

PRACTICE

No.46

2025 Halloween

自治体職員のための政策情報誌 [プラクティス]

観光再生

—ポスト・コロナの戦略を描く—

公益財団法人 北海道市町村振興協会

HP ▶ <https://do-shinko.or.jp>



コロナ禍—消えた観光客

令和2年に発生した新型コロナウイルス感染症の世界的大流行(パンデミック)は、北海道の観光業や宿泊業、運輸業、飲食業など幅広い分野に深刻な打撃を与えた。5年に新型コロナが5類感染症に移行したのを契機に国内客の回復傾向が進み、訪日外国人観光客(インバウンド)の増加も顕著だ。

一方で特定の観光地に観光客が過度に集中し、地域住民の生活や環境に悪影響を及ぼすオーバーツーリズムや、宿泊業を中心とする観光関連人材の不足、団体旅行から個人旅行へのニーズ変化など、新たな問題も浮上しており、ポスト・コロナの新たな観光戦略をどのように描いていくのかが市町村の課題だ。

(写真：人影が消えた新千歳空港＝令和2年4月)

PRACTICE

2025 Halloween

No.46

観光再生

—ポスト・コロナの戦略を描く—

CONTENTS

[Data] 数字でみる北海道観光

- 04 Data ① 北海道観光の現状—コロナ禍からの回復傾向が顕著に
06 Data ② 旅行消費額が1兆円突破!—全道の農業産出額に匹敵する規模に

[特集Ⅰ] 多様化する北海道観光

- 08 Opinion ① 観光の質的向上を図るために受け入れ先が旅行をデザインする
北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 准教授 石黒 侑介さん
10 Report ① 外国人に優しい観光地を
—多様な旅行者に対応できる観光まちづくりを考える

[特集Ⅱ] アドベンチャートラベル

- 14 Opinion ② 旅人自身の変革を促すアドベンチャートラベル
北海道エアポート株式会社 営業開発本部 観光開発部担当部長 水口 猛さん
16 Report ② 北海道をATの聖地に
—バラエティあふれる地域資源で北海道観光の価値を押し上げる

[特集Ⅲ] 対応が急がれる教育旅行

- 20 Opinion ③ 追い風が吹く北海道への教育旅行
公益社団法人北海道観光機構事業企画本部 プロモーション部担当部長 長野 博樹さん
22 Report ③ 教育旅行に新たな勝機
—北海道新幹線・札幌延伸の10年前が誘致のスタートラインになる!

[特集Ⅳ] 観光人材の育成と確保

- 26 Opinion ④ 観光人材の不足が深刻化 市町村が果たす役割は
札幌国際大学観光学部観光ビジネス学科 教授 山田 芳之さん
28 Report ④ 観光再生を担う人材育成
—観光分野でも「地域おこし協力隊」の定着と支援が不可欠

本誌名「PRACTICE (プラクティス)」の由来

「プラクティス」=「実行」の意味。自治体職員が業務で直接活用できる実践的な情報誌という趣旨で名付けました。

Data ①

北海道観光の現状

市町村が観光振興を進める際、全国、北海道の動向を踏まえた上で戦略確立が重要だ。ここでは、観光の波及効果が最も大きい宿泊者数にスポットを当て、国や道のデータを基に道内、全国、外国人国籍別などの動向を整理・分析した。



グラフ1 道内の宿泊者数の推移(実人数)

コロナ禍からの回復傾向が顕著に

北海道経済部観光局がまとめた「北海道観光入込客数調査報告書」から、道内の宿泊者数の推移をみると、コロナ禍の令和2・3年度は1千万人を割り込んだが、4年度は1,300万人台に回復。5年度には前年比19%増の1,551万人に上った=グラフ1。

中でも外国人宿泊者の増加が顕著で、令和4年度は69万人だったが、新型コロナウイルスの5類感染症移行後の5年度は234万人に回復し、元年度とほぼ同水準に。道外からの宿泊者数も494万人に上り、コロナ禍以前の500万人台回復は目前だ。

また、令和5年度の観光入込客数(実人数)は全道で4,777万人に上り、4年度と比べて12.8%、人数では541万人上回った。元年度と比べると9.5%少ないが、長期化したコロナ禍による打撃から、確実に回復傾向を歩んでいることがうかがわれる。

道内・道外・外国人別の割合は、道内は新型コロナの流行が深刻化した令和2年度は約7割を占めた

が、4年度は6割台半ば、5年度はコロナ禍前の5割程度まで戻った。道外はここ10年間、ほぼ3割台で推移する一方、外国人は2・3年度はゼロとなったが、5年度は15%となり、コロナ禍以前の元年度を上回った。

全ての管内で前年度上回る

管内別にみると、令和5年度は全ての管内で前年度を上回り、後志、胆振、渡島、上川、宗谷、根室の6管内は2桁増を示した。市町村別では、登別市が22%増の約106万人と100万人台に乗せたほか、本別町は4年度比で約8倍の14.6万人と、179市町村で最高の伸びをみせた。同町は「インバウンドが回復し、令和4年に町内に新しくできた宿泊施設や、リニューアルしたコテージの利用が好評なことなどが要因では」としている。

宿泊者数は北海道が国内4位に

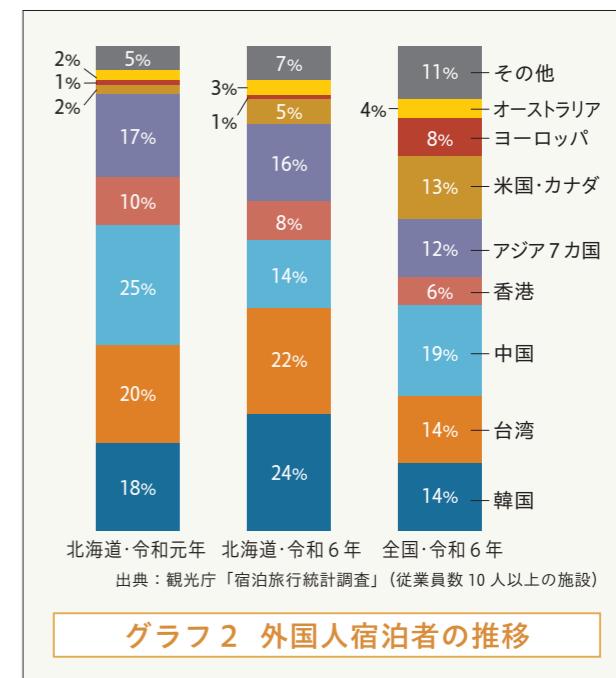
表 令和6年延べ宿泊者数の上位20都道府県

(単位：千人、観光目的の宿泊者が50%以上)

順位	都道府県	宿泊者数	R1比	都道府県内	R1比	都道府県外	R1比
1	東京都	49,155	155%	5,082	108%	42,837	169%
2	大阪府	27,894	114%	2,801	129%	23,809	114%
3	京都府	25,027	97%	1,240	76%	23,344	103%
4	北海道	24,070	106%	6,792	106%	17,098	111%
5	沖縄県	20,914	74%	2,260	91%	17,829	81%
6	千葉県	17,439	89%	2,304	96%	14,818	95%
7	長野県	12,354	99%	1,391	85%	10,688	103%
8	静岡県	11,738	88%	1,658	86%	9,696	89%
9	神奈川県	11,032	103%	2,467	100%	8,506	112%
10	兵庫県	7,814	97%	1,894	85%	5,713	107%
11	栃木県	7,206	116%	997	108%	5,820	120%
12	山梨県	7,086	103%	313	64%	6,689	111%
13	福岡県	6,960	117%	1,277	79%	5,432	132%
14	石川県	6,163	113%	970	98%	5,094	119%
15	岐阜県	5,618	112%	524	91%	4,320	106%
16	群馬県	5,596	96%	723	88%	4,789	100%
17	愛知県	5,127	111%	1,268	72%	3,509	140%
18	新潟県	4,779	89%	1,188	82%	3,484	95%
19	福島県	4,526	90%	999	75%	3,520	102%
20	三重県	4,399	98%	536	86%	3,692	107%

(注) 住居不明者がいるため、都道府県内と都道府県外の合計と宿泊者数は一致しない

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」



みると、令和6年は韓国が24%で最多。台湾22%、中国14%と続く。北海道は韓国と台湾の割合が高く、韓国は元年と比べて6ポイントの伸びをみせた。北海道人気が根強い台湾は、全国を上回る20%台の高水準を維持。一方で中国は、日中関係の冷え込みなどに伴い来道客は半減した=グラフ2。

コロナ禍以前は、日韓関係の悪化により、韓国からの訪日客は減少傾向にあったが、両国関係の改善に伴い増加に転じた。韓国では、団体旅行から個人旅行へのシフトが進み、北海道の自然や食などを楽しむ個人客が増えたことも増加の背景にある。

Analysis—分析

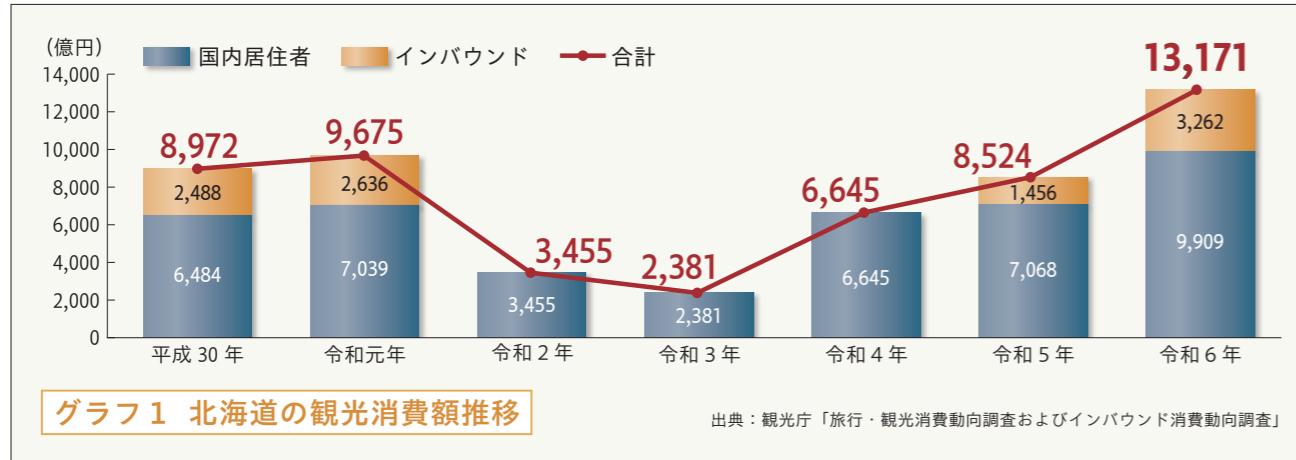
新型コロナウイルスのパンデミック(世界的流行)を乗り越え、北海道の観光再生に向けた動きは旅行者数の増加からも明確に現れている。一方で旅行形態の変化も進み、「団体旅行から個人旅行へのシフトは今後も続くのでは」(北海道運輸局観光部)との指摘もある。他府県、そして道内市町村で観光客誘致の競争が加速する中、旅行形態の変化を踏まえた、地域の魅力発信や観光資源のブランディングは不可欠な取組となっている。

一方、国際情勢や経済・金融情勢の変化に伴う外国人観光客数の変化による影響も大きい。いわゆるカントリーリスクに対応した多角的なプロモーション活動などの危機管理も欠かせない。

