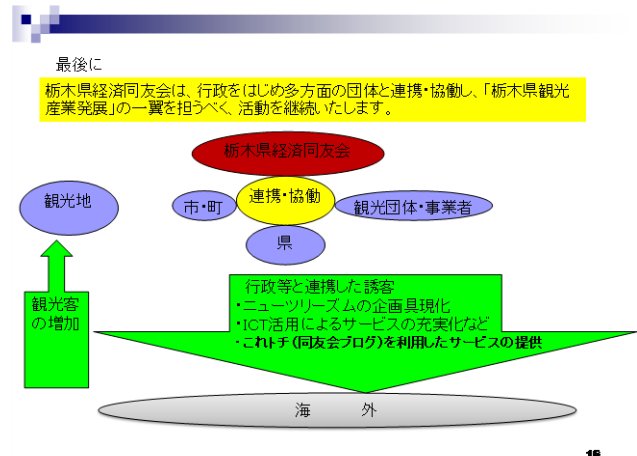
また、栃木県経済同友会の会員企業向けに、外国人グループの企業視察受け入れ可否のアンケートを実施し、産業観光の可能性などについても調査いたしました。

さらに、「これトチ!」という、ブログを立ち上げ、栃木県の素晴らしさを、国内外に情報発信するしくみをつくりました。このブログに掲載されている情報は、全て経済同友会の会員と、同友会会員企業に勤務されている社員の皆さんから推薦いただいたところをピックアップして、地域振興委員会のメンバーが実際に訪問し、「見て・味わって・体験し・確認」した本物の情報であり、観光客誘致にも有効にご活用いただけるものと思います。

ニューツーリズムについては、部会内でいろいろ知恵を出し合い、スライドにあるようにいろいろ企画案を作りました。しかし、新しい試みには、相当の時間とパワーがかかることは必至で、当会単独で実現できるものではありませんので、今後は行政、観光団体等幅広く連携協働していただきながら、当県観光産業振興のため活動を継続する方針です。ぜひ、今後とも多方面の方々にご協力をいただき、栃木県観光産業に新たな光を生み出せればと考えております。



【おすすめニューツーリズム案】



【今後の当会の観光への取組方針】

②パネルディスカッション



【豊田氏】はじめに、「集客」や「おもてなし」で工夫されている点について、順次お話をいただければと思います。

【波木氏】一つに、季節感あふれる演出をするということです。例えば、温泉地全体としては、2月から3月いっぱいまで「きぬ姫まつり」というイベントを数年前から始めました。これは、ホテルや旅館でお雛様を飾り、観光客にいろんなホテル・旅館の施設を散策していただき楽しんでもらうというイベントです。自分の宿泊客以外の観光客に施設を開放するという意味では画期的なイベントだと思います。一方、当ホテルでは、館内の装飾だけでなく、料理や女性従業員の制服、宿泊料金以上の贅沢感、気持ちのいい時空間づくり、美しいこだわりのある料理、「上質なおもてなし」をとりわけ心がけております。私は、この「上質」という言葉を、高級という意味でなく「心地よい」と自分なりに定義しております。ですからお客様にいかに心地よくお過ごしいただけるかということを中心に追求しています。それから、外国人観光客誘致のお話ですが、一番大事なことは、日光・鬼怒川の街全体でウェルカムの雰囲気を出すことだと思います。

【早川氏】当足利フラワーパークは、藤の季節だけでなく、年間を通じて安定集客を図ることで従来から努力してきました。結果がついてきているものの一つとしては、11年目になる冬場のイルミネーション事業がございまして。お陰様で関東3大イルミネーションの認定、ヤフーの全国ランキングで夜のイルミネーションの部において第2位をいただきました。11年しっかりとやってきた結果、なんとか、世の中の評価をいただけるようになったという印象です。それから、私どもは常に新しい仕掛けを毎年行っています。私は「現状維持は衰退の第一歩」と考えています。企業の姿勢としても「常に挑戦し続ける」、また、「常にお客様に最高のものを提供しつづける」というスタンスで日々取り組んでおります。こうした取り組みがリピーター・ファンづくりにつながっていると思います。また、私どもでは、花の咲き具合で日々、入園料が変わる価格変動制、時価制を採用しています。「お客様は来たその日がすべ

て」であるわけで、これは、お客様が来ていただいた日に満足していただける価格すなわち適正価格で提供すべきだという考え方によるものです。価格に割高感をもったお客様は今後来てもらえなくなってしまうわけですから、価格設定も含めて、きめ細やかなサービスができるかどうかは、極めて重要なことと考えています。

