

観光施策の年次報告会レポート(2013年度)

～石垣市民会館中ホール 平成**26**年**3**月**17**日～



島の明るい未来のために、 観光がいま目指すべきもの。

新空港開港効果に沸き立つ石垣市はいま過去最高の観光入域客数^[*1]を更新するなど、観光需要の高まりを見せています。

しかし、その好調ぶりの陰にはさまざまな問題が山積しているのもまた事実。今後のビジョンを描いていく上でまず必要なことは何なのか。その課題を明らかにするとともに、今後リーディング産業^[*2]として島を盛り上げながら「持続可能な観光」を目指していくためには、行政・関係団体・市民が互いに手を取り合い、協力体制を築いていくことが不可欠です。

南ぬ島石垣空港開港1周年を迎えたばかりの3月17日、石垣市民会館中ホールに観光開発審議会員をはじめとする観光関連団体・事業者約30名が集まり、これまでの取り組み報告および意見交換会が行われました。

[*1] 入域客数から地元の人数を除いた数(=観光客の数)。

[*2] 経済成長の牽引役を担う産業。つまり、八重山を引っ張り地域全体を盛り上げてくれる産業としての位置付け。

「地域全体で八重山の観光を盛り上げましょう！」

まずは石垣市観光審議会会長・宮平康弘会長のあいさつで会が幕開け。

観光入域客数が今年100万人を突破するだろうといわれている八重山。これは5年前に掲げられた観光基本10年計画での目標数値だったので、折り返し地点でほぼ目標を達成したとのこと。

-----「しかしながら、課題が山積しています」



などなど、八重山の観光を取り巻く現状には「さまざまな課題が目白押し」だと言います。

「ぜひ今日は観光の現在・未来についてお互いに熱く語ってもらい、それをレポート化することによって多くの市民にもその議論の輪に入ってもらいたい。そして、ただ議論するのみでなく、観光産業を市民が一緒になって盛り上げていくといった決意を新たにする場だと思っています」(宮平会長)

八重山の観光は好調な推移。でも・・・

【H25年度観光統計データ報告:翁長(石垣市観光文化課)】

平成25年度は過去最高の観光入域客数を記録しました。

「これは新空港の開港はもとより、マスメディアの露出、LCC(格安航空会社)の参入、中型機の就航などが後押しした結果だとみています」(翁長)。

特に即効性のあるTVでは、「ガイアの夜明け(テレビ東京)」「ぴったんこカンカン(TBS)」「あさイチ(NHK)」など番組内での石垣特集をはじめ、何気なく見ていた番組などで見覚えのある島の風景やインタビューされる知人を目にした人も多いのではないのでしょうか。

実際の数字を見てみると、

空路は84万9077人で前年比131%。海路は8万7947人で前年比139%。

つまり、飛行機で来島した観光客は前年に比べて1.3倍、船で来島した観光客は1.4倍という好調ぶり。

月間の入域客数も昨年8月には過去最高の11万3000人を記録しました。

しかし、同時に課題も浮き彫りに。

ゴールデンウィークや夏休みシーズンなどのピーク期と冬場などのボトム期の差がなんと3倍近くもあるのだとか。

観光産業の安定・継続的な運営のためにも、

この差はいま一度考え直さなければならない課題の一つです。



これからの観光に必要なのは「ターゲティング」

【観光関連施策報告：小笹（石垣市観光文化課）】



観光業の好調ぶりゆえに、「ひいきにしていた居酒屋が満席で入れない」「食べたいメニューが在庫切れ」など、我々市民生活に密着した部分でもその影響を感じている人も多いのでは？



PR担当の小笹は、「これまではコップの水が埋まっていなかったので『みんなにおいで』で良かったけれど、これからはコップ（島）にどういう水（観光客）を入れるかのターゲティングが重要」と強調します。

