



しりべしの広域観光への提言

小樽商科大学ビジネス創造センター長 李 濟 民

昨年ついに日本へのインバウンド観光客が1千万人を突破した。北海道も海外からの観光客数が過去最多を更新し、好調を維持している。東京航空局新千歳空港事務所がまとめた2013年の新千歳空港客数は、前年比18%増の127万人と2年連続で過去最高を記録した。LCCやバンコク線などの新路線就航効果に加え、円安を追い風に外国人旅行客が増えた。路線別では、台北が43万6千人、ソウルが31万8千人、香港が20万人で上位3路線が牽引している。しりべし地域も観光客の入込数で、リーマンショック以前の水準まで回復している。しりべし管内訪日外国人宿泊は、延人数で2011年度が27万6千人、2012年度は45万4千人に達し、今年度は60万にのぼると推定されている。とりわけニセコ、倶知安にはオーストラリア人観光客のみならず、欧米や東南アジアなどたくさんの外国人観光客でにぎわっていて、ここが果たして日本なのかを疑問視するほどである。ただ札幌、旭川、洞爺などくらべて宿泊人数は少なく、全体として通過型の観光から抜け出せていない。

この様な現状を打破し、滞在型観光を実現していくためには眠っている観光リソースやこの地域ならではのコンテンツを開発し、取り組む必要がある。通り一遍の観光地紹介ではなく、見る側の観点に立っていかんに戦略的に見せられるかがカギとなる。しかもこれらのコンテンツを点ではなく、面として展開していくことが大事である。

小樽には、北運河、手宮線、水族館、歴史的建造物など町のいたるところに観光リソースが散在しているが、運河周辺やメルヘン交差点、寿司屋通りにしか観光客が訪れない。しかも堺町本通りの殆どの店が午後6時には店じまいで、夜になるとめっきり人通りが減ってしまう。せめて後1時間でも閉店時間を延ばし、そこに韓国の「ナンタ」、シンガポールの「ナイトサファリ」に匹敵する、小樽ならではのナイト観光の核となるエンターテインメントを提供することが急務と言える。また、観光資源として「海」をもっと活用すべきである。遊覧船や海上タクシーを導入し、海から見る小樽の景色を堪能させる。大道芸人やアーティストの

集いや、アニメのコスプレイベントなどを企画し、常に港湾内に人が集まるための仕掛けをつくる。かつてのポートフェスティバルをパワーアップして、恒常的にレストランやショッピング街が並ぶピアづくりをいち早く実現してほしい。

戦略的に言うと、これらの観光コンテンツを小樽だけでなく、しりべし全域でどのように展開するかが問われる。昨年後志総合振興局がワインクラスター北海道とコラボして作成した「酒と肴のルートブック」には小樽駅からスタートして、田中酒造や北海道ワインを経由し積丹やニセコなどのレストランや道の駅を旅するいくつかの推奨ルートを提案している。このようにしりべしには日本酒、ワイン、ウィスキー、ビールなど各種の酒類に加え、肴としての野菜、果物、米、チーズ、肉など質の高い食材が豊富に生産されている。これらの特産物を使った高付加価値戦略として、ベジタリアンのためのレシピ開発やイスラム観光客向けのハラール食品開発などに取り組むことが望まれる。こうした食と観光を融合した差別化戦略が効果を発揮させるために、しりべしの各市町村が連携して取り組むことが何よりも重要である。

しかし依然として行政の縦割りや地域偏重主義などの弊害のため、現実的にこのような取り組みが進展しにくい。そこで大学の持つ中立性や専門性を活用することを提案したい。小樽商科大学のビジネス創造センター（CBC）は学内外の多様な専門家ネットワークを有し、産学官連携コーディネーター教員と提携コンサルタントが中心になって、地域のさまざまなビジネス相談に応じている。特に昨年9月から地（知）の拠点整備事業（COC）の採択を機に、「地域と共創する北海道経済活性化モデルと人材育成」により一層積極的に取り組んでいる。

今年の9月には、NHKの朝の連続ドラマ『マッサン』が始まる。余市の名誉町民となり、日本のウィスキー誕生をささえた竹鶴政孝とその妻リタがモデルとなる。小樽商科大学CBCも余市町の「マッサン」応援推進協議会の構成メンバーとして加わり、ドラマの経済波及効果やプロモーション戦略のサポートに乗り出す予定である。