Data ②

旅行消費額が1兆円突破！

地域経済に大きなインパクトを与える旅行消費額。観光が基幹産業である北海道にとって、国内外の旅行者による消費額の拡大は、地域の持続的な発展に欠かせない。観光庁のデータを基に、北海道の観光マーケットの現状を分析した。

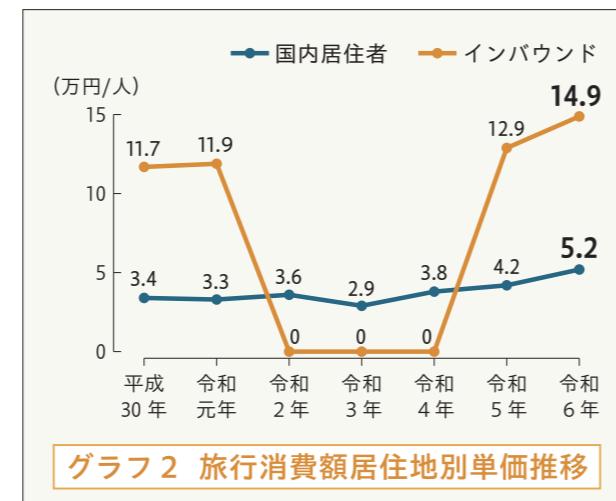


全道の農業産出額に匹敵する規模に

観光庁がまとめた「旅行・観光消費動向調査およびインバウンド消費動向調査」によると、道内の令和6年の旅行消費額（観光・レクリエーション目的、インバウンドは4～12月集計）は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し、観光客数の回復傾向が顕著となった5年と比較して55%増、金額で約4,600億円増の1兆3,171億円に達し、初めて1兆円の大台を突破。コロナ禍以前の元年と比べて約4割の伸びを見せた=グラフ1。

北海道の基幹産業である農水産業と比較すると、令和5年の農業産出額は1兆3,478億円、漁業産出額は2,836億円であり、旅行消費額の大幅な伸びは、大きな経済波及効果をもたらし、北海道経済全体における観光産業の存在感を高めている。

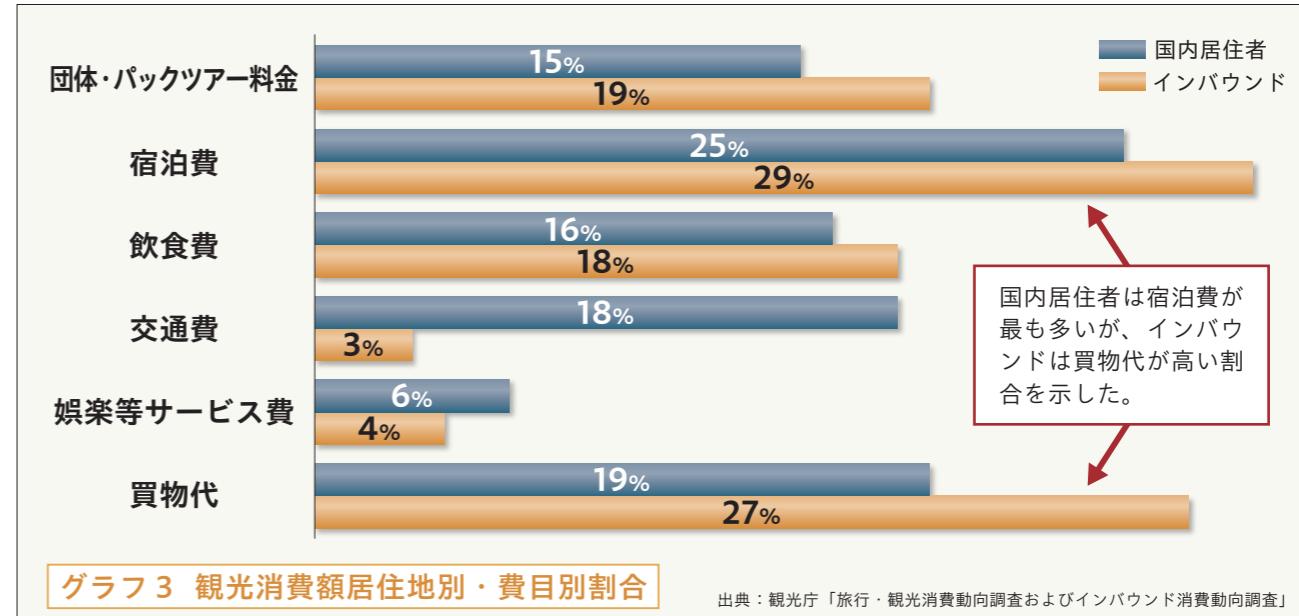
旅行消費額の伸び率を国内居住者とインバウンド（訪日外国人観光客）でみると、国内居住者は令和元年比で41%増、インバウンドも同24%増と高い伸び率を示している。また、令和7年5月末時点での、旅行消費額の目安となる延べ宿泊者数が5カ月連続で前年同月を上回るなど、観光入込客数は好調に推移しており、このままの状態が続けば、旅行消費額も6年を上回る可能性が高いとみられる。



インバウンドの復活に支えられ、旅行消費額は全国的にも増加傾向にあり、令和元年と比べて福井県が最も多く84%、次いで神奈川県74%、島根県71%の高い伸びをみせており、北海道の伸び率は全国47都道府県のうち14位だった。

道内における令和6年の観光客1人当たりの旅行消費額単価は、国内居住者が元年比58%増の5.2万円、インバウンドは同25%増の14.9万円と、大幅な伸びを示した=グラフ2。北海道は、国内居住

旅行客は何にお金を使っているのか？



者の単価が1位の沖縄県に次ぎ、インバウンドも1位の東京都に続いた。北海道の単価の高さは、他都府県より宿泊日数が多いことが要因とみられる。

宿泊日数の長さは、消費額全体の底上げにつながる効果が大きく、長期滞在に向けた施策の推進が欠かせない。また、人材不足に対応した宿泊施設の単価引き上げによる経営安定化も不可欠だ。

宿泊費と買物代が中心に

令和6年の道内における旅行消費額を宿泊費や飲食費などの費目別、いわゆる「お金の使い道」の割合を=グラフ3にまとめた。全体では宿泊費が総額の26%を占めて最も多く、買物代の21%、飲食費の16%が続いた。コロナ禍以前の元年には、団体・パックツアー料金が21%で最も多かったが、6年には4位まで順位を下げるとともに、消費額全体に占める割合も5ポイント低下するなど、観光バスを連ねて主要な観光地を巡る、従来型の団体ツアー旅行の減少が数字の上でも顕著に表れている。

インバウンドは買物志向

国内居住者とインバウンドの費目別の割合を比較すると、いずれも1位は宿泊費、2位が買物代だった。消費額全体に占める割合をみると、インバウンドは買物代が27%だったのに対し、国内居

住者は19%にとどまった。コロナ禍以前は、中国人団体客の「爆買い」が注目された。近年は鳴りを潜めているが、インバウンドの高い買い物志向が依然根強いことが数字の上からもうかがわれる。

Analysis—分析—

観光庁は、令和5～7年度を期間とする「観光立国推進基本計画（第4次）」に続く、第5次計画（令和8～12年）の策定作業を進めている。

中でも大きな柱の一つに位置付けているのが旅行消費額の拡大だ。特にコロナ禍以前の水準を上回る勢いで急回復しているインバウンドによる消費額の底上げを図り、地域あるいは国内全体における経済波及効果の拡大に期待を寄せている。

コロナ禍に伴う感染症対策や緊急経済対策、あるいはDX（デジタル・トランスフォーメーション）推進に対する政府の支援もあり、宿泊施設や商業施設、飲食施設などでは、キャッシュレス決済（非接触型決済）の導入が進んだ。観光施設や道の駅では、外国人旅行者がスマートの二次元コードで決済を行う姿も日常的なものとなった。

だが、道内では、キャッシュレス決済に対応していない施設も少なくない。現状では取りこぼしているインバウンドあるいは国内客による旅行消費を地域に取り込むためには、クレジットカードはもとより、海外を含めた多様な決済サービスへの対応とともに、案内表示の多言語化、案内サービスの対応も不可欠だ。地域におけるハード・ソフトの両面における基盤的な環境整備がどのような水準にあるのか自己評価する取組も必要だ。

観光の質的向上を図るため 受け入れ先が旅行をデザインする —旅の再パッケージ化に向けた対応を—

北海道の豊かな自然環境は間違いなく世界レベルの競争力を持っている。ただし、これまでのように訪れ方を旅行者の自由に任せる観光振興では限界が訪れる。観光の質的向上を目指すためには事前予約制や人数制限が不可欠だ—と指摘する。

■ 強い点を造れるか

「点から線、線から面」と言われますが、旅行者は面的には行動しません。旅行者を惹きつけられる、旅行者のそもそも動機を生み出す強い点をつくることが重要です。観光には効果的で魅力的なインフラが必要不可欠です。人口が減り、税収も減る中で、ハコモノ行政は批判されがちですが、観光にはハードの魅力が欠かせません。例えば図書館は本来的には、地域住民のための施設ですが、著名な

建築家が設計した図書館には、観光客が訪れるようになります。これを私は「住観共用」と呼んでいます。

北広島市にできた「北海道ボールパークFビレッジ」は、観光におけるハードの重要性を示す究極の事例です。ボールパークも「住観共用」の施設であり、住民も、

観光客も魅了する「点」にしていくための投資を考えることは自治体の役割だと思います。

鉄道も観光に重要なインフラです。欧州ではマイカーやレンタ

カーを利用した旅行は、無用に温室効果ガスを排出するとして批判の対象になり、「カーフリー観光」がサステナブル観光の最先端となりつつあります。これから10年後を考えると、鉄路で観光地に行けるかどうかは重要な意味を持つでしょう。

■ 自然を価値化する

コロナ禍以前の平成27、28年ごろから韓国や台湾、香港からの来道者の伸びが鈍化しました。ちょうど団体客と個人客の比率を入れ替わった時期とも重なり、いわゆる「目の肥えた旅行者」が北海道の主要な観光地を見切り始めたと推測しています。

一方で、東南アジアや中国大陸からの旅行者は堅調に推移し、その後のコロナ禍でインバウンド（訪日外国人観光客）全体が停止したことで、こうした地殻変動に気付きにくかったと思いますが、コロナ禍前には北海道観光の段階は変わっていたとみるべきです。

500万人を超える人が暮らす土



観光客を受け入れるハード整備は欠かせない（北広島市の北海道ボールパークFビレッジ）



北海道大学大学院
国際広報メディア・観光学院
准教授

いしぐろ ゆうすけ
石黒 侑介さん

東京都出身。横浜国立大学国際社会科学研究科国際関係法専攻修了。平成20年公益財団法人日本交通公社に入社、26年に北海道大学観光学高等研究センター特任准教授、同准教授を経て、令和3年から現職。平成29年からスペイン・バルセロナ大学ホテル観光学院連携客員教授を兼務する。43歳。

地でありながら、これほどの自然が残っている北海道は、世界的にも希有で「まるごと国立公園」と言えるほどです。野生動物、山岳、流氷など、北海道ならではの自然を価値化できれば、本当の意味でのデスティネーションになると思います。

■ 旅の「再パッケージ化」

かつてのパッケージ旅行は、初心者向けで、便利で安心感はあるけれど自由が利かない形態とさ



予約制になっているカムイワッカ湯の滝上り（斜里町）

れ、自ら手配して現地で柔軟に動けることが旅行者としての成熟を意味しました。しかし、オーバーツーリズムの発生や持続可能性への関心の高まり、旅行者のモラルなどが問われ始め、今度は成熟した旅行者向けの「パッケージ化」が進むとみています。これを私は「再パッケージ化」と呼んでいます。