石垣市では今、「地元消費額向上」「観光ボトム期の解消」「満足度の向上」を重点課題にさまざまな観光施策に取り組んでいます。

そしてこのほど、「石垣・八重山」といえば「青い海、青い空」といったこれまでのイメージを一新するCM制作にも挑戦しました。

新たなイメージ戦略で、 愛されたい人に長く愛される島へ

【CM制作報告「私とつながるところ」】



<60秒CM>

CMの題名ともなるキャッチコピーは「私とつながるところ」。

「島で過ごす時間、自分と向き合う旅」をテーマにした、神秘的で静かな映像の中にも強いメッセージが込められた作品です。

報告会では、同CM制作を委託した電通沖縄の島田尚紀氏、クリエイティブディレクターの中村卓氏（タフカンパニー）、コピーライターの吉永淳氏（スープレックス）から、それぞれ制作意図や経緯についての報告がありました。

島田氏は「石垣・八重山の自然と一緒に守ってくれるような文化知的レベルの高い人たちに発信したいと考えた」とターゲットを噛み砕く作業から始めたことを説明し、同CMの全編を会場全体で観賞しました。

八重山を巡る旅から始めたという中村氏は、「八重山の旅の中で自分自身を見つめ直し、もう一度ここで再生できるんじゃないかと感じたので、素直に映像にした」と話し、「人は必ず誰かと繋がっている現代社会。もし繋がっていないものがあるとすればそれは自分自身ではないかという発想から」というコンセプトを紹介。

「自分の好きな場所は汚したくないので、そういうファンを増やすことが大切。あえて夜や自然の中にある怖さも含めた強さを表現し、不思議な世界観にした」と制作意図にも言及しました。

コピーライターの吉永氏は、「12月に1人で八重山をまわった時に見えてきたのが、風景は自分の心の中だという考え方」とここで得た一つの悟りを紹介。

メッセージの受け手として設定したのは「ソフトバンクの孫正義さんだった」と言い、「全国にネット環境を整えた彼のような人が来てくれるような島であってほしい。日本中を繋げている人が実は心を繋げるということはまだやっていないのでは…」と話し、イメージを膨らませる作業の一コマなども紹介しました。

完成した作品は関東圏のテレビCM、BS旅番組でのCM、YoutubeCMなどで放映。

最後まで見てくれる視聴者が10%を超えたら成功と言われているYoutube CM。同CMの場合、その割合が17.74%。つまり、成功と言われているラインの1.8倍もの人が興味を持って見ているんです。

これは何と言っても映像やコピーに力があるからではないでしょうか。

石垣島に人やモノの潮目を作り、新たな魅力を発信。

【観光関連施策報告 発表:小笹(石垣市観光文化課)】



石垣市からはこのほか、石垣の名産品10アイテムを世界からの公募でリデザインする「USIOデザインプロジェクト」の紹介も。

同プロジェクトは、デザインの力を通して外からの新しい視点で八重山諸島・石垣島独特の文化や魅力を再発見しようというもの。

「モノを使った情報発信(パワーのある観光PRツール)」「新たなデザインの視点を取り込む(国内外のクリエイターから公募)」

「台湾側の目線を導入(石垣、東京、台北をつないだ新しい取り組み)」

という3つの柱をもとに、石垣(石垣市観光文化課)、東京(株式会社ロフトワーク)、台北(Fab Cafe台北)をつないで進められています。

「情報発信」「会うこと」「外部目線」を重要視し、

商品化やそれに付随するワークショップなどさまざまなリアルイベントの実施、商品の背景にあるストーリー・過程・各イベントの様子をHPやUstream(動画共有サービス)、Facebook(SNS)などを駆使してWEB上で細かく発信し、生産者×クリエイターや国内外のクリエイター同士の交流の場を設けるなど、通常の商品開発には無い動きを展開。