【鈴木氏】私は、ホスピタリティとは、感動の場を共有することと理解しています。おもてなしと集客は表裏一体で、人と人との交流はクリエイティブな大きな化学変化をおこし、それが、いわゆる感動だと思います。そして感動した人間はそれを誰かに伝えたいという衝動にかられます。それを伝えて巻き込む力が、ホスピタリティだと思います。そしてそれが結果的に集客という形になって現れるものと理解しています。ところで、栃木県の県北エリアは全国的にも猛禽類の有数の生息地であり、私たちはこの猛禽類に着目しバードパフォーマンスショーという形をスタートさせました。鳥は当然のことながら飛んでいる時が一番生き生きしており、それを見ているスタッフも一番生き生きしているわけです。その生き生きした状況や感動をお客様に分かち合ってもらうためショーをスタートさせました。重要なことは、いかにお客様を巻き込んで感動を伝えてゆくかということです。このようなことを積み重ねてこれまで集客につなげてきたということです。

【豊田氏】次に地域との連携についてお話を展開いただければと思います。地域との連携は、なかなか定義が難しいと思いますが、同じ観光地内の連携でも結構ですし、他の地域、広域での連携でも結構ですので自由にお話いただければと思います。今度はまず、鈴木様よりお話いただければと思います。鈴木様は、那須ブラーゼンというプロの自転車チームの立上げにもご尽力いただいておりますが、スポーツを通じた地域連携についてもお話いただければと思います。

【鈴木氏】何よりも私は自転車が大好きで、氷点下の寒い中毎日 40 キロ以上自転車に乗っています。震災後、那須で自転車のロングライドの大会をやろうという話が出てきまして、地域も職種も違う 8 名の人が集まってスタートしました。つまり、イベントの立上げ自体が連携だったわけです。1 年目は 800 人、2 年目は 1,500 人で、そのうち 6 割程度の参加者が首都圏の方でした。

【豊田氏】ツールド栃木をやりたいとの話もお聞きしましたが、さらに詳しくお聞きできればと思います。

【鈴木氏】昨年の 9 月に有志の集まりのなかで、ツールド栃木を目指そうと言う話が出ました。これはツールドフランスが 100 周年を迎える時期、栃木県内の地域同士がたすきをつなげたら、どんなに素晴らしいだろうという発想でした。現在その実現に向けて皆で進めているところです。

【波木社長】鬼怒川は大きな旅館が多いせいか、以前はなかなか一つにまとまることはありませんでした。しかし、外国人観光客を誘致する活動いわゆるインバウンド活動において、個々の旅館単位での話ではないということで、地域が連携する流れができました。その後、そうした連携がインバウンドだけでなく各種イベントづくりの連携にも広がってきました。4 年前になりますが、「月あかり花回廊」といって 10 日間ほど、夜ライトアップして、観光客に夜の街を楽しんでもらうイベントをスタートさせました。これは、旅館だけでなく多くの地元の協力連携により、着実に成長しております。現在まだ過渡期ではありますが、地域がまとまりつつある状況になってきています。インバウンドにおいては、世界各国と日本とい

う競争、次に日本国内で東と西の競争、更に県同士の競争と色々な競争の中で選ばれてはじめて地域に来ていただけるという厳しい状況にあるわけで、地域連携は、なによりもオール栃木で力を合わせて頑張っただけでゆくことが大切だと感じております。

【早川氏】当足利フラワーパークは、群馬県、埼玉県、茨城県、東京などの近県と非常にアクセスのしやすい場所でありますので、連携関係はつくりやすいと思います。しかし、他地域との連携に関しては、慎重に検討し、しっかりとした仕掛けをつくってゆく必要があると思います。我々の花の施設に関して言うと、他地域の先進の観光地との連携があると思います。

しかも、それぞれの季節のずれを利用した季節間連携、地域間連携が考えられます。例えば、水戸の梅、河津の桜、足利の藤、千葉にある京成バラ園など、しっかりと結果を残しているところとの連携、互惠関係を構築することは、非常に意味のあることではないかと考え、現在検討しております。このように、しっかりとしたターゲット、具体的なテーマをしっかりと検討することが重要だと思います。また、先ほどお話した関東3大イルミネーションの認定の趣旨は、単なるブランド化ではなく、地域連携ということで、今後、関東の光の名所として広く情報発信をしてゆけないかということから生まれたものです。このように、統一したテーマを基に、しっかりとした取組をしてゆけば、十分に地域間連携ということは可能だと思います。