インバウンドが本格的に回復し、北海道へのリピーター比率も上昇していきます。国内市場、インバウンドとも、「楽しい」「美味しい」「美しい」だけでなく、旅を通じて自己変革を実現したい、その過程で地球環境や地域社会に与えるインパクトはできるだけ小さいものにしたい。そんなマインドを持った旅行者が増えていきます。こうした旅行者は、事前予約制、時間当たりの入場制限といった仕組みを抵抗感なく受け入れていきます。

地域側も、人口減少が本格化し労働力が不足する中で、高い品質のサービスを提供するためには「数を絞る」「サービスの品質を事前に担保する」仕組みが必要にな

ります。わが町、わが地域を、誰がどのように、いつ、どう訪れるのかをデザインし、発信する力が求められます。

例えば斜里町では、カムイワッカ湯の滝のアクティビティを人数制限ありの事前予約制にして、その代わりに、これまで立ち入りが制限されていたエリアを開放しました。「再パッケージ化」への抵抗感は地元にも、旅行者側にもあったと聞きますが、導入したことで知床の新しい楽しみ方が広がりました。

■ 観光の専門職を育成

次世代の観光地域マネジメント（デスティネーション・マネジメント）人材を育成するため、北海道大学では、履修証明プログラム「デスティネーション・マネージャー育成プログラム」を開講しています。国立大学としては日本初の観光大学院の講義に加え、実務家の講義も受講できます。本学として今後も人材育成に注力していきたいと思っています。

外国人に優しい観光地を 多様な旅行者に対応できる観光まちづくりを考える

雪景色を求めて急増した訪日客

令和6年度には約4万人ものインバウンド（訪日外国人観光客）が訪れた美唄市。このうち約半数の2万人は、冬季に市内のゴルフ場が運営する「美唄スノーランド」で、スノーラフティングなどの豪雪を活かしたアクティビティを楽しんだ。また、広大な空知平野に広がる雪景色を求めて冬の美唄を訪れ、写真を撮って楽しむ人たちも多かった。

「昨冬はSNSが持つ影響力のすごさをあらためて実感しました」。そう語るのは、美唄市経済部経済観光課の三好純貴主事だ。令和7年の年明け以降、札幌では少雪傾向が続き、雪景色を求める訪日客はSNSで情報を求めた。海外のインフルエンサーが、美唄市にはたくさんの雪が降り積もっていることを投稿したこと、1月中旬以降になると、JR美唄駅周辺で訪日客の姿が急増するようになった。

「中には私有地や立ち入り禁止区域に侵入する人もいて、苦情も寄せられました」（三好主事）。市は美唄警察署などと連携して、訪日客に対するマナー啓発とともに、1月29日～2月2日の5日間、来訪目的などを尋ねるアンケート調査を実施。アンケートには約120人が協力した。回答者の8割超が

中国人で、来訪のきっかけは、9割が「SNS」と答えた。来訪の目的は「雪遊び」が46%で最も多く、次いで「スノーランド」が19%、「景色を見る」が18%だった。市内での消費額は5千円未満が過半を占めた。日帰り客は急増したが、訪日客の宿泊は延べ約1,500人と大きな伸びはみられなかった。

市の観光スポットとして知られる「安田侃彫刻美術館アルテピアツツア美唄」や、名物の「美唄焼き鳥」など、スノーランド以外の楽しみにも目を向けてもらおうと市は本年度、デジタル観光マップの多言語化を進め、交番やコンビニ、ドラッグストアなどのきめ細かい情報を盛り込む予定という。

日本式教育を学ぶ「学校体験」

一般社団法人ステイビバ이는、訪日客の滞在時間を延ばす新たなコンテンツづくりを進めている。その一つが、日本式の教育を学ぶ「学校体験」だ。令和7年2月に道内在住の外国人をモニターとして招待。7月には台湾の大学生5人が体験に参加。年内にはインドから10人の子どもたちが訪れるという。

授業では、地元の講師から折り紙や書道のほか、



雪景色を求めてJR美唄駅に降り立った外国人



「学校体験」では日本の給食を再現

地元に伝わる踊りなどを学ぶ。昼食は給食センターから届く。終業後は教室の清掃を行い、学生服で記念写真を撮る——という約5時間の体験を行う。

企画・運営を担うのは、地域活性化起業人として市内で活動している鈴木明弥さんだ。鈴木さんは訪日客向けのコンサル業務などを行うAya.Global（東京）を経営している。「当面は小規模学習旅行客を

富良野の夜を楽しんで！シャトルバス運行

富良野市では、富良野スキー場周辺でホテル建設が続き、冬季を中心に長期滞在する訪日客が増加している。令和6年度には、訪日客の宿泊者が延べ31万3,211人に上り、平成11年度以降では最多となった。コロナ禍以前に最多を記録した元年度の2倍を超え、滞在日数も延びるようになってきた。

ふらの観光協会の石川芳事務局長は「コロナ禍の間に施設のグレードアップを図った宿泊施設は、宿泊単価が上昇しても満足度は向上しています」と話す。

同協会は、スキー場周辺に長期滞在する宿泊客が夜間、市街地に出掛けて飲食店などを利用する「泊食分離」を提案。ホテルと市街地を直結するシャトルバスを運行している。リゾートホテルなどに滞在する訪日客の「夜間の行動範囲を広げたい」という声を受け、冬期間限定で路線バスの便が無い夕刻の時間帯に4便を運行。令和6年度シーズンには外国人7,500人、日本人1,777人の合計9,277人が利用し、臨時増便したほどの人気だった。

体験交流イベントも訪日客に好評

このバスは、一般的な路線バスとは違い、市街地の飲食店でソフトドリンクが無料になるなどのサービスが受けられる「特典付きバス」（500円）を購入すると乗車できる。車内でバスを販売する外国人ス

個人旅行の増加や団体旅行の減少に伴い、北海道観光の楽しみ方も多様化が進んでいる。インターネット上のSNS（交流サイト）を情報源として、特別な体験を探し求めるインバウンド（訪日外国人観光客）など、誰をターゲットにして、どのような「おもてなし」を提供するのかが問われている。地域の資源を有効活用しながら「ナイトタイムエコノミー」「ユニバーサルツーリズム」「ガストロノミーツーリズム」など、独自の視点を活かして、新たな観光需要を掘り起こそうとする地域の取組を取材した。

ターゲットにツアーを提案して、軌道に乗れば個人客にも対応していくと考えています」と話す。

ステイビバの工藤賢専務理事は「この他にも着物での写真撮影や雪下野菜の試食、かまくら体験など、地域の伝統文化を体験するツアーも検討しています。宿泊料金も都市部より割安なので、滞在拠点にしてもらえば」と意気込みを語る。

富良野の夜を楽しんで！シャトルバス運行

スタッフが積極的に話し掛けて車内を盛り上げ、乗客同士の情報交換の場にもなっている。

同協会は夜間の新たな楽しみ方を提供しようと令和6年2月7～9日の3日間、文化交流イベント「富良野ナイトタイムステージ2025 和～伝統芸能と文化の饗宴～」を富良野演劇工場で開催した。

太鼓芸能集団「鼓童」の公演のほか、富良野高校書道部は書道パフォーマンス、山中邦楽研究室が和楽器演奏、富良野光明寺道院が少林寺拳法の演武を披露し、バックステージ見学や演奏体験なども行った。石川事務局長は「長期滞在のインバウンドを退屈させず、ナイトタイムエコノミーを盛り上げるために、今年度もイベントを企画しています」と話す。



ナイトタイムステージで日本文化に触れる

食文化や福祉で観光客を呼び込め

ワインの産地から「ガストロノミー」へ

余市町では長年、観光の柱となっているニッカウヰスキー余市蒸溜所の見学や果物狩りに加え、地元のワイナリーで醸造された、出荷本数が少ない貴重なワインを求めて町を訪れるワインツーリズムも定着しつつある。国内外で評価が高い余市町産ワインと農水産物との組み合わせでもてなす「ガストロノミーツーリズム」を、町を挙げて推進している。

平成23年にワイン特区として認定され、小規模ワイナリーの立地ができるようになった。当時2戸だった町内のワイン製造拠点は、令和7年8月現在で20戸を数え、醸造設備を持たないワイン用ブドウ農園（ヴィンヤード）を合わせると70戸を超える。近年は40代以下の新規就農者が増え、減少傾向だった耕作面積も令和2年には増加に転じた。

ブドウの収穫体験をマッチング

町総合政策部政策推進課でワイン産業を担当する山本康介主任は「着実に産地化が進んできています」と手応えを語る。令和7年2月には、世界有数のワイン産地であるフランス・ブルゴーニュ地方のジュヴレ・シャンベルタン村と、日本で初めて親善都市協定を締結。生産者間の技術交流を通じて、さらなるブランド価値の向上を図る考えという。

町内でワインツーリズムを推進するには、家族経営など、比較的小規模なワイナリーが多く、ブドウ栽培などの農作業やワイン醸造が忙しく、観光客を受け入れる余裕がないことが課題だった。

一般社団法人余市観光協会は令和元年、町内でワ



ブドウ収穫を手伝うボランティア

イン用ブドウを栽培するヴィンヤードやワイナリーの人手不足を補うボランティアを募る公式LINEアカウント「余市町農園応援サポーター チアーズ！」を開設。収穫作業などを体験したいワイン愛好家らと生産者の橋渡し役を果たしている。

「チアーズ！」は、収穫の手伝いを必要とする生産者とボランティア希望者をマッチングするワンストップ窓口だ。令和5年2月に447人だった登録者数は、6年12月には1,642人と大幅に増加した。

登録者は40～50代が中心で、居住地は道内が36.9%、東京都33.8%、神奈川県6.7%などと続く。

令和6年度のボランティア参加実績をみると、5戸の生産者が延べ30回、ボランティアを募集。延べ325人が無償ボランティアに参加した。

作業内容は、9～11月に行われるブドウの収穫作業が中心だが、4月からブドウの枝を支柱などに固定する誘引、ワインの醸造や瓶詰めを体験できるワイナリーもある。生産者や醸造家との対話、自ら収穫した年のワインの発売待つのもボランティアの楽しみの一つになっている。町のふるさと納税でも、出荷本数が少ない希少価値の高いワインが返礼品として人気で、小中学校の給食費や保育料の無償化など、子育て支援事業の主要財源になっている。

同協会の伊藤二朗事務局長は「この取組もようやく軌道に乗ってきました。全国から1,500人が町内のワイナリーを訪れるイベント『余市ラフェト（農園開放祭）』で呼び掛けると、1日で400人も登録者が増えました」と、笑顔をみせる。



余市町産ワインを提供する飲食店も増加

ワインを核に新しい食文化を

余市町は、食中酒のワインを核にして、前菜の野菜、メインの肉や魚介、デザートのフルーツ、食後酒のウイスキーなど、主な飲み物や食べ物を、全て地元産の食材から提供することを目指したガストロノミーツーリズム「美酒と美食のまち」の取組を令和6年度から進めている。地元飲食店でも余市町産ワインを提供する店が増え、地域おこし協力隊の卒業生がワインバーを開業するなど、町内でワインを

「ユニバーサルツーリズム」を世界に

ユニバーサルツーリズムは、年齢や障害の有無に関係なく、全ての人が気兼ねなく旅行を楽しめる環境づくりを進める取組だ。旭川市は令和5年に全日空輸（ANA）などの企業・団体と連携し、ユニバーサルデザインに基づく総合的な移動サービス「Universal MaaS」の実証実験を開始。車いす利用者を主な対象に目的地までの移動介助の手配をオンラインで行う「一括サポート手配」や、移動に必要な情報も確認できる「ユニバーサル地図／ナビ」を導入し、旭山動物園などを訪れる観光客に提供中だ。