商品の後ろにあるストーリーをモノに託して世界に発信していく・・・といったワクワクが詰まった取り組みで、開発段階から国内外のメディアでも多数取り上げられています。

ここでプロデュースされた10作品は2014年春の商品化へ向け着々と準備が進められており、今後の動きにも注目のプロジェクトの一つです。

台湾側の「宿が取れなかった・・・」は本当！？

【外国人誘客基本計画策定委託業務の報告:和泉(野村総合研究所)】

平成25年度の夏は例年を上回る多くの観光客が島に押し寄せた結果、台湾の旅行代理店から「宿が取れなくて個人客を送り込む事ができなかった」という意見が多数寄せられたといえます。

希望の価格では取れなかったという意味？
本当に取れなかったの？
一体何が問題だったのか・・・？



外国人誘客基本計画策定業務を委託している野村総合研究所からは、その検証結果についての報告がありました。

検証の結果、以下の3つの問題点が浮き彫りになりました。

- アクセス可能なホテルが限定されている(商取引がなく、抑えている部屋数が少ない)
- 予約の早い日本人とは裏腹に台湾人の予約のタイミングは直前のこともしばしば。
その際に予約しようと思っても空室が少ない(商慣習の違い)
- 競合他社と比較して在庫リスクを取っていないため、信頼関係が成り立っていない。



これを解決する手段として、

- 直前でも空室を予約できる仕組みの構築(空室検索しやすい環境作りなど)
- デフォルトリスク[*3]やキャンセルリスクを低減(クレジットカードの事前決済導入など)
- 客室数の拡大

などが挙げられました。この議題については域内観光業者からの指摘も多く、今後の信頼関係の構築が鍵となると考えられます。



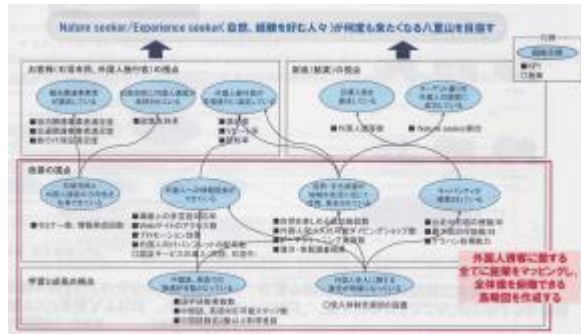
[*3] 債務不履行の危険性。この場合、予約したにも関わらず宿泊しないことによる宿泊施設側の損失

では、次年度にすべきこととは・・・？

野村総研の和泉氏からは、次年度(H26年度)施策への提言も。

①外国人アンケートの仕組み作りおよびその実施

どんなに「目標値＝外国人誘客数、リピート率、自然を好む人達の割合・・・」と掲げたところで、それを測定する仕組みがなければ、効率的かつ効果的な施策を立案できない。



②戦略マップの導入

全体を俯瞰できる戦略マップを作成することで、バランスのとれたマネジメントが可能に。また、可視化されることで市民や関係者への説明が容易になる。

③宿泊施設キャパシティの拡大

民宿リノベーション事業、民宿ビジネス参入支援、外国人旅行者向け民宿認証支援制度などの支援制度を導入し、海外の旅行代理店が予約可能な宿泊施設の絶対数を増やす。



“あの人がいるから島へ行こう”と思わせる観光地作りを

【関連団体報告:高倉(石垣市観光交流協会事務局長代理)】

石垣市観光交流協会でも、さまざまな取り組みを行っています。

<観光客誘致重点施策>

- 八重山諸島滞在周遊型旅行商品造成・・・本島直行便路線を活用した観光PRの強化、竹富町や与那国町周遊コースのPRなど
- インバウンド強化・・・台湾、香港、韓国への引き続きの観光PR、ニーズとのマッチング、新たにロシアや欧米などへのPR、チャーター便誘致
- 八重山観光拡大キャンペーン・・・季節ごとにターゲットを絞る観光キャンペーン
- 就学旅行とMICE誘致・・・石垣からの直行便路線先への修学旅行誘致、星空サミットなどのMICEの誘致

