

# 「地方創生」の取り組み



座談会に参加いただいた皆さん（右から）  
 小関 正浩さん 水上高原リゾート200（群馬県 水上高原）取締役総支配人  
 西野 智弘さん ホテル大雪グループ（北海道 層雲峡）代表取締役社長  
 國米 真市さん 阿蘇の司（熊本県 阿蘇）内牧温泉 相談役  
 石原 健さん（ファシリテーター）（株）ホスピタリティ・デザイン 横浜 代表取締役  
 重山 敬太郎さん ホテルエナジスタ（長野県 松本）総支配人 アルビコホテルズ（株）専務取締役  
 岡崎 彌平治さん タカミヤホテルグループ（山形県 蔵王温泉）代表取締役会長

各地で地方創生の必要性が高まっている中、その重要な役割を担っているのが宿泊業界だ。今回は、各地で自治体やDMOなどとも連携しながら積極的に地方創生、地域活性化に取り組んでいる旅ホ連会員の皆さんに、その考えや悩み、具体的な取り組みについて自由に話していただいた。

## 観光が日本を支えるという 自覚と責任

**石原** 今回の座談会のテーマは「宿泊業界における『地方創生』の取り組み」です。旅ホ連ニュースの2022年11・12月合併号で「宿泊業界における『サステナビリティ』への取り組み」をテーマにした座談会が行なわれていますが、地方創生とサステナビリティは似ている部分があります。地域みんなで持続可能なものをつくり、それに環境や社会文化、さらに経済成長を絡めていくのがサステナブルツーリズムです。グリーン・デスティネーションズ※1の認証に取り組む地域が日本でも増えているなど、地域全体が連携して持続可能な観光地を目指すことの重要性は広く認識されてきました。本日はそのようなことを踏まえた上でお話をしたいと思います。

まず、地方創生における宿泊施設の役割についてのお考えをお聞かせください。  
**岡崎** 地方創生、地域活性化は、首都圏の一極集中ではなく、地方が元気になることで、結果として国全体がよくなる。そんなイメージを持っています。地方の元気を引っ張る産業は様々ありますが、最も重要なのが観光だという思いが、いま、私の一番のモチベーションになっています。コロナ禍の支援で、GOTOトラベルや地方の補助金など、何で観光業だけがと言われました。でも、結果として観光が日本を支えることが示された。その自覚と責任を持つことが地方創生や地域活性化に結び付くと思っています。

※1 持続可能な観光地の国際的な認証団体。毎年、合計100項目の評価基準に基づき「TOP100選」の地域を選出しており、日本からは2021年に12地域が、2022年には10地域が選ばれた。  
 ※2 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々。



ファシリテーター  
石原 健さん

約30年間のホテルマン経験を活かした「おもてなしコンサルタント・ホスピタリティアドバイザー」として、全国各地のホテルや旅館、結婚式場や飲食店のアドバイザー業務、調査並びに研修を行っている。ほかにも様々な肩書きがあり、俳優としても活躍。

**重山** 多くの人を県外や国外から呼び寄せる集客性、それにより発生する経済性の二つが宿泊施設の担う役割だと思います。長野県は、私が赴任した当時は県民が220万人いました。今は202万人です。15年後には176万人になると言われています。定住人口を上げていく下地をつくるのが、観光などで来られる交流人口です。関係人口※2も含め、そういう方々を増やして定住に結びつける。それには宿泊施設が大きな役割を担っていると思っています。

**西野** 地域活性化のためにいろいろな人が様々な形で取り組みを進めています。これまでも常に宿泊施設が先頭に立って来た自負はありますが、宿泊施設単独では立ち行かない部分も増えてきています。様々な視点での行動が絡み合うと、相乗効果で地域活性化が一気に花開くのかなと感じているところです。  
**小関** 群馬県のみなかみ町は私が13年前



