

まれるのではないか、発地側の旅行エージェントと地域側の地域エージェントと双方の立場を取り入れるべきではないかという考えに思い至りました。双方のニーズを新たな観点で見直すことで、従来の観光とは違う、新しい可能性が生まれるような気がしています。

**辻井** 以前、高橋さんは交流文化産業、ということをおっしゃっていましたね。

**高橋** 新しいビジネス形態は、従来の観光の概念では当てはまらないと思っています。「感幸」という言葉を石森先生が使われましたが、人と人との交流、人と地域との交流、こういったものが新しい可能性の種ではないでしょうか。短期的には地域を元気づける、長い目では交流文化を根づかせるお手伝いができれば、と考えています。

**辻井** 人と人との交流は個人的なものになるほど難しいともいえます。つまり、受け入れる側が交流のプロになると面白くなる危険性があるのではないのでしょうか。

**石森** 辻井先生のご心配する悩みが生ずる北海道であれば問題がないと思いますが、今はそこまで至っていない。北海道の方々は考え過ぎなのです。おっしゃるとおり、プロ化すると駄目になりますが、消費者はしっかり見極めていきます。地域住民が様々なトライを、まずはやってみることが大事だと思っています。

**辻井** 最近、阿寒湖畔の温泉では個人客が増えてきているそうです。空港からどう行けばよいか、という電話がかかってくる、当然釧路空港からの電話かと思えばじつは千歳空港からだった、ということが結構あるそうです。旅行者にスケール感がないのでしょうか。先ほど岩泉さんは、時間とコストの問題が大きな課題と言われましたが、スケール感のような情報も出したほうがよいと思うのですが。

**岩泉** それは非常によくあることです。私も「道民がどうして道内に宿泊するのか」と聞かれることがよくあります。「北海道は東北6県と関東1都6県が入る大きさだ」と説明するとすぐに納得してもらえますが…。こういうことも情報として提供していかなくてはいけないでしょうね。

**辻井** 本州の高校生が修学旅行で訪れた際、千歳空港からバスでの移動中にあった「次のコンビニまで38km」という看板が非常にうけて、皆そのコンビニで降りたそうです。こちらは当たり前と思っていることがそうではないということも多いようです。

ここで、会場からもご発言いただきたいと思います。北海道運輸局では海外からの観光客誘致を進めていらっしゃいますが、海外客のニーズや旅行の変化について、運輸局企画観光部の柏木部長さんにお話いただきましょう。

(会場)

**柏木** 現在、ビジットジャパンキャンペーンの地域連携事業で、地域の方と一緒に海外からの観光客誘致を進めています。最近の傾向としては、北海道でも日本全体でも、急激に数が増えてきています。政府が取組みだしたことと同時に、地域も国内観光客だけに依存していると先がない、ということで取組まれている結果かと思います。

具体的には台湾・韓国・中国本土・香港など、近いところからの旅行者が多く、北海道でも7~8割を占めています。

台湾は一時期非常に増えましたが、ほとんど臨界状態といえます。ただ、今国会で道路交通法の改正案が通ると、台湾の免許を持つ人が所定の手続きを経ると日本で運転できるようになります。レンタカーによる個人旅行が中心になる時代が近づいているといえるでしょう。そういう意味では、団体客も個人客の集積体です。個人が行きたいと思う観光地であり続けるよう工夫しなくてはならないでしょう。