ユニバーサルツーリズム推進のけん引役となっているのが「カムイ大雪バリアフリー研究所」だ。車いすユーザーが集う「車いす紅蓮（ぐれん）隊」や、旭川医科大学などの大学関係者、旅行事業者などで組織している。研究所と紅連隊は平成18年に発足した。障害者を対象としたモデルツアー実施などを経て、23年に障害者・高齢者の着地型観光情報発信と相談を担う「カムイ大雪バリアフリーツアーセンター（カムイ大雪BFTC）」を立ち上げた。

誰もが気兼ねなく外出できる社会

研究所、紅蓮隊、カムイ大雪BFTCと、3つの団体の誕生から活動を支えてきた、研究所の只石幸夫会長は「当時はユニバーサルツーリズムという言葉には馴染みがありませんでしたが、障害者がまちに出て活動することで、車いすの人が行き交う風景が日常になりつつあります」と手応えを語る。

楽しむ環境が整いつつある。

余市郡漁協は、平成28年から養殖するムール貝「余市ムール」や、令和4年から新しいブランドカキとして出荷を始めた「余市牡蠣（がき）」など、ワインに合う魚介類のブランド化に取り組んでいる。また、町内の北島農場では、ワインを飼料とする「ワインパーク」を開発するなど、ワインを起点に新たな食文化を創造する取組も進みつつある。

一方、町内では、宿泊機能を備えたレストランのオーベルジュなど、小規模な宿泊施設は増えつつあるが「飲酒を伴うガストロノミーツーリズムを推進する上では、多様な旅行者のニーズに対応できる大型の宿泊施設が無いことが今後の課題です」と、町総合政策部商工観光課の打矢崇主幹が語る。



さんろく祭りでユニバーサルみこしを披露

同研究所の五十嵐真幸代表理事は、印象的な活動に「さんろく祭り」を挙げる。「せっかく祭りに行つても、人のお尻しか見えないので行きたくない」と祭りの代表者に話すと、出店を勧められた。

「紅連隊の仲間と共に参加すると、祭りの風景が全く違って見え、翌年はユニバーサルみこしを担ぐようになりました」と振り返る。車いすラグビーの普及や旭山動物園で車いす利用者の観光案内などを担当している松波正晃さんは「活動を通じて仲間が増えて、やりがいを感じています」と語る。

旭川観光コンベンション協会は、車いすラグビーの観光商品化に向けた取組を進めている。同協会の渡辺勝巳コンベンション誘致・事業担当参事は「観光アトラクションとして、車いすが激しくぶつかり合う音や衝撃は、日常生活では体験できないことです。障害者スポーツへの理解促進とともに、新しい観光資源になればと思います」と期待を寄せる。

旅人自身の変革を促す アドベンチャートラベル —見せる工夫とストーリーが重要—

北海道観光の主流になりつつあるアドベンチャートラベルとは「地域の文化や歴史、アクティビティの体験と楽しみを通じて、自分自身が変革すること」と位置付け、市町村と関係者が連携し、旅行者が求めるストーリーを提供する体制構築が必要と力説する。

■ 内面の変化をもたらす

アドベンチャートラベル（AT）は「体験型観光」と紹介されることが多いですが、体験型観光は歴史・文化体験やアクティビティをシンプルに楽しめるように準備されているのに対し、ATは体験を通じてその地域独自のストーリーを知り、旅人自身の価値観や内面が変化する、いわゆるトランスフォーメーションを重視する点で大きく異なります。

北海道はATに取り組む上で自然や文化、多彩なアクティビティ

が各地に存在し、国内でも最高のフィールドです。世界的にみても胸を張れる地域だと思います。歴史についても、アイヌ文化や縄文文化は、とても魅力的なコンテンツです。コロナ禍を経て、旅行形態が団体から個人に、大勢が集まる人気観光地を訪れる形態から、個人や家族、小グループでアクティビティなどを体験する方向にシフトしていることも追い風です。

しかし、国内外から多くのAT旅行者に北海道を訪れてもらうためには、ただ見てもらう、体験してもらうだけではなく、旅行者の

内面的な変化を促すために、地元では周到な準備が必要です。

■ 「何を見せたいのか」

ATを企画する場合①他にはないユニークな体験②トランスフォーメーション③チャレンジ（何を成し遂げたのか）④環境に優しいこと⑤健康であることなどが主な要素となります。令和5年のアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本では、こうした要素を満たす20以上のコースを用意し、実際に体験した人の満

北海道エアポート株式会社
営業開発本部観光開発部
担当部長

みづぐち たけし
水口 猛さん

函館市出身。国土交通省北海道運輸局国際観光課長、観光部次長、観光部長などを経て、令和6年から現職。5年に北海道で開催されたアドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本では実行委員会の幹事を務め、大会を成功に導いた。著書に「アドベンチャートラベル大全」(やまとごころBOOKS)。61歳。



自然や文化、歴史をストーリーにして提供することがアドベンチャートラベルの特徴だ

足度はとても高かったです。

市町村では、こうした要素を活かして「なぜここに連れて行きたいか」「何を見せたいのか」ということをしっかりと検討し、ストーリーを作る必要があります。歴史、文化、アクティビティなどがメニューになりますが、これらの要素をつなぐ交通機関や宿泊施設なども考えなければなりません。これは市町村職員だけでは難しい面があり、プロのツアーオペレーターの助けが必要だと思います。

また、ATではガイドの役割が重要であることはもちろんですが、ガイドが交通機関や宿泊先の手配まで担うことは現実的ではありません。ガイドとツアーオペレーター、ホテルや飲食店、そして市町村が有機的に結び付いて、訪れた人の満足度が高いストーリーを提供する体制を作り上げることが望ましいでしょう。

■ 上手に見せる工夫を

北海道エアポートが運営する道内7つの空港は、各地域のマル

チ・ツーリズムゲートウェイとして、さまざまなお客様が利用し、アドベンチャーができるフィールドの玄関口に位置しています。最も多くの乗降客がある新千歳以外の空港の認知度を上げて利用してもらうためにも、ATは非常に大きな役割を果たします。会社としても空港の活性化とATの振興を同時並行で進めています。

市町村職員の皆さんには、旅行に対する考え方を変えてほしいと思っています。市町村で観光振興の在り方を考えるとき「何か新しい施設を作らなければ」と考えがちですが、自分のマチにある大事なもの、産業や文化などを上手に見せる工夫を心掛けるべきだと思います。少ないお客様でも、歴史や文化、住民の皆さんとの触れ合いを経て、喜んでもらい、結果として「また来るね」となれば、それは大きな成功だと思います。

ATは新たな観光施設は必須ではありません。小さなマチでも、その良さを分かってもらおうと、関係者が連携し合うことで対応できるはずです。

■ 地域全体の利益に

私は「農業が景観を作り、観光がチーズを売る」という言葉が好きです。友人がオーストリアの農家から聞いた言葉ですが、「マチの産業が作り出した景観を目当てに、観光客がその地を訪れ、チーズを買っててくれる。だから彼らは大切なお客様だ」と、住民が理解することを表現しています。

最近、オーバーツーリズムが問題となり、マスコミでもたびたび取り上げられています。私はこの問題の多くは「マナー」と「混雑」に加え、一部の人だけが儲けて、観光消費が地域全体に行き渡っていないことが、地域の反発を招いているのだと思います。地域全体が観光客を「お客様」として歓迎できるような関係が構築できれば、オーバーツーリズムの問題は減り、持続的な観光地を目指すことができるのではないかでしょうか。

アドベンチャートラベル

北海道をATの聖地に バラエティあふれる地域資源で北海道観光の価値 を押し上げる

「アドベンチャートラベル（AT）」は、自然や異文化を体感するアクティビティを通じて、地域の人々との触れ合いを楽しみながら、その土地の自然や文化をより深く知り、自己変革を実現することを目指す新しい旅行の形態だ。世界約100カ国から1,400会員を擁する国際的なアドベンチャートラベルの業界団体ATTAによるところ、市場規模は平成29年の6830億ドルから、令和6年は1兆1600億ドルに拡大している。ATは、北海道観光にとって付加価値の高い成長分野の一つだ。手付かずの自然が残る国立公園の観光利用やAT商品の開発などに取り組む道内各地域の現状を取材した。

日高山脈襟裳十勝国立公園が誕生

令和6年6月25日、日高山脈襟裳十勝国立公園が誕生した。指定に伴う観光客の増加も期待される中、10年以上前から日高・十勝両管内が連携して観光振興に取り組んできた。

「日勝（にっしょ）半島」一。この地名は、浦河・様似・えりもの日高東部3町と帯広、中札内、更別、大樹、広尾、幕別の十勝南部6市町村が地元の商工会議所・商工会と連携して平成25年2月に設立した「日高東部・十勝南部広域連携推進協議会」が、太平洋に突き出た襟裳岬を挟んだこの地域を一つの半島に見立てて命名した。

協議会は、平成27年にホームページ（HP）「日勝半島物語」を開設した。本格的な観光振興に着手した。「馬を巡る旅」「花と緑を巡る旅」「野生動物と森を巡る旅」「海を巡る旅」「食を巡る旅」の5つのコンセプトを掲げ、新たな観光ルートを提案した。

訪日客をターゲットに

平成28年度からは、海外向けのプロモーションを本格化。HPの多言語化や台湾をターゲットにした広報活動などを通じて知名度向上を図り、29、30年度は台湾から旅行リテラシーの高い観光客を招い



日高と十勝には馬文化が根付いている（帯広商工会議所提供）

て夏・冬の季節別に観光体験調査を行った。

協議会事務局を担う帯広商工会議所の水口誠産業振興部長は「良い点と悪い点が明らかになり、市町村と改善点について議論を重ねた」と話し、成果を旅行商品の開発やプロモーションの展開に役立てた。コロナ禍で一時中断したが、令和4年度以降は、観光庁の補助事業を活用し、農漁業体験や絶景ポイントをカフェに見立ててくつろぐプログラムなどの商品を地元の旅行会社と連携して開発、販売を始めた。

本格的なATツアーを造成

令和5年度からは、ATによる誘客に向けた検討をスタート。観光庁の補助事業を活用し、日勝半島をAT的一大拠点とする構想を掲げ、魅力的な付加価値を持つ滞在型観光の定着を図ることにした。

協議会は、旅行大手のJTB（東京）と連携して①馬文化と農業②自然と食—という地域資源を活かしたプランのモニターツアーを開催。その結果を受けて同社は、令和5年度にツアーの販売を始めた。

ツアーは①新千歳空港から日高に入り、アポイ岳登山（様似町）、ネイチャークルーズ（えりも町）、コンブ干し（広尾町）などを体験し、帯広空港で解散②帯広空港から十勝に入り、ばんえい競馬や馬耕体験、サラブレッドの馬事文化体験（浦河町）などを行い、新千歳空港で解散の2コースがあり、料金は2泊3日で19万1千円から。両コースを組み合わせた4泊5日のコースは33万7千円から。

同会議所の水口部長は「全日程に帯同するスルーガイドが付き、地域の人々とも触れ合いながら、自然、文化、伝統、風土などを深く知ることができます。国立公園化を追い風にして積極的にPRていきたい」と話している。

マウンテンシティライフを海外に展開

一般社団法人・大雪カムイミンタラDMO（旭川市）は、大雪山国立公園を擁する旭川市と鷹栖、東神楽、当麻、比布、愛別、上川、東川、美瑛の8町を舞台に活動している。令和5年9月に道内で開かれた体験型観光の国際イベント「アドベンチャートラベル・ワールドサミット（ATWS）」を契機にATの誘客促進に取り組んでいる。