岡崎 彌平治さん

に来たときは、ブランド力が下がって、こんなに魅力があるのになぜお客様が来ないのだろうかという時期でした。そこからいろいろ取り組み、周りの協力もあって観光地として注目されるようになった。宿泊施設が地域のリーダーシップをとらなければいけないと思っはいますが、利根川を活用したりバーアドベンチャーなど、観光の多目的化が進んでおり、個人経営の方も多い、そういう方々との交流も考えていく必要があります。

**国米** 地方では過疎化がずっと進んでいます。そんな中で、交流人口による地域の税収はかなりのシェアを占めています。私のいる阿蘇では、人口のおよそ10%に匹敵する宿泊者がいることを考えると、それだけでも地方創生に貢献しています。これから日本は人口が減っていきますが、地方が先駆者です。我々から都市部にアドバイスできるものをつくらせていけるのではないかと考えています。

**通過点ではなく滞在地に**

**石原** 交流人口のお話がありました、人流の拡大について、施設の取り組みももちろんですし、旅ホ連の支部として、あるいは地域と連携してやっていることをご披露いただけませんか。

**小関** 敷地内にあるゴルフ場を使い、9月中旬に「New Acoustic Camp」という音楽野外フェスティバルをやっています。昨年で11回目、多いときは1万2000人の来場客がありました。当館は町名と同じ水上高原を施設名に使っている、地域の人流拡大のために注目を集める取り組みを続けています。

**重山** 通過点ではなく滞在地として選んでもらいたい、その地域を好きになっていただく。そのためには、たくさんの人に体験してもらうことが重要です。長野県は移住したい県のナンバーワンをずっと取り続けていましたが、音楽フェスやワインフェス、カレーラリーなどを年間を通して地域としてやっています。

松本は人口23万人の地方都市ですが、そんな小さなところに、コロナ禍で新しく5つのビジネスホテルができた。同業のほとんどは、またお客様が減ると言っています。私たちは逆です。新しく入ってきたビジネスホテルは、ほぼ全国チェーン展開されている。そういうブランド力のあるビジネス系が入ってくると、今まで我々が一生懸命やっていた、まず松本に人を集めるということをやってくださるわけです。松本に人が来てくれるようになった後、我々は、お客様をいかに自分のところに呼び寄せるかを考えればよい。だから大歓迎なんです。

**西野** 層雲峡温泉は昔は冬は旅館、従業員は失業保険をもらって冬眠していた形ですが、46年前にそれを大転換させたのが層雲峡温泉水瀑まつりです。これのおかげで冬の営業ができるようになりました。祭りは毎年ブラッシュアップを重ねて、コロナ禍でも、多少の赤字は出ましたが休むことなく続けています。紅葉を楽しめる期間は短いのですが、6年前に始めた国立公園のライトアップで集客が増えました。環境省との交渉に20年以上かかりましたかね。ずっと許可されませんでした。最近も季節の勢になってきています。ほかにも季節のイベントを途切らせないようにする。洞爺、登別、知床など道内各地の観光地とは伝統的に仲が良く、連携して北海道全体のイベントをつくれることも、人流拡大においてプラスになっています。

**国米** 2002年から、熊本県の旅館だけではなくバス会社や食事休憩店も含めた約50社で、外国人観光客誘致連絡協議会を立ち上げました。まだインバウンドという言葉が馴染みのない時代で、まず台湾、香港からお客様の呼び込みをやりました。熊本は観光に疎い県だったので、やり始めると早い。行政と一緒に動いて、少ない予算でも、外国人観光客の数が、熊本県が九州では2番目になったことがあります。今は県の予算も増え、2年前に解散しましたが、人流という意味ではかなり成功した事例です。