【豊田氏】パネルディスカッションの最後のテーマとして、栃木県観光に関する提言、苦言でも結構ですので、お話いただければと思います。

【早川氏】観光客誘致において、国内外の競争が激化している中、あらたな仕掛けができるかどうかたいへん重要になってくると思います。行政に対しての要望としては、広告告知も含めそれぞれのイベントに対する効果検証をしっかりとやっていただきたいということです。やっただけで満足しては結果につながらないわけで、やったことに対してどれだけの結果が伴ってきたかということを徹底的に、シビアに突き詰めることが極めて重要になってくると思います。台湾の誘客を事例としてあげますが、よく政府関係者や要人に会って、エージェントに説明をしてきたと報告を受けますが、その後のケアはどうかという点決して十分ではないような気がします。群馬県では、台湾からの誘客をお願いする代わりに、台湾からお茶やバナナを輸入し、台湾バナナにいたっては群馬県内の給食に導入するなどしっかりとした互惠関係が構築されている事例もあります。この話は効果検証ということにつながりますが、検証して直すべきもの、無くすべきもの、新たに考えて構築するものをしっかりと整理して、官民協働で取組んでゆく必要があると考えています。

【鈴木氏】人材の育成に関しては、県のリーダー育成塾を中心に大きなうねりがでてきていると感じており、着実に良い方向に向かっていると思います。私は青森県出身なので、つくづく感じるのが、栃木県は観光資源だけでなく様々な資産があり、極めて恵まれた県であるということです。しかし、そうした資産が必ずしもうまく活かされていないような気がします。その一つの要因に、観光活性化に向け、資産を掘り起こしブラッシュアップしていく途中で、短期間で行政担当者が異動になってしまうケースが多くあります。観光の分野で何かを作り上げようとするにはかなりの時間が必要です。そうした過程において、短期間で行政担当者が異動になることは、栃木県の観光においては大きなマイナスになります。ですから、「この時期この人は絶対に必要だ」という観光地からの要望もある程度受け入れていただ

ければありがたいと思います。また、オール栃木を標榜するには、しっかりとした理念が必要だと思っています。その理念づくりに県の方々も邁進していただきたいと思っています。場合によってはプロジェクトチームを作っていただきたい。そのトップは民間人であるべきだと考えます。その中で行政は是非しっかりとサポートをしていただき、できればオール栃木のロゴの入ったユニフォームを作り、栃木県のために官民一丸となって進められるような夢のある組織を作っていただければありがたいと思います。最後になりますが、栃木県にはブラザーズを含めプロスポーツが5つもあり、これを活かさない手はないと思います。

スポーツは子供たちに夢を与えることができ、また多くの方々に感動を与えられるエンターテイメントであるからです。スポーツを通して国内外に発信するという方法もあると思いますので行政のお力をお借りできればありがたいと思います。

【波木氏】先ほど、話しそびれましたが、先日観光庁のセミナーで、ムスリムツーリズムいわゆるイスラム教の方々をどうやって受け入れるかという話を聞いてきました。皆さんはまだ先の話とお思いになるかもしれませんが、すぐ目の前にある話なのです。このように、今後はいろんな切り口で物事を捉え、取組んでゆく必要があると感じました。さて、行政への提言ということですが、観光という世界は1年や2年では育たないのが現実です。ですから、観光行政に携わる方は、最低でも5年はじっくりと腰を据えて一緒に取組んでいただきたいということです。もう1つ指摘したいのは、行政の悪平等という点です。つまりここをやったら、ここもやらなくてはならないからできないというスタンスです。しかし、伸びてゆく形はそれぞれ違うわけですから、悪平等にならずに、一生懸命やっているところを応援していただけるような行政のバックアップをお願いしたいと考えています。最後になりますが、栃木県は見せ方、発信の仕方が極めて下手であるということです。先ほど、小田会長のお話で、ルビーロマンというぶどうが一粒7千円という話がありましたが、一見馬鹿げたことに見えても、真剣にやる、遊び心をもって取組むということが栃木県には全くないと感じております。ルビーロマンの心意気に習い、見せ方・発信の仕方を追求してゆく必要があると思います。

【豊田氏】パネルディスカッションの最後を小田会長様にしめていただきたいと思います。本日の観光シンポジウムを通しての感想でも、観光振興に関わる話でも結構ですので自由にお話いただければと思います。