大雪山系の旭岳（2,291㍍）と黒岳（1,984㍍）は7時間ほどで縦走が可能で、同DMOは、それぞれの山で違う会社が運行するロープウェー片道券を組み合わせた「縦走バス」を発売。登山ガイドが同行する宿泊付きや日帰りの縦走ツアーも手掛ける。

また、自動車が伴走するサイクリングや野菜の収穫体験などの野外活動とともに、旭川市の染工場で行う伝統の刷毛（はけ）引き本染め体験や、ガイドが同行して解説も行うアイヌ記念館の見学など約50件ものオリジナルの商品を用意し、料金や所要時間などの情報も提供。こうした取組が評価され、令和5年度には、北海道観光振興機構（現・北海道観光機構）が選ぶ「地域の魅力を活かした観光地づくり推進事業」のDMO部門で初の最優秀賞に輝いた。

同DMOは、ATWSを契機として、多彩なアク



一番人気の刷毛染め体験

ティビティを海外に積極的に売り込んでいる。ATWSで出会ったオーストラリアの旅行会社は、令和7年3月からアイヌ文化などを体験するツアーを発売。9月末までに95人を同DMOが受け入れた。

「かなり好評で、この調子なら年間200人ほどが来るようになるのでは」。同DMO事業企画部の平山千尋アシスタントマネジャーは手応えを語る。

積極的な海外アプローチで成果

アジア圏からは、バスやガイドなどを手配するランドオペレーター業務を令和6年度は4件、7年度は9月時点で15件受注することができた。

同DMOの佐藤昌彦副理事長は「大雪山連峰などの雄大な自然と、旭川市を中心とする都市機能が融合した『マウンテンシティライフ』の価値を地域住民が共に創造し育みながら、次世代に受け継げる持続可能な観光地をデザインしていかたい」と話す。

一方、ATを推進する上で、旅行者をサポートするスルーガイドの不足や、アクティビティガイドの高齢化や外国語対応などの課題も浮き彫りになっており、アウトドアガイドを目指す人を対象にした研修講座を開き、安定的な人材確保を目指している。



佐藤副理事長（右から2人目）らDMO職員

ATで自己変革を体感！

北海道開発局帯広開発建設部、北海道運輸局帯広運輸支局、十勝総合振興局、十勝観光連盟、地域のDMOなどの連携を通じて、ATを通じた人材育成のプログラムを展開する「X-salon（クロスサロン）構想」共創チームが令和5年に発足した。

チーム発起人の実重貴之・帯広開発次長は「十勝はビジネス旅行者が多く訪れるので、ATをビジネス客向けに展開できないかと考えました」と話す。

クロスサロン構想ではATを「自己変革をもたらす超能動的な旅」と位置付け、十勝ならではの体験を通じて五感を研ぎ澄まし、他の参加者と共有することにより、自分自身を見つめ直し、成長の機会を得ることを目標に掲げている。

ビジネス目的で十勝を訪れた旅行者と、管内で取組が進められているスマート農業や宇宙産業など最先端のビジネスに挑戦している地域住民をマッチングすることで、独創的なATを実現している。

地域に与える好影響に期待

共創チームのメンバーで、観光庁が認定する「地域連携DMO」としてATの推進に取り組む株式会社デスティネーション十勝（帯広市）が、令和6年に初めて実施したモニターツアーは、2泊3日で1人32万円という参加費用にもかかわらず、道外から経営者や大企業の管理職が参加して好評を得た。

実重さんは「参加者が訪れた地域に感銘を受けることで、旅行後にはふるさと納税や投資、起業などをしてくれる可能性がある」と期待を寄せる。



クロスサロン構想を発案した実重次長

モニターツアーの成功を受けて、デスティネーション十勝は令和7年から「LOCAL TOURISM PREMIUM in TOKACHI」（ローカル・ツーリズム・プレミアム・イン・十勝）のツアーを行っている。夏と冬に複数回実施する予定で、日程は2泊3日、参加費用は1人44万円で定員は16人。初日はカーリングをプレーして参加者同士の親交を深め、日本サウナ学会代表の加藤容崇医師によるサウナの講義と体験を行う。

2日目は、午前に尾藤農産（芽室町）で、トラクターがけん引する荷車に乗って畑を見学。午後は上士幌町のナイタイ高原牧場に移動し、夕食は十勝の食材を使ったフランス料理を楽しむ。食後はたき火を囲んで語り合い、テントで宿泊する。最終日は、十勝しんむら牧場（上士幌町）を見学し、新村浩隆代表から農業経営論を学ぶなどして解散する。

スタートアップの精神が息付く

「明治時代に依田勉三が晩成社を立ち上げ、困難な開拓を続けた十勝には、現在もスタートアップの精神が息付いています。先進的な考え方を持つ農業経営者が多く、意欲的な起業家やビジネスリーダーと対話できるツアーにしています」

デスティネーション十勝の荒井駆専務取締役が企画の狙いを説明する。「参加者はデザインされた観光地ではなく、ありのままの営みに興味を持ちます。参加費用は高額ですが、その費用は地元に還元していきたい」と意気込む。



十勝農業を肌で感じたツアー参加者

令和5年9月に北海道を舞台に開催された体験型観光の国際イベント「アドベンチャートラベル・ワールドサミット（ATWS）北海道」から2年。道内各地では地域資源を活かしたATの取組が進む一方、アウトドアガイドやツアーオペレーターなど、運営に携わる人材の確保といった課題も少なくない。ATWS実行委員会で事務局統括ディレクターを務めた菊地敏孝さんに今後の展望について聞いた。

北海道らしいATの構築を

ATWSが、令和3年のバーチャル開催、5年のリアル開催と、2度にわたって北海道を舞台に開かれたことでATが注目を集めた一方、欧米を中心とした海外客の嗜好を理解し、北海道らしいATを構築しなければ、数年後には「アドベンチャートラベル」という言葉が死語になると危惧しています。

火山や流水、多様な野生動物など変化に富んだ自然がコンパクトに集積し、縄文文化やアイヌ文化のほか、近現代に発達した農山漁村の文化も有する本道は、日本でATが根付く可能性の最も高い地域だと考えています。ATで重要な役割を担うガイドも、都道府県で唯一、知事が認定するアウトドアガイド資格を設けて優秀な人材を育ててきたことが強みになっています。

「冒険」よりも「本物」の体験

ATに代表される少人数向けの受注型企画旅行を販売する海外の旅行会社は、長期間滞在しても、旅行者を飽きさせないプランを5日以上の単位で求めてきます。1日2つとして、10以上の貴重な体験ができるアクティビティを1人のガイドやツアーオペレーターが単独で用意することはできません。

地域の観光協会をはじめ、農協や漁協など、地場産業との連携を深めることで、地域の総力戦としてアクティビティを確保する必要があります。

ATを楽しむ旅行者は40~60代が中心なので、意外とハードなアクティビティは好まれず、自然の中を散策するトレイルウォーキングや農家での収穫・調理体験などが人気です。「アドベンチャー（冒険）よりも、オーセンティック（本物）を体験できる旅行」がATの本質だと考えています。

アウトドア産業の一部に

こうした旅行者の嗜好を把握したアクティビティを用意するためにも、海外の旅行会社やメディア、インフルエンサーなどを招待し、実際に

現地で体験してもらう「FAMツア」を実施して、ターゲットを明確にすべきであると思います。

国内外への売り込み方も、カヌーや釣りなどのアクティビティの経験者が、特定の時期に、その場所を訪れるこの意味や魅力を伝えることが最も説得力があり、効果的であると思います。

繁忙期は、団体客への対応で個人客には手が回らない観光地でも、閑散期にその時期ならではのアクティビティを用意できれば、ATトラベラーが長期滞在し、宿泊費だけでなく、ガイド料など地域の消費額も拡大します。普通の観光のような飲食やお土産だけではなく、キャンプ用品やブーツなどの物販も含めたアウトドア産業の一部にATが組み込まれることで、地域の経済に及ぼす経済効果をさらに高めることができます。

本道におけるATの取組は、平成28年に米国・アラスカ州で開かれたATWSに出展したことが最初です。まだまだ緒に就いたばかりです。紋切り的な団体ツアーから個人型ツアーに移行し始めた外国人の旅行需要を、道内のツアーオペレーターやガイドが十分に取り込めていないことも課題です。

北海道アドベンチャートラベル協議会は、ツアーコンストラクターなど、ATへの取組が遅れている地域を対象とする勉強会を開催するなど、地域ごとに魅力あるアクティビティづくりに協力しながら、全道各地にATを根付かせていきたいと考えています。



北海道アドベンチャートラベル協議会事務局長

北海道宝島旅行社執行役員
菊地 敏孝さん

函館市出身。NPO法人大沼・駒ヶ岳ふるさとづくりセンター事務局長を経て、平成27年北海道宝島旅行社入社。令和2年から北海道観光振興機構に出向。アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会事務局統括ディレクターを務めた。令和6年同協議会事務局長就任。54歳

Opinion ③

追い風が吹く 北海道への教育旅行 —魅力的なコンテンツ活かし誘致の実現を—

「探究型」の教育旅行を実施する中学校や高校が増える中、魅力的なコンテンツを有する北海道には、道外から多数の中高生が訪れる。「マチのファンになってくれることで関係人口の増加や将来の移住の選択肢となることも期待できる」とし、誘致を目指す市町村を支援している。

■ 体験型・探究型にシフト

ここ数年、本州の中学校や高校が教育旅行の訪問地に道内の市町村を選ぶケースが増えています。コロナ禍以前は海外を旅行先としていた高校が、コロナ禍に伴い、いわゆる「密」を避けられる旅行先として、北海道を選択したことなどが背景にあるとみられます。

さらに、学習指導要領の改訂により「総合的な学習」や「総合的な探究」の授業が始まり、実践の場として教育旅行の重要性が高まる中で、学校側が従来の見学型から体験型・探究型の旅行にシフトし、コンテンツが豊富な北海道を

選択することがさらに増えてきたことも追い風となっています。

北海道観光機構は、教育旅行活性化事業として、教育旅行誘致を目指す市町村の担当者を対象とした受入セミナーなどを開催しています。

令和6年度は札幌市と釧路市、函館市で開催し、約150人が参加するなど、教育旅行誘致に対する市町村の関心の高まりを実感しています。

■ テーマは「課題解決」

セミナーでは「誘致したいがどのようにすればいいのか」との相談が寄せられます。観光機構は本

州の高校とさまざまなコネクションを持っていますが、特に進学校は、受験勉強とはあまり関係のない「探究」の単位を修学旅行中に実行する研修を授業時間としてカウントすることができます。

「探究」は、「学び」と「気付き」という一連の行動が伴います。北海道の場合、ヒグマやごみ、オーバーツーリズムなどの問題をはじめ、アイヌや開拓の歴史、北方領土問題など、あらゆるもののが「学び」と「気付き」の対象となり、大学などが中高生の「探究」に協力するケースもあります。

市町村への支援に当たっては、まず、自分の地域にこうした探究型の要請に応えるだけの素材やコンテンツがあるのかという点を確認します。しかし、「うちのマチにはこれといった資源がない」と言う担当者が少なくありません。

しかし、探究型の学習では、市町村が抱える課題をヒアリングし、生徒がその解決策を考えるというカリキュラムもあります。道内で課題のない市町村はおそらくないでしょう。生徒とともにまち