**西野** 手前どもの地域も40年ぐらい前から台湾のキャラバンに出かけて、早くから集客に取り組みました。今は非常に競争が激しくなってきましたが、毎年新しい情報を持っていき、人間関係をつくる。そういう活動をしています。

**岡崎** 交流人口をいかに増やすかでは、県内のいろいろなエリアが滞在型を増や

**失われた人材の確保**

す商品づくりをしています。蔵王は冬以外でも、夏は登山など意外と滞在型が多いですが、2泊や3泊の滞在を1週間ぐらいまでどう延ばすかが課題です。

**石原** もう一つの人流である人材確保についてはいかがですか。

**国米** 海外との交流がうまくいって、台湾の大学からのインターンがあります。また、韓国は九州に近いということもあって就職に来る方が多くいます。

**小関** 外国人を中心に採用を進めています。最近ではキルギスという国から短期就業体験という形でも来てもらっています。

**西野** 主立った北海道内のホテルと、5年前に北海道観光人材支援事業協同組合をつくりました。宿泊施設以外も含めて四十数社まで膨らんでいます。ベトナムに事務所を置き、現地に教育施設をつくる。リクエストすると、すぐ人が入ってくる形が調えられていて、いまは人材が大きく不足しているということはないのですが、今後は他の国との競争もあり、厳しくなると感じています。

**重山** ホスピタリティ業界はコロナ禍で人材が15万人失われたと言われていますが、2019年の時点で10万人不足していると言われていたので、実際には25万人近く足りない。私たちアルピコグループも台湾の大学と協定を結び、インターンシップ生を積極的に受け入れています。

**岡崎** サービスマネジメントは、早くから、ちゃんと

対応していたところはそんなに苦労して  
いない。うちは20年前から海外のイン  
ターシッピングを採っていました。まず韓  
国と台湾。今ではベトナム、インドネシ  
ア、ネパールが多いです。コロナ前から、  
ある程度人材を確保できています。

むしろ問題なのは、蔵王では今回のコ  
ロナ禍でも旅館はまだ生き残っています  
が、たくさんあった飲食業が立ち行か  
なくなってしまったことです。結果、せ  
かくインバウンドが戻ってきたのに、朝  
食付きだけの外国人は、夕飯を食べる  
ところがなくてうろろしている。お店が  
なくなると廃屋になるだけなので、買  
取って再生をしています。ノウハウがな  
いところは、人材を連れてきて運営し  
てもらう。そうしないと、地域が劣化し  
てしまうという危機感を持っています。

**石原** 私は、大学と四つのホテル学校で  
教えていますが、学生をホテルに研修で  
派遣する際、昔は、将来うちのホテルに  
就職してもらおうというぐらいに教えて  
いただいていたのですが、今は単なる人  
手として使っている施設もあります。学  
生たちに夢を与え、ホテルマンにするた  
めの研修を行うという意識が希薄なの  
かと。そこを変えていかないと、学生がホ  
テルや旅館で働こうという気にならない  
のではないかと心配しています。



重山 敬太郎さん

**岡崎** 外国人も同じです。単なる人手と  
して使うのか、マネージャークラスにな  
るように教育していくのかで、仕事ぶり  
も変わってきてしまいます。

### ニーズをつかむ旅行商品

**石原** 皆さんの地域で開発された旅行商  
品について、いろいろあると思いますが、  
一番アピールされたいものや、ほかには  
ない目玉商品などを教えてください。

**西野** 当地域もDMCが数年前か  
ら運営しており、財源として入湯税を  
100%投入しています。DMCに人材  
を配置することで、観光協会や我々では  
つくれなかった商品ができるようになった。  
対外的にもそこやりとりをすれば、  
面白い挑戦ができるということが広ま  
ってきました。

例で言うと犬ぞりがあります。それま  
で我々の地域ではやっていなかったの  
ですが、移住してきた方がやりたいと始め  
られた。数時間で3万円とか5万円のツ  
アーです。地元でその価格で参加され  
方は少ないですが、首都圏などからは  
のすごく問い合わせがあって、すぐに埋  
まってしまう。ニーズをつかんだ商品は  
高額で打ち出しても需要があることに  
みんなが気付いた。今までの、少し歩いて  
何千円という商品ではガイドも食べない  
し、時間もかかる。商品づくりの方向性  
の意識が変わったのも大きいです。