【小田氏】参考になるとしますのでインバウンドのお話をさせていただきます。石川県には小松空港と能登空港がございます。あまり有名でない小松空港に、2年前までは台湾から週2便だけでしたが、現在は台湾のエバー航空の飛行機が、毎日1便飛んでくるようになりました。知事が先頭に立って一生懸命取組んできた一番わかりやすい実績ではないかと思えます。台湾との関係が深くなったきっかけは、15年前にトヨタ自動車台湾のディーラーを日本にご招待したとき、台湾の方から都心や工場の見学だけでなく、より日本人の文化や生活様式に触れたいという話があり、250名の台湾のディーラーの方々がわが加賀屋へお越しいただいたことがございました。初めて文化や生活様式も違う外国人の団体を受け入れるわけで、だいぶ戸惑いましたが、客室係も筆談やジェスチャーを交えながら、誠心誠意接客に務め、また台湾の方は賑やかなのがお好きなので、カラオケや踊りを一緒に楽しんでもらい出来る限りのおもてなしをいたしました。そうしたところ、地方の旅館で日本人は台湾人を心から歓迎し、手厚いおもてなしで対応してくれると高い評価をいただきました。ご夫婦で

6回7回いらっしゃる方はざらで、中には15年で15回という方もいらっしゃいます。そうした中、李登輝さんがいらっしゃって、「相手の立場にたって分け隔てなく、誠心誠意もてなす日本の旅館は素晴らしく、うらやましい。ぜひ、台湾にきて台湾の女性に日本のおもてなしの文化を伝授してほしい」との趣旨の話があり、それがきっかけで、台湾に加賀屋を出す運びとなりました。そして、本店加賀屋で一番の女中頭を台湾へ行かせ、台湾の女性約70名に日本のおもてなしの作法、文化を誠心誠意、指導させました。正座ができない女性が3週間で正座できるようになるなど、実に真摯に熱心にご努力いただきました。さらに驚くことに、2年たった状況を、指導した女中頭に再度台湾へ行って見てきてもらったところ、指導したことをしっかりと忠実に貫いていると、感動して帰ってきたということもございます。また、台湾に加賀屋ができたのですから、日本の加賀屋にくる台湾人は減るとお思いでしょうが、実はその逆で、日本の本家本元を見てみたいと増加している状況です。知事の努力によるところが大きく、小松空港へエバー航空のディリー便が実現しましたが、現在も順調にいております。ところで、海外からのインバウンド人口は年間800万人、アウトバウンド人口は年間1,000万人、つまり2人出て行って、1人しか来ないという計算になります。ちなみにフランスのパリのインバウンド人口は8,000万人で、観光でメシを食っているといっても言い過ぎではありません。世界のグローバル化、日本の人口減少という背景においては、日本も2030年を目途に、インバウンド人口をパリの半分の4,000万人程度まで増やす不断の努力をし、観光立国を目指さなければなりません。先ほど、栃木県経済同友会の取組発表の中で、ニューツーリズムの話がありましたが、私どもでも、25年前に田舎でジャズフェスティバルをやろうと取組んできました。最初はなかなか思うように行きませんでした。25年たった今やっとトントンから黒字になってきたような状況です。やはり、新しいものを作りあげるには「粘り」が重要になってくると思います。先ほどのお話を伺っていると、足利フラワーパークさんにおかれては、関東の3大イルミネーションに認定されるまでには、相当の時間とご努力があったと思いますし、また那須どうぶつ王国さんも7万人から50万人という実績を7年の歳月と相当なご苦勞の中で作り上げていったのではないかと思います。ところで、石川県には、山中温泉、山城温泉、片山津温泉、粟津温泉という多くの温泉があり、以前は折り合いがあまりよくありませんでした。知事も「1つずつではだめで1つになることが大切」と良く言っていました。しかし、最近Lady Kagaという各温泉の女性による観光PRの組織ができ、各温泉地全体を加賀温泉郷と呼び、集合体として国内外に売り込んでゆこうと、ライバル同志が力を合わせて取組む流れができつつあります。さきほど、オール栃木という話もありましたが、集合体で一丸となって取組んでゆくことは極めて重要なことだと思います。それから、観光の大きなミッションは、東京、大阪、名古屋の人口密集地から、過疎化高齢化少子化の地方へどれだけ、人、富を呼んでくるか、すなわち、いかに交流人口を増やしていけるかであります。また観光は講演の中でも話しましたが、あらゆる産業に波及効果があり、地域活性化において極めて大きな役割を果たすものですので、行政の方には予算も含めしっかりとご対応をお願いしたいと思います。最後になりますが、今から20年くらい前に、現在の東京都知事の猪瀬さんに観光をテーマに講演をお願いしたことがありますが、そこで猪瀬さんは「観光とは時間を消費する物語を販売すること」とおっしゃいました。私の中で今でもこの言葉が強く心に残っております。いかに、他と違う光り輝く物語を販売できるかが、今後の観光産業の鍵になるものと思います。