公益社団法人 北海道観光機構
事業企画本部
プロモーション部担当部長
ながのひろき
長野 博樹さん

平成28年に旅行会社から北海道観光機構に出向。旅行会社では教育旅行に従事。現在は全国の学校、旅行会社を訪問し、北海道で実施する教育旅行の魅力をPRするとともに、道内の教育旅行受入れに関するアドバイスなども行っている。54歳。



新幹線開業により道南圏に多くの教育旅行生が訪れている

の課題解決を「探究する」という旅行を行う高校があれば、より多くの市町村が手を挙げることができるのでないでしょうか。

■ 市町村の連携で対応

教育旅行は数10~100人規模の生徒が活動するため、受け入れ側では、空港などからの2次交通や宿泊先の確保が必要になります。貸切バスは運転手不足で確保が難しく、宿泊先も十分に用意できない市町村も多いと思います。いずれも1つの市町村で解決することが難しい問題ですので、複数の市町村が連携し、情報交換をしながら圏域で対応するという進め方が



更別村ではスマート農業の授業を実施した

望ましいと思います。

教育旅行の誘致は一朝一夕には実現しません。複数の市町村が連携するのであれば、担当者間で資源の選定やアクセスなどの調整が不可欠ですし、高校側との協議では、生徒が求める内容を的確に提示する必要があります。

道内では北海道新幹線の開業に伴い、函館市などの道南圏には、本州から教育旅行の小中高生が多数訪れています。十勝管内では更別村や鹿追町などがスマート農業やジオパークをテーマに研修授業を行っています。すでにリピーターとなっている学校もあり、こうした先行する市町村の取組は参考になると思います。

■ 誘致のチャンス到来

教育旅行の誘致は、単なる観光消費だけではない幅広い効果があります。訪れた生徒がマチの文化やコンテンツに魅力を感じ、そのファンとなることで、関係人口の増加やふるさと納税の寄付先、将来の移住先の選択肢になるなどのメリットも考えられます。

また、若者の視点で「探究」されたマチのコンテンツは、地元の人が意識していなかった魅力に対する「気付き」を与えてくれるかもしれません。受け入れに取り組む市町村と住民の間では、まちづくりや課題解決に向けた意識の共有が進むこともあるでしょう。

関東圏の公立中学校は、教育旅行の95%が京都・奈良と言われていますが、京都・奈良はすでにキャパオーバーです。その受け皿として全国の市町村が誘致合戦をしている中、多様で魅力的なコンテンツを抱える北海道では、まさに誘致のチャンスが到来していると考えています。

教育旅行に新たな勝機

北海道新幹線・札幌延伸の10年前が誘致のス

タートラインになる！

教育旅行の直接効果は85億円規模に

北海道観光機構がまとめた令和6年度（速報値）の教育旅行の入込実績（小学校、中学校、高等学校、特別支援学校、養護学校）によると、学校数は前年度比2%減の1,092校、人数は同5%減の14万1,897人だった。コロナ禍以前は、旅行先の多様化により校数・人数ともに減少傾向にあったが、4年度以降は校数の増加が顕著だ=グラフ。

同機構は教育旅行の受け入れに伴う経済効果も試算している。令和6年度は、航空運賃を除く宿泊費などの直接的な経済効果は約85.5億円に上った。土産品の購入や施設入場料、食費などの間接的効果を含めると、全体の効果はさらに膨らむとみる。

今後の誘致対策について、同機構は「平成28年の北海道新幹線・新青森・新函館北斗間の開業に際

しては、5年前から誘致活動に取り組んだが、本道の出遅れ感は否めなかった。修学旅行の行き先は数年前に決定してしまう。札幌延伸の時期は不透明な状態にあるが、遅くとも開業の10年前ほどからアプローチを始める必要がある」と話す。その上で「在来線では、団体旅行の臨時列車を編成することが難しくなっているが、輸送力が大きい新幹線は、通常編成でも、規模の大きい教育旅行の団体を北海道まで直接運ぶことができる強みがある」と強調する。

探究型の教育旅行にシフト

自ら学び、自ら考え、自ら判断して行動し、よりよい社会や人生を切り拓いていく「生きる力」を育むことを重視した新学習指導要領が小学校で令和2

年度、中学校で3年度、高校では6年度に完全実施された。小中高では「探究」がより重視され、高校では従来の「総合的な学習の時間」が「総合的な探究の時間」に変更された。これに伴い教育旅行の在り方も児童生徒の探究学習を取り入れたプログラムが重視され、名所旧跡や景勝地を巡る従来型の旅行から、児童生徒の体験活動や探求型の学習活動を重視するなど、旅行の在り方も変化し始めている。

十勝で先端農業を学ぶ旅

令和7年5月、東京の豊島区立千登世橋中学校の生徒と教員120人が更別村を訪れ、地域の概要やまちづくりの現状を学んだ。基幹産業である農業について村企画政策課の八木俊宏上席主査は「210戸ある農家1戸当たりの平均経営面積は55ha。東京ドーム11.7個分。トラクターの平均所有台数は6.5台で、国内最大規模の農業が行われています」と解説。村では、今後25年で農家が36%減少するとの予測を示しながら「どのようにして豊かな更別村を維持していくか」と、生徒たちに問い合わせながら、大規模農業を維持するには「効率的なスマート農業が必要」と力を込めた。

八木さんは、東京大学が村内をフィールドに、スマート農業の実証研究を行っていることを紹介しな

名所旧跡や景勝地を巡る従来型の修学旅行は、新学習指導要領に盛り込まれた「探究型の学習」が重視される中で、その姿が大きく変化しようとしている。

道内の市町村が進めるスマート農業やGX（グリーン・トランスポーメーション）などの取組は、フィールドワークや体験学習を通じ、子どもたちが、自ら学び自ら考える力を育む題材として、観光業界や教育現場の熱い注目を集めている。新たなスタイルを模索しながら、動き始めた教育旅行の現場を取材した。

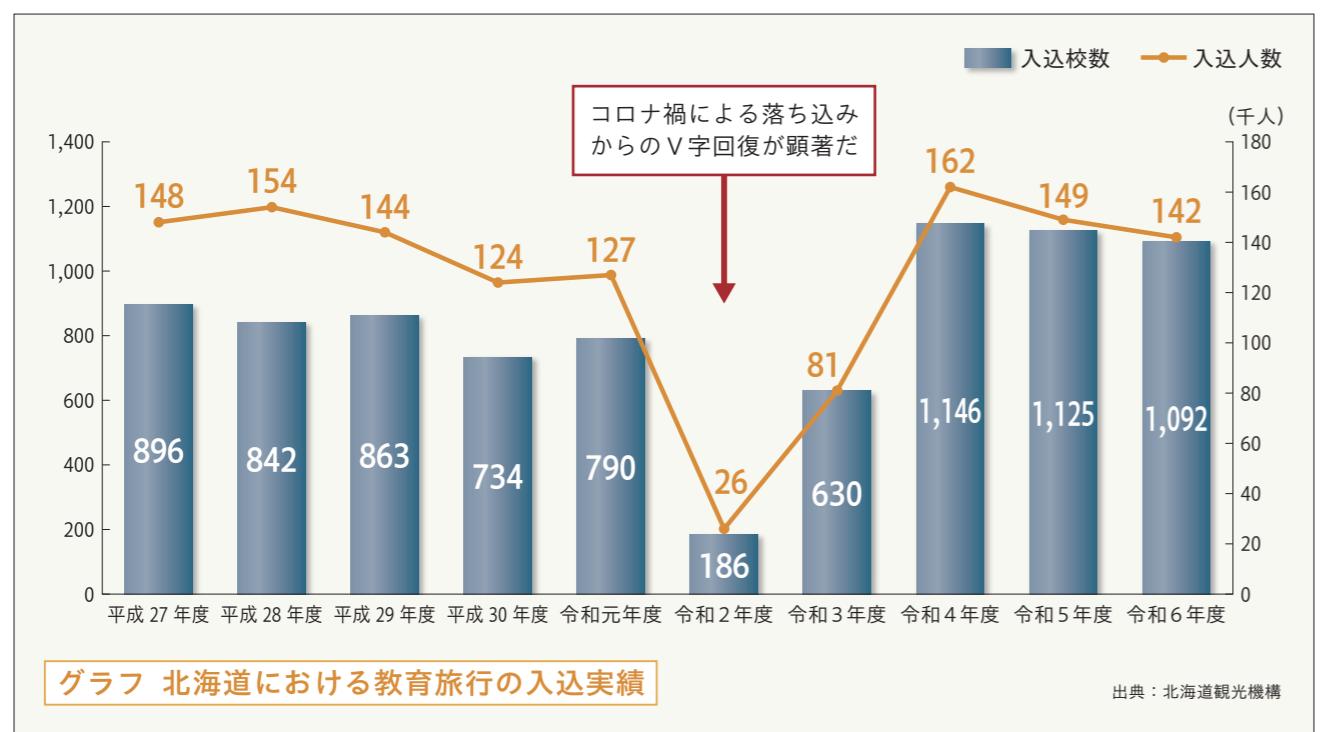
がら「ドローンで生育状況を把握して、成長の度合いに応じて肥料を調整することで効率的な農業ができる」と説明。都会とは異なる環境と農業のスケール感に生徒たちは驚きの声を上げていた。

同日は、東大大学院農学生命科学研究科の郭威准教授によるスマート農業に関する講義も行われ、農村地域の現状や課題、ICT（情報通信技術）などの先端技術を活かして、多様な地域課題の解決にチャレンジする村の取組を真剣な表情で学んだ。

講義に続いて、生徒たちは、無人トラクターの実演走行や大型ドローンの飛行を見学。無人トラクターがGNSS（衛星測位システム）で制御されていること、さまざまなセンサーが障害物を感じ、安全に農作業を行うことができる仕組みを学んだ。同日は幕別町で宿泊。翌日は鹿追町でバイオマス施設の見学や乳牛の搾乳体験を行った。3日目は帯広畜産大学を見学し、帯広空港から帰京の途についた。

肌で感じる教育旅行を

「東京に住んでいると生産現場を見る機会が全くありません。農業を学ぶだけなら本州でもできますが、十勝はスマート農業に代表されるような先進的な農業を実践しています。実際に現場を見て、学べる最適な場所です」。同中の小林豊茂校長が語る。



多くの生徒が無人トラクターに試乗した



農業用ドローンの性能に驚きの声も

「教育旅行×探究学習」が主流に

令和6年から社会科の教員や生徒と話し合い、農業に焦点を絞り、地域の課題や解決方法を肌で感じる「探究学習」の場として十勝を選んだという。

探究活動や体験活動を重視した教育旅行の在り方について、西山猛村長は「更別村という場所を知り、最新の農業を学び、東京でたくさんの人々に更別村のことを話してほしいと思います。今回の訪問をきっかけに更別と農業に興味を持ち、将来はぜひ更別で就農してもらえば」と期待を込めて語る。

関東以西の学校に照準を

教育旅行のメッカ・函館市一。令和5年度は、延べ482校・5万3,788人が訪れたが、校数は3~5年度の3年間では最も低い水準だった。特に道内と東北が4割程度減少した。市観光部観光推進課は「新型コロナが5類感染症に移行した5年度は、定番の東京や京都などのコースに回帰した影響があるのではないか」と話す。一方で関東は横ばい、中部以西は増加傾向にあるといい、同課は「新幹線で北海道に直接乗り入れられるのでリピーター校も多い。今後も伸びしきるのではないか」と期待を寄せる。