**小関** 当館でも、冬季コンテンツの一つ  
として、本州で唯一の犬ぞり体験をや  
っています。

**國米** 私は、旅ホ連九州支部連合会のイ  
ンバウンド委員として長年活動してお  
りましたが、2018年頃に欧米豪を対象  
にした旅行商品をつくらうと、JTB福  
岡支店、九州観光機構などと連携して、  
アドベンチャーリズムの造成を進め  
ました。北海道が先進地なので、最初は  
そちらに行って体験させていただき、何  
が必要なのか全員が共有し、それから各  
支部で商品をつくっていく。その一つと  
して、阿蘇で千年以上守られてきた大草  
原、現地では牧野と呼んでいます。牧  
野組合の組合員以外は入れなかったこ  
ろに、電動自転車が入って、阿蘇山上の  
火口まで行くツアーをつくりました。5  
〜10名で、4泊の行程のうちの1日で造  
成されています。

**岡崎** 欧米のお客様はスキーを目的に  
来ますが、東南アジアからのお客様の半  
分以上は雪を見に来るだけです。そこで、  
歩くスキー、スノーバイクという「なん  
ちゃって」アドベンチャーリズムの  
商品を提供しています。ファミトリップ  
を含めてはちまちま売っています。

また、雪上車を改造したナイトクルー  
ザー号で樹氷原地帯に行くツアーが相  
当うけています。西野目さんがおっしゃ  
たように、そういう商品は安くつくる必  
要がなく、30分か40分で3000円から  
5000円をいただいても、十分お客様  
は満足してくれます。高くても体験し  
てみたいという商品を地域の中につく  
っていくべきだと思っています。

一方で、蔵王のように収容力がある  
ところは、安い商品も開発しないとけ  
ない。

い。朝食だけで夕食は出さない8000  
円ぐらいの旅館が海外OTAから予約が  
入ってきて、夕食はなくても一泊でき  
温泉に入れると、すごくうけています。

**石原** お客様がお値打ち感を感じられる  
かどうかが大変ですね。例えば、グ  
ランピングは日本では2015年に星野  
リゾートが最初に始めました。グラマ  
スなキャンピングということで、食  
事から睡眠から快適に過ごせるものを富裕層  
向けに高単価で販売した。それが当た  
たので、全国にグランピング施設がた  
くさんできましたが、中身が伴って  
いないものも多く、たぶんそれは淘汰されて  
いきます。一方、低単価でもバリューが感  
じられれば、お客様は来られます。

**小関** 県の施策で、「ぐんま・すき焼き  
アクション」が2014年に始まりま  
した。群馬は下仁田ネギがあり、こんに  
やくも有名。牛肉も上州牛や赤城牛などの  
ブランド牛があって、群馬ですべての素  
材が揃うから、群馬はすき焼き県だ。  
行政は行政で真剣に考えてくださって  
るので、それにどうインターフェースを  
合わせるか。そこでJTBさんのお力を  
借りて一気にキャンペーンを張ったら、  
群馬はすき焼きというものが、今でも定番  
で残っています。結局、協力者をいかに  
増やすかが大切です。

旅ホ連群馬支部は91軒が加入している  
経済団体です。旅ホ連の施設は基本的  
にボジティブで、集まれば大きなパワーに  
なる。県にも「これだけの名うでの経営  
者がいる団体で、JTBさんも支援して  
くれるから一緒にやろうよ」と言える。



西野目 智弘さん

旅ホ連は事業をやりやすい団体です。

**重山** 旅ホ連中部支部連合会にはホテル部会があります。その取り組みとして17施設でやったのが全施設統一の朝食付きプランです。単に朝食付きだと面白みがありませんので、部屋食ができる、オリジナルメニューがある、朝食の代替サービズがある、などいろいろなプランをつくりました。結果、これまでホテル部会で実施したプランの中で、過去最高の利用実績になりました。また、長野支部の中にもホテル部会があり、単独の取り組みもしています。1泊2食で、地元の食材を県外のお客様に楽しんでもいただく、地産地消にSDGsも絡めたものを、この4月以降に販売開始予定です。