<課題>

- 離島への誘客(与那国へのジェット化再開、PR強化)
- ハード面の受け入れ体制強化(他言語表示、バリアフリー、冬場の観光資源の発掘およびPR)
- ソフト面の受け入れ体制強化(人材不足の解消、マナー向上などセミナーの実施)
- 会員企業や各経済団体との連携(コミュニケーションを強化し、共通のビジョンを共有する)
- インバウンドの現状からの脱却(通年運航できる国際線の仕組み作りなど)
- 観光客と地元住民との相互コミュニケーションツールの発掘
- スポーツを通じた観光戦略の強化

「つながりを重要視し、『あの人がいるから島に行こう』と思わせるような観光地作りを目指したいと思っています」(高倉)



商工会でもさまざまなタイアップ事業が進行中！

【関連団体報告：平田（石垣市商工会事務局長）】

石垣市商工会からは、現行のさまざまな事業の報告がありました。

<活動事業>

■ 石垣島スパイスマーケット

「島のモノ作りを世界に」というコンセプトのもと、統一ブランドでPRするプロジェクト。現在法人化。



■ NUCHIGAFU

30,40代のビジネスウーマンをターゲットにしたブランド。特産品、旅行商品など企業とのコラボ商品も。



■ 石垣島の星物語(ステラマリッジ)

星を題材にしたリゾートウェディング「ステラマリッジ」を立ち上げ、ツアーや各種PRを実施。



■ アトム通貨

島内消費を促進するための地域通貨。イベントで既に440万程の発行済み(→全国一位の発行額)。



■ 石垣島ゆいまーるWAONカード

利用金額の一部が地域に還元される電子マネー(今年度寄付予定はおおよそ70万円=約7億円の経済活動)



■ ハッピーエイト(カーボンマイナスツアー)

植樹ツアー。修学旅行、企業などへの社会貢献活動としても実施。



「商工会では観光業者、製造業者、いろいろな方達とチームになって地域を盛り上げていければと思っています」(平田)

<ディスカッション>

会場からもたくさんの意見が...

報告会が終了し、宮平会長はここで浮上した「八重山における観光消費額の向上」「オンオフ期の差の解消」「満足度の向上」「外国人観光客との信頼関係」の4つの課題を再確認した上で、

「100万人の観光客を受け入れるにあたり、街づくりの課題をしっかりと受け入れ、方策について理解と協力を地域全体で共有していくことが必要」と話し、会場からも意見を求めました。

～会場からはたくさんの意見や要望が～



ハード面

玄関口(空港・港)の整備拡充、下水道の整備、県立病院の早期建設、街のリデザイン化、宿の整備拡充(コンサルを入れる等)、電線地中化、自然保護、他言語表示、芸能会館の創設など

ソフト面

地元のマナー向上、観光産業の魅力化、海外業者・外国人観光客との異文化相互理解、地元民との触れ合いの場の積極提供、人材の確保、全島民「観光ガイド」としての意識付け、台湾人の需要(「近くて安い日本」と地元戦略のズレ解消、イベント運営の見直しなど

また、同審議会についても観光課のみならず各関連部署の出席要請、観光基本計画の継続的かつ着実な実行、審議会の頻繁な開催、ワーキングチームの創設といった複数の指摘や提案も。

八重山の観光＝市民生活に直結！

終了予定時刻を1時間近くオーバーしても語り足りない参加者らのさまざまな思いが残る中、3時間にわたる年次報告会も終了。まだまだ語り尽くせない部分もあったかと思いますが、たくさんの課題が浮き彫りになり、少なからず共有することができたのでは――。

観光需要の影響がわれわれ市民生活にもじわりじわりと目に見え始めた昨今の八重山。

「観光なんて自分には関係ないから・・・」ではなく、地域全体で共有し、考えていかなければならないテーマなのかもしれません。