市の観光入込客数は、長引くコロナ禍に伴う行動自粛や消費減衰の反動から一転、回復基調に転じ、令和6年には過去最高となる602万人を記録した。一方で代表的観光地の函館山では混雑が慢性化。観光バスの不足や宿泊施設などの人材確保も課題だ。市は近隣市町と連携した観光客の分散も視野に入れる。同課は「北斗市や七飯町などには、自然を活かしたアドベンチャートラベルを楽しめる空間もあり、多彩なメニューを提供できる。市独自の取



打ち合せを行う花川北中の武田教頭、大西校長、杉並工科高校の平林主任教諭（左から）

組や北海道観光機構との連携により、観光人材の確保も進めていきたい」と話している。

DX・GX先進地で学ぶ

石狩市は令和7年11月、東京都立杉並工科高校の教育旅行を受け入れる。市が道外の学校による教育旅行を受け入れるのは初めての取組だ。同高の2年生80人が、フィールドワークを通じて、石狩湾新港の洋上風力発電所など、再生可能エネルギーを活用したGX（グリーン・トランスフォーメーション）やDX（デジタル・トランスフォーメーション）による先駆的なまちづくりを学び、地域の現状や展望を高校生の目線で分析・発信する。また、市立花川北中学校を訪問し、同高の生徒が学ぶITや環境に関する知識や技術を披露する「出前授業」を計画。7月に平林君敏主任教諭が同中を訪れ、大西智彦校長、武田純子教頭との協議に臨んだ。

大西校長は「高校生から授業を受けることは、当校の生徒にとっても刺激となる。コミュニケーションが深まることで、新たな出会いと気付きがあるのでは」と話す。市企画政策部企業連携推進課の宮崎嵩大主任も「学びのフィールドになるだけでなく、地域の魅力発信や交流人口の増加、石狩市ならではの教育活動などにつなげていければ」と話す。

教育旅行から始まる交流

同高には、GXやDXを担う人材を育てる「IT・環境科」がある。市は令和6年に都内で開かれたGX関連の企業誘致展示会に出展。市の取組に魅力を感じた平林教諭がブースを訪ね、生徒たちのフィー



3月に行われた花川北中と杉並工科高校のオンライン授業

ルドワークの場として訪問したいと持ち掛けた。同課の加藤純課長は「高校からのアプローチは想定していましたが、石狩市の取組に関心を持ってくれたのは、とてもありがたいお話をしました」と話す。また、平林教諭も「会場では他の市町村とも話をしましたが、石狩市さんが最も熱心に対応してくれました」と振り返る。

市と同高は令和6年12月に「教育旅行を契機とした探究的相互交流に関する連携協定」を締結。8年4月に関東方面で予定している花川北中の修学旅行では、同高の生徒がツアーコンダクター役を担うなど、長期にわたる多様な交流も計画している。

既存の観光資源にとらわれず、DXやGXなどの新たな取組を題材として、新たな教育旅行のスタイルを提案する「攻めの姿勢」は、核となる地域資源がないと悩む市町村にも教訓になるだろう。

4万人超の児童生徒と交流

農山漁村地域に滞在し、産業体験や生産者との交流、自然や文化を楽しむ「グリーン・ツーリズム」は、道内でも多くの市町村で受け入れに取り組んでいる。長沼町では平成17年度に受け入れを開始して以降、令和6年度までに道外から4万人を超える児童生徒を受け入れた。最多は22年度の25校・4,566人。人数が300人を超えた学校もあった。

受け入れに当たっては、町とJAながぬま、町観光協会などで構成する「推進協議会」と、宿泊先を提供する農家で組織する「運営協議会」が両輪となってきた。運営協に参加する農家95戸のうち、75戸が受け入れのために農家民宿を営んでいる。

長沼町では、グリーン・ツーリズムの受け入れを始めた当初から、教育旅行にターゲットを絞ったファームスティ型体験学習に取り組んできた。受け入れ先では、決まったプログラムではなく、家族の一員として農家の日常を体験する。卒業後に家族や友人と町を再訪するなど、心の通った交流を続けている農家も多く、交流人口の拡大にも貢献している。

農業者の高齢化が課題に

20年以上の歴史を持つ長沼町のグリーン・ツーリズムだが、コロナ禍を経て大きな転換期を迎えて



農作業を通じて食への理解を深める



別れを惜しむ受け入れ農家と生徒たち

いる。令和5年度の受け入れ実績は280人、6年度は282人と、最盛期と比べて大きく減少した。

町産業振興課の酒井智也グリーンツーリズム推進室長は「農家の高齢化が進んでいることが要因の一つです。コロナ禍で受け入れの中止が長期化した影響で『再開する気力が出ない』という農家も増えています」と話す。新規就農者を中心に新たな担い手となる農家もいるが、受け入れ先の減少をカバーするには至っていない。また、農業の大規模化や多角化が進み、児童生徒の安全を考えて受け入れが難しくなっている現状もあるという。長期化したコロナ禍は、受け入れに当たる農家や地域住民にモチベーションの低下などの大きな爪痕を残しながら、その余波は現在も続いている状況にあるようだ。

こうした状況を受けて町は、令和6年度以降、1校当たりの受け入れ人数を40人に制限している。酒井室長は「研修先の農家がグリーン・ツーリズムに取り組んでいたので新規就農を志した人もいます。農業への理解促進や交流人口の増加、農家の所得向上などの幅広い効果があります。宿泊を伴わない日帰りの農業体験や近隣市町村と連携した宿泊先の確保などの取組を進めていきたい」と話している。

観光人材の不足が深刻化 市町村が果たす役割は —地域ごとに課題解決の道筋をどう描く—

観光産業を支える人材の不足が全道で深刻化している。事業者はこの苦境を乗り越えようと努力しているが、民間だけでは対応が困難な課題も多い。復活の兆しもみえる地域の観光を盛り上げるには、関連産業の連携に向けた行政の舵取りが重要と強調する。

■ ホテル業界の人材不足

ホテル業界で働く人は、同業他社への転職を重ねながら、より高いポストを得て、キャリアアップしていく特徴があります。そのため、統計上は離職率が高くなりますが、実は業界内で循環している人材も多くいます。ただ、コロナ禍を通じて、観光業界における雇用の不安定さが報道などで注目され、ホテル業界への就職を目指す学生の保護者が不安に感じ、入職者が減少しています。

宿泊業のおもてなしやサービスには、DX（デジタル・トランスフォーメーション）による効率化

が必ずしも有効ではない点も人材不足に拍車を掛けています。今のホテルマンにはサービス力とともに、経営的な管理能力、マーケティングの知識、そして語学力も求められます。こうした人材を一朝一夕に育てることは困難です。

令和5年現在、札幌市の宿泊施設は392施設、約3万8千室ありますが、中心市街地の再開発などで、新たに15施設が計画され、約5千室増えます。ホテルは、運営会社が倒産しても、建物を買収し、再建する企業が現れることが多く、施設数や客室数はそれほど減りません。これから続々と開業する外資系高級ホテルなど、給与

や休日などの待遇が良いホテルに人材が集中する心配もあります。

■ 地域事情に応じた改革を

一方で宿泊業界の働き方改革は着実に進みつつあります。支笏湖の丸駒温泉旅館では、従業員の休日を確保するため、休館日を設けています。限られた人員で効率的な運営を行うとともに、従業員の定着を促すための取組でもあり、過疎地にある宿泊施設を運営する上での参考になると思います。

また、閑散期の余剰人員を他地域のホテルに派遣することも、系列のホテルチェーンでは以前から行われていましたが、別会社のホテルや異業種の結婚式場などとの間でスタッフを融通し合うといった動きも出ています。

地方の温泉ホテルや旅館などでは、人材不足対策として、夕食を地域にある飲食店で食べてもらうという「泊食分離」を取り組む地域もあります。ただ、地域によっては、過疎により、宿泊施設の外には他に食事ができる店がないこ



ホテルで研修を受ける札幌国際大学の学生

札幌国際大学
観光学部観光ビジネス学科
教授
山田 芳之さん

余市町出身。ラマダ・ルネッサンス・ホテル・サッポロ宿泊部長、旭川ロワジールホテル総支配人、ウェスティンホテル淡路代表取締役社長・総支配人、ソラーレ・ホテルズ・アンド・リゾーツ全国運営総括本部長、旭川グランドホテル総支配人などを歴任。令和2年から札幌国際大学観光学部非常勤講師を経て、4年から現職。若手ホテルマン育成のため北海道宿屋塾の塾長も務める。67歳。



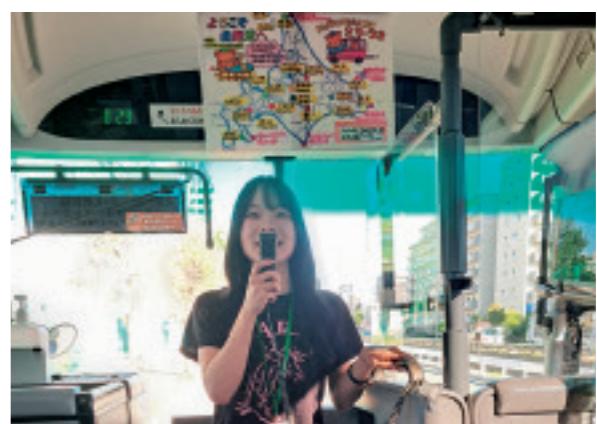
■ プロモーションを強化

道内の主な温泉地をみると、令和5年度の観光客数は、新千歳空港から比較的近い登別温泉が105万人、洞爺湖温泉は62万人、湯の川温泉は81万人と、コロナ禍以前の平成30年度と比べて9割近くまで回復しています。しかし、道東・道北方面は、層雲峡温泉、十勝川温泉、ウトロ温泉などではコロナ禍前の8割弱、阿寒湖温泉、川湯温泉では7割弱にとどまっており、道内の地域格差が拡大していることが大きな課題です。

インバウンド（訪日外国人観光客）は平成25年に1千万人を突

破し、コロナ禍前の令和元年には3,188万人、令和6年にはさらに2割増え、3,686万人に達しています。しかし、今はインバウンドが増えている地域でも、楽観視できる状況はありません。インバウンドの主要な訪問先となっている東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪などを結ぶ、いわゆるゴールデンルートも頭打ちになります。

ゴールデンルートから外れている北海道では、財政力が弱い市町村でも、近隣市町村と連携するなどの工夫により、独自の観光プロモーションを行い、発信力を強化していく必要があると思います。



バスツアーに添乗員として同行する大学生

観光再生を担う人材育成

観光分野でも「地域おこし協力隊」の定着と支

援が不可欠

新型コロナウイルスが5類感染症に移行した令和5年春以降、全道で観光客数が回復傾向にある中で、観光業の人材不足が顕著だ。宿泊客数がV字回復する一方、コロナ禍を境にした従業員数の減少により、サービスの質的な低下や施設の稼働率低迷による経営悪化などの問題も噴出し、人材確保と多様なニーズに対応できる従業員のスキルアップは喫緊の課題だ。こうした中で新たな担い手として近年、地域おこし協力隊員の活動が注目されている。地域における観光人材の獲得や育成の現場を訪ねた。



観光従事者は3割減 人材不足が顕著に

総務省の労働力調査によると令和元年、道内では宿泊・飲食サービス業の従事者数は22万人だったが、コロナ禍を経た6年には約3割減の16万人に減少した。一方で観光庁の宿泊旅行統計調査みると、道内の宿泊者数（延べ人数）は、6年はコロナ禍前を上回る3,963万人に上った=グラフ。コロナ禍を挟んだ元年と6年で比較すると、宿泊者数が