### 地産地消を進めるには

**石原** 小関さんと重山さんから地産地消のお話がありました。地元食材を使うことで、地元の生産者を助けるとともに、フードマイレージを減らしてSDGsに取り組みこともできます。

**岡崎** うちのグループでも、地産地消は食の安心・安全につながるので重視しています。しかし、実際問題として全てを山形県産にできるかというと、絶対にできない。国産で全てできないので、象

徴的なものをつくっています。山形では、「つや姫」と「雪若丸」というお米を全国的に宣伝していますから、それを使うことを一つのベースにしています。

先ほどお肉の話が出ました。山形では米沢牛が日本三大和牛の一つです。でも、高過ぎて手が出ない。3万円ぐらいブラステイタだかないと、まともな米沢牛は出せません。また、実はオイリーで食べられない人も多い。そこで、蔵王エリアでつくった蔵王牛を地域のブランド牛として出しています。和牛と洋牛の掛け合わせで赤身がうまい。すき焼きでもステーキでもいけるので、お客様から特にリクエストがない限りは、地域としてはそれを使おうと、いろいろな旅館が使うようになってきました。そういうことに少しずつ取り組んでいけば、地域の特徴が出てくると思います。

**國米** 阿蘇では、九州唯一の赤牛をブランド化する取り組みが35年くらい前に始まりました。私の父は、安く仕入れるために赤牛を一頭買っていました。今、健康ブームで赤牛の人気が出て、仕入れが難しくなってきましたが、一頭買いの歴史があるおかげで、私どものところでは何とか安定供給できています。

また、「森のくまさん」という全国で金賞を受賞した熊本のお米があります。「阿蘇のおいしい米を阿蘇のおいしい水で炊いたご飯です」と、目の前で釜で炊いて提供しており、すごく好評です。

**重山** 信州にも、信州牛や信州ポークなど独自の肥育方法で生産された地域ブランドがあります。さらに、海のない県の

新しい養殖品種として信州サーモンが開発されるなど、いろいろつくり出そうとしています。ただ、信州サーモンは地元消費者の中でも賛否あり、当館はアトラクティブな見せ方を提供。必ずしも地域ブランドを使うという考えではありません。

実は昨日、私どものホテルで200名規模のイベントを開催しました。ようやくこれだけの大規模イベントができるようになったのもありがたいことですが、何のイベントかという点、私の出身県である宮崎フェアです。宮崎に我々の料理長を連れていき、いろいろな生産者と話をし、食材を仕入れる。宮崎のフェアを信州でやることで、信州を宮崎から応援しよう、宮崎を信州から応援しようという、お互いの関係人口の増大につながると思っています。

**西野目** 北海道の場合、おおかたのものは北海道産で揃いますが、お客様にそれを地産地消ですとアピールするかどうかという点、していないと思います。視点を変えると、食材だけではなく、調理法も地産地消ではないかと。我々のところだとアイヌ料理があります。ご用意しておく、トライされる方がかなり多く、思い出に残る一品としてご提供できています。

さらに言えば、食べ物だけでなく、その土地で採れるものを使ったハンドクラフトなども地産地消です。わが町はほとんど森で、木材クラフトが盛んです。それを提供するときに、役場といういろいろ考えて、QRコードを読み込むと、この森で採れた木で作られたものだというの

が出てくるシステムをつくっていただきました。土地と製品が結びつくことで満足感が得られる、そういう商品も地産地消の一つの姿かと思えます。

**小関** 先ほど、すき焼きの話をしました。例えば下仁田ネギは収穫期が短く生産量が少ないから、当館のように200室あるホテルには回ってこない。そのパワートランスが問題です。JA的な立場のところと県庁と我々が一体感を持って取り組まないと、本当の地産地消はできないと思っています。

### 自治体と良好な関係を築く

**石原** 地域みんななどというのは大事で、そこが強いかが観光地の発展に直結します。これまでのお話にもいろいろ出ていましたが、自治体やDMO、大学などとの連携についてお伺いします。

**小関** 矢木沢ダムという関東の水がめと呼ばれている場所があり、年1回の点検放流の日にはダムマニアが来るようになって、だんだん人が増え始めた。これは安全上でも何とかしなければいけないと相談を受けました。そこで、国土交通省や水資源機構、町とやりとりをして、2日間に3つのダムが点検放流する地域のイベントとして立ち上げました。普段見られないところに入れると注目され、2日間ですべて5000人が来ます。

コンセプトにしたのは、家族連れで来られるイベントです。専門性を高めれば高まるほどマニアだけが来る。例えば、水上はSLもあります。撮り鉄」ば

※3 道路、橋、トンネル、ダム、港湾、空港など、生活の基盤となる公共施設を目的にした観光。

かり来てほとんど泊まらないという現実がありますので、矢木沢ダムについては一般化に注力しました。

**石原** ニッチな人たちが来ることも必要だけど、それがメインではないという。

**小関** そうなんです。一般の人たちに見せることがインフラツーリズム※3につながると思いい、地域として一生懸命やっているところなんです。

**西野** 旅ホ連道北支部は昨年、旭川市と包括連携協定を結びました。これにより、行政の予算で海外や国内のプロモーションやイベントがスムーズにできるようになった。やはり自治体が一番大きな連携先で、いかに自治体と良好な関係を築いているかがすごく大きいんです。

地元の上川町も民間企業と提携を進めていて、昨年1年間で十数社と包括連携協定を締結しています。例えばアウトドアウェアのコロンビアや、経済ニュースを配信するNewsPicksと提携しており、インフィニティ国際学院という学校法人との提携では、温泉街の休館したホテルを校舎にして、学生が来てと、いろいろな形で活性化が進んでいます。

また、道内外の大学と、DMCや観光協会が提携し、自由に様々なことを議論して、学生のアイデアを取り入れていきます。突拍子もない意見も出てきますが、



小関 正浩さん

非常に面白い刺激になっています。

**國米** 現在、取り組んでいる連携は、先ほどお話ししたアドベンチャーツーリズムですね。九州の各自治体、経済団体、DMOや民間企業でつくっている九州観光機構の力を借りています。JTBさんからも出向していただき、16の商品が造成されました。まだ地域が偏っていて、九州全体でつくらなければ意味がないので、一つのつながり、ワンピースと我々が呼ぶものにしてほしいと思っています。

### 持続可能な観光に不可欠な「連携」

**重山** 力を入れているのは同業他社との連携です。当館を中心に中信地区のウ

エディング関連事業に携わる60社ぐらいに集まってもらって、信州プライダル協議会を立ち上げました。宿泊施設も数社入っています。普通であれば、対立関係になります。まずは中信地区で結婚式を挙げてもらえるように取り組もうと連携した。なぜプライダルかというと、結婚式では県外から友人、知人をたくさん呼んでくださる。そこで長野の良さを知り、移住しようという方々も結構出てきています。一般社団法人としてやり始めたところ、長野県が加担してくれて、結婚応援パスポートを発行して、県で挙式を挙げたカップルにプレゼントを差し上げますというのを始めてくれた。招待客が増えれば増えるほど、応援内容も変わってくるので、少しでも多く県内外から友達を呼ぶということにもつながっています。これも人流拡大になっています。

もう一つ、アルピコグループとして、

信州大学と包括連携協定を今年締結しました。目的は、観光資源の磨き上げを産学連携でやっていくこととSDGsの促進。そして、せっかく信州大学にたくさん学生がいるので、地元で働いてもらえる、地域貢献できる人材の育成です。

**岡崎** 僕は緩いアライアンスをつくるのが大好きで、韓国ソウルの郊外でスキー客を集めている大明リゾートビバルディパークと蔵王の連携を15年ぐらい前からしています。スキー場はスキーのお客様がいるのだからPRに一番いいだろうという単純な発想で始めました。

また、山形市が玉川大学と包括的連携をしているので、観光学部のあるインターシップを受けています。私も非常勤で玉川大学の観光学部、そして山形大学や東北芸術工科大学でも講師をしています。学生から非常に面白いアイデアが出てくる。例えば、蔵王のスキー場に露天風呂がありますが、これまで冬は開けていなかった。それを商品化しようとして相談したら、僕たちが考えつかない新しい商品を考えてくれた。この連携は今後もすごく必要だと思っています。