7%増加する反面、従事者数は27%減少している。

道と北海道観光機構は令和6年度、深刻化する観光人材の不足に対応して「北海道観光人材発掘事業」をスタート。宿泊業界に就職を希望する高校生や専門学校生、大学生などの獲得に向け、業界の展望など、若者に興味を持ってもらえる内容を意識した出前講座、ホテルのバックヤード見学やインターンシップなどを行う職場見学会などの取組を進めている。

令和6年度は、道外を含む32会場で開いた出前講座を663人が受講。17回開催した現場見学会には343人が参加した。観光を担う人材育成を念頭に置き、小中学生向けの教材作成も検討している。

観光従事者向けには、インバウンド（訪日外国人観光客）への対応や、地域における新たな観光コンテンツの開発など、実践的プログラムを盛り込んだスキルアップ研修をコロナ禍前から実施している。

同機構の生川幸伸・事業企画本部副本部長は「現在は手探りで進めている面もありますが、人材の確保と育成は観光振興には欠かせません」と話す。



観光業の魅力を伝える現場見学会

アウトドア人材を地域で育てる

名寄市で令和6年、NPO法人なよろ観光まちづくり協会（栗原智博会長）主催の「なよろのアウトドアフェスティバル」がスタートした。ふうれん望湖台自然公園キャンプ場を会場に地元で活躍するアウトドアガイドたちが一堂に会し、初心者向けのカヌーやフライフィッシング、サイクリングなど、地域の豊かな自然や風景を満喫できる多様なアクティビティを体験できる新たなイベントだ。

2回目は令和7年7月19日に開催。同市などに住むガイド10人が森林散策とアイヌ民族の遊びを体験する「自然探索」、忠烈布湖を巡る「静水カヌー」、JR名寄駅から望湖台を目指すサイクリング、フライフィッシングなどのプログラムを準備した。

農業用貯水池の忠烈布湖は、水田への給水が終わる8月末には水がなくなるが「静水で水深も深くないので、初心者が体験するのには最適」とカヌーガイドも太鼓判を押す。市内から訪れた参加者は「キャンプ場に来たのは初めて。イベントで自然の豊かさを実感できた」と話していた。

イベントを企画したのは、観光分野の地域おこし協力隊員として3年8ヶ月にわたり、同協会に勤務した森和季さんだ。旭川市出身で、東京の大学を卒



忠烈布湖を巡った静水カヌー体験

業、金融機関で1年間勤務した後に「観光分野で体を動かす仕事に就きたい」と協力隊員に応募。同協会では、カヌーツアーやサバイバルゲーム、スノーモービルツアーなどを担当。カヌー分野で北海道アウトドアガイドなどの資格も取得し、ガイドスキルの向上に努めてきた。

令和7年3月に協力隊員を卒業。市内でアウトドアアクティビティ運営会社「HAKUの森」を開業した。

いつでも何かが体験できる名寄

「市内に3カ所あるキャンプ場の中でも目立たない所にある『ふうれん望湖台自然公園キャンプ場』を盛り上げたいと思いました」。森さんが語る。

市内でも冬にスキーなどを楽しむインバウンドが増加。イベントを通じて、アウトドアガイドの連携を進め、複数のアクティビティを組み合わせた付加価値の高い体験メニューづくりを目指している。

「将来は名寄に行けば季節を問わずに『いつでも何かが体験できるフィールド』にしていきたい」

このイベントが評価され、同協会は令和6年度、北海道観光機構の「伴走支援型観光地域力強化推進事業」の地域単独事業部門で最優秀賞を受賞した。



フライフィッシングのキャスティング体験

地域おこし協力隊の活躍に期待！

長沼町でゲストハウス開設

長沼町で活動する地域おこし協力隊員・金山真大さんは令和6年、町が募集する「観光ミッション型」の協力隊員に就任。観光協会のイベント運営や情報発信を担いながら、7年1月には町内にゲストハウス「旅人の宿人（やんと）」をオープンした。

金山さんは神奈川県出身。東京の大学を卒業した後、旅行会社に就職し、8年間にわたり法人営業を担当した。協力隊員に応募したのは「四国をロードバイクで一周する旅に出たとき、高知県のゲストハウスに宿泊しました。漁師さんとの交流など、その地域でしかできない出会いや体験がありました。このような体験を自ら提供したいと考え、東京のふるさと回帰支援センターに移住相談に行き、長沼町に出会いました」と振り返る。

金山さんは、活動の舞台に長沼町を選んだ理由を4つ掲げる。「添乗員の仕事も視野に入れているため新千歳空港に近い場所を探していました。また、旅行会社の起業を考えた時に新千歳空港と札幌に近ければ観光需要が見込めると考えました」と語る。

2つめの理由は「宿泊先の確保です。長沼町は空知管内で観光客が最も多いにもかかわらず、宿泊客が圧倒的に少ないという課題があり、ゲストハウスを開くことで微力ながら貢献したいと考えました」と語る。3つ目は「食」だ。移住ツアーで長沼町を訪れた際に「畑で収穫したばかりのトウモロコシを食べました。これほどおいしいものを食べたのは人生で初めての経験でした」。



外国人観光客と交流する金山さん（左）

そして4つ目は「仲間」だ。5人いる協力隊員の同期生にイベントを手伝ってもらうなど、協力関係を築いている。「長沼町に移住してマンパワーの大切さをあらためて実感しました」と力を込める。

地域に根差した旅行会社を

ゲストハウス「旅人の宿人」は、農家の空き家をリフォーム。インバウンドを中心に予約も順調だ。金山さんは「さっぽろ雪まつりがある2月は、札幌市内のホテル代が高騰していることもあります。どちらに宿泊先を求めた人もいます。複数泊の予約も多いのですが、スキーなどのレジャーや飲食は町外で楽しむ」というお客様が大半です。町内で冬のレジャーを楽しみ、特産のジンギスカンや農産物を食べてもらい、地域にお金が落ちる仕組みが必要だと感じています」と話す。

ゲストハウスに続き、旅行会社の設立を目指して構想を練る金山さん。「どのような業態で事業を開していくかを模索中ですが、メインの事業としては、町内の観光資源を磨き上げ、着地型のツアーを提供することを考えています」と意欲を語る。

その上で「町の中心街を観光客が訪れない、日帰り客が多いといった課題を解決し、将来的には近隣の市町村を巻き込んだ活動や、前職での経験を活かして添乗員としての仕事もできれば」と話す。他の協力隊員や住民との協働も欠かせない。

「課題も多いですが、やりたいことを言い続ければ、必ず誰かが応援してくれます」

そこが長沼町の良さだと確信している。

事業構想大学院大が伴走型支援

島牧村の道の駅「よってけ！島牧」で令和7年7月26日に夏祭りが開かれた。午前9時から鮮魚や夏野菜の販売、同11時からは飲食店の出店も始まり、会場では抽選会も催され、村内から訪れた大勢の家族連れでにぎわった。会場のセッティングから物販まで、幅広い業務を担当したのが藤原将智さんだ。7年4月に観光担当の地域おこし協力隊員に就任した。前職は広島県の高校教諭だった藤原さん。長男の地大くん（5）と2人で、村内で空き家になっていた民宿で暮らしているシングルファザーだ。



島牧村に移住した藤原将智さんと地大くん（左）

島牧村は令和6年12月、地域の人材育成と地域活性化の推進を目的に事業構想大学院大学（東京）と地域連携協定を締結した。期間は10年間。村と同大は、地域おこし協力隊事業を共同で実施し、国内初となる「地域おこし協力隊員兼大学院生」が村に移住し、道の駅に開設したサテライトキャンパスを中心に協力隊活動を展開する。全国各地で「稼げる観光まちづくり」を実践・定着させてきたスペシャリストとしての経歴を持つ教員が、総務省が認定する「地域力創造アドバイザー」として伴走支援することにしている。

島牧は観光のフロンティア

島牧村の基幹産業は漁業で、ウニやイクラ、ホッケなどの水産資源に恵まれているが、高齢化で漁業者は減り続けている。観光面では、日本の滝百選にも選ばれた「賀老の滝」がある賀老高原や道の駅などの整備を進めてきた。近年は東狩場山（1,318m）をCAT（キャット）と呼ばれる雪上車で登ってバックカントリースキーを楽しむCATスキー事業も展開しているが、観光客は年間5～6万人と低迷。その多くが道の駅などに立ち寄る通過型の観光客だ。

同大は「観光まちづくりには、これから本格的に取り組む段階であり、大きな可能性を秘めたフロンティアと言える」としている。同大は毎年10人を村に送り込むことを目標としており、藤原さんは第1期生だ。協力隊員は夕方からオンラインで講義を受けるとともに、月に1回程度の頻度で教員が村を訪れ、対面講義も行う。藤原さんは「実際に村を訪れて村の自然や雰囲気を知ってもらい、観光によるま

ちづくりに関するイメージを共有できます」と話す。村に住む後藤晴美さんは、犬の散歩をしているときに偶然、藤原さんと出会った。「話をしてもみると息子さんの預け先を探しているところで、その場で『いいよ！』と引き受けました。行政だけでは面倒をみられない部分を住民が『見守り隊』としてサポートしています。住民はない外からの視点とユニークな発想で村を元気にしてくれれば」と話す。

島牧の良さを活かすために

藤原さんの当面の課題は、令和8年度以降に移住してくる地域おこし協力隊員の住まいの確保だ。村内には多数の空き家があり、業務の合間に縫いながら見て回り、リフォームの必要性などをチェックしている。「島牧には手付かずの観光資源が数多くあります。多くの協力隊員が来てくれれば、アイデアや斬新な発想も生まれます。そのためには安心して住める場所の提供が必要です」と話す。

村の奥康幸・企画産業課長は「村には手付かずの自然があり、それに魅力を感じてくる観光客もいます。さまざまな課題はありますが、課題が多いということは可能性も同時にあります。行政だけではなく、住民も協力しながら、藤原さんたちの活動を支援していきます」と話している。



取材時に出会った村内の女性が語ってくれた。

「夕方の海岸で一人、ぼんやりとビール飲んでいる外国人がいました。話しかけたら『こうして一人で夕陽を見ながらビールを飲んで、ゆっくりと時間が過ぎていくのがとても楽しい』と話していたのよ。島牧って大勢の観光客が押し寄せるわけでもなく、この人みたいに、島牧の良さをしっかりと分かってくれる人が来てくれて、ゆったりと楽しんでもらってまた来てもらうというのが良いよね」



海産物の仕分けをする藤原さん（中央）

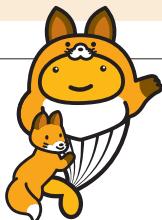


振興協会 とは？

北海道市町村振興協会は、昭和54年3月に市町村振興宝くじ（通称・スマージャンボ宝くじ）の発売収益金を市町村振興事業や災害対策のために活用する財団法人として設立され、平成24年4月からは公益財団法人として活動しています。

スマージャンボ宝くじ等の発売収益金を基金として積み立て、これを有効に運用し、道内市町村の振興のため、公共施設整備に対する貸付や地域課題に対応した調査研究、市町村職員の研修や地域イベント等への助成などの事業を推進しています。

また、平成13年に新設された「新市町村振興宝くじ（通称・ハロウインジャンボ宝くじ）」の発売収益金は全額を、公共事業のほか、地域における環境の保全や経済の活性化、少子・高齢化に対応したソフト事業等にご活用いただくため、市町村へ交付しています。



編集発行 公益財団法人 北海道市町村振興協会

〒060-0004 北海道札幌市中央区北4条西6丁目 北海道自治会館6階
TEL: 011-232-0281 HP: <https://do-shinko.or.jp>

編集協力 株式会社きたリンク 印刷製本 株式会社アイワード