持続可能な観光のためには、いろいろな人と連携しなければいけません。樹木は山形の郷土遺産ですが、山頂付近の木が枯れてきて、早晩なくなる可能性がある。蔵王の樹水を持続可能にするためにはどうすればいいのか。ロータリークラブが「市民に樹水を守らなければいけないことを広げましょう」と、インターシティミーティングを開き、パネルディス

カッションをしてくれました。ネガティブではなくポジティブに、みんなが一緒に考えてくれることが大事です。

**石原** 私も一つ例を出すと、横浜のホテルにいます。ホテルセールスネットワーク会（HSN会）を1999年に立ち上げました。市内の主要ホテル、中華街クルーズ船、プロスポーツ団体、横浜市や横浜観光コンベンション・ビューローも巻き込み、オールヨコハマで横浜の魅力を発信し、24年続いています。

その中で、私が会長の時には「相互の宿泊」を企画し、自館以外のホテルに従業員が格安で泊まれる、その代わり、良かった点と悪かった点のレポートを必ず書くことで、みんなを高めていき、また地元の活性化にも繋がっていました。

**西野** 大雪山をグルッと囲む観光地が広範囲に点在していて、どうやったら効率的に回れるのかという問い合わせがたくさん来て、現場の人間が非常に時間をかけて対応していた。システムで対応できないかと、NAVITIME社と組んで行きたいところを入力すると、こう行くと効率がいいとか、チケットがどこで買えるとか自動的に調べられるものを導入しました。他の地域でもMaasの取り組みでやっていらっしゃいますが、すごく魅力的なツールで、それを核に様々な商品を展開できると思っています。

**石原** JTBでも Tourism Platform Gateway ※4 を開発されており、国際観光施設協会の LINKED CITY ※5 にも参画するなど、いろいろなサポートをされていますね。

※4 観光型Maasの実現のためにJTBが開発したソフトウェア。  
※5 DXの力で地域を輝かせるための企業集団。JTBなど参画企業との連携で、ワンストップソリューションでの観光DXサービスの提供を開始している。

地方創生における課題

**石原** 次に「地方創生」の課題や悩みに

ついて、ざつぱらんにお話しください。

**岡崎** 地域の中で大きな課題は、今ま

でやってきたことで食えてきたんだから

いいじゃないかという感覚の人が多く、

何かやろうといっても、なかなかできな

いことです。蔵王は施設数がすごく多い

ので地域として変わりにくい。

**西野目** 何かに地域で取り組もうとした

ときに、実際に体を動かすマンパワーが

足りないと思っています。

**岡崎** おっしゃるように、圧倒的にマ

ンパワーが足りなくなっています。リー

ダーシップをとる人がいないということ

だけど、東北は震災からずっと大変で、

自分のことで精一杯です。地域で何かや

ろうとしても、時間を費やしてやってく

れる人はいない。その現状を理解して取

り組まなければいけない。

そんな中でマンパワーになるのが学校

との連携です。それから、行政にお願

いすると、意外とやってくれる。観光庁が

高付加価値化事業で予算を出してくれて

いますが、山形市は蔵王とその周辺だけ

で今回14億円です。それを仕切ってくれ

たのが観光課の職員です。



國米 真市さん

※6 グローバルバイオリスク諮問委員会が提唱する国際的な衛生基準やガイドラインを満たしている施設にのみ1年間与えられる。

**西野目** ただ、行政の中で観光の位置

付けはまだ低いです。北海道庁には観光

部がなく、小さい課で予算も少ない。北

海道の観光GDPは1兆6000億円ぐ

らいあって、全ての産業を抜いているの

に、それが評価されていません。もっと

観光業界のステータスを上げる努力をし

なければいけないと思います。

**國米** いまだに観光庁は国土交通省の中

の一つの庁で、省ではない。このことは

JTBさんから働きかけて貰えないかと

期待しているところです。

**重山** 地方創生も、結局は人じゃないで

すか。この業界はブラックだと言われ、

人材がどんどん流出していく。そのこと

をそもそも考えないと。AIやロボット

ではなく、人間が携わる事業であること

を含めた地方創生に取り組んでいかな

ければいけない。それは、我々宿泊施設

だけではなく、自治体やコンベンション・

ビュローも含め、観光業界に携わる全

ての有能人材の確保と育成が喫緊の最重

要課題だろうと思います。

**國米** まさに重山さんのおっしゃったと

おりで、自館の経営の安定だけでなく、

観光関連の全ての人材の育成を図らな

ければならない。私の弟である今の社長も

そんなふうには言っています。

**石原** インバウンドをはじめ、地域へ

の人流を増やすにはいろいろな課題があ

ると思いますが、私から、参考にして

いただきたい取り組みをご紹介します。一

つは、感染症予防対策において国際的な

衛生基準を満たした施設であることを証

明する認証制度GBAC STAR※6です。

※7 P13 「教えて！JTB」を参照

帝国ホテルやリッツカールトンなどは既に取得されており、インバウンドのお客様が安心して泊まるという選択肢になる。もう一つは、JTBコミュニティケーションデザインがテラモーターズとタイアップして推進している宿泊施設へのEV充電器の設置※7です。テラモーターズの戦略顧問をやっている関係で、私も積極的に関わっています。地方創生においての直接の課題ではないかもしれませんが、衛生管理対策やSDGs推進の参考としてご紹介させていただきます。

もっと成功事例の共有を

**石原** では、最後に、一言ずつ感想をいただけますでしょうか。

**岡崎** 高邁な理想をきちんと持ち、そこ

に向かつて一つずつやっていく。そうい

う人がいないと、地域全部が駄目になっ

てしまうので、そういう理想を忘れない

で、責任感のある人材をつくっていくこ

とを考えなければいけないと思います。

また、長年、旅ホ連の役員をやらせて

もらって、圧倒的に感じていることは、

JTBさんはいろいろなノウハウをたく

さん持っているということ。それを

地域に持って帰ればみんなが一緒に取り

組んでいける。これまでも、たくさん

の解決策をもらっています。

**小関** いい意味でライバル関係を維持し

ながら情報共有できる。こういう機会が

増えれば、それが支部だけでなく、連合

会や全国を動かすきっかけになると思っ

ています。JTBさんのノウハウが素晴

らしいことは私も同意しますが、少し発展的な要望を。地域や施設の具体的な成功事例を共有できる仕組みを、コミュニケーションの場づくりでも、ウェブの活用でもいいので、つくっていただきたい。今日も全然時間が足りなくて、皆さんからもっと話を聞きたいです。ぜひご検討いただければと思います。

**重山** 小関さんがおっしゃるように、時間がないですね。私は長野支部の役員や中部支部連合会のホテル部会の副部長などの役をいただいています。集うときはいつも同じメンバーで、だいたい同じような話になる。今日のように、初めてお会いする方々とディスカッションができる、今まで聞くことができなかった新しい情報をいただける。ありがたいと思います。

**西野目** 他の地域がやっていることを積極的に知り、理解して、それを生かすことを惜しんではいけないと思います。今日は初めてのことをいろいろ聞かせていただいたので、帰ったら他の人間にも伝え、広げていきたいと思っています。

**國米** 今日のようにテーマを持ち、しっかりと準備をして話をすると、自分自身で再発見できることが分かりました。ありがとございました。

**石原** 皆さんと地域の方々、そして観光に来られた方々が一緒に地域の活動に参画する。それが地方創生の本当のゴールだと思います。引き続き、いろいろな活動をリードしていただきたいと思います。今日はありがとうございました。

(3月6日 於・第一ホテル東京)

★地域における宿泊施設の連携で生まれた取り組みの例を、P10「社 旅館経営人財育成アカデミー研修報告」(山形県天童温泉)と、P20「地域の魅力を創る」(北海道函館湯の川温泉)でも紹介しています。