

4. 寄稿：地域間ネットワークによるサステナブルツーリズムの実践

～ 能登 SDGs ツーリズム協議会の事例～

(青山学院 Hicon SDGs 地方創生事業部門長、(株)せかいをつなぐ代表取締役 市瀬達幸)

始まりは一地域の観光開発から

私が在籍する青山学院ヒューマン・イノベーション・コンサルティング(株)[略称:青山学院 Hicon]は、2019年に石川県七尾市・中能登町を対象エリアとする(一社)ななお・なかのと DMO から、滞在型旅行商品造成の検討調査の依頼を受け、同地の観光開発の提言を行いました。調査研究を開始した時点では、まだ世の中が新型コロナウイルスの脅威に晒される前でしたので、同地への海外旅行客誘客を大きなテーマとして掲げ、如何にしたら同地を海外のツーリズム市場にアピールできるかという事を考察しました。

七尾市には石川県能登地方随一の温泉旅館地「和倉温泉」があり、国内市場では知られた観光地ですが、海外市場での認知度は正直なところそれ程高いものではありません。海外から日本に渡航したいツーリストに対し、WAKURA ONSEN、もしくはNANAQ、NAKANOTOを認知してもらうのは至難の業です。実際、外国のツーリストが旅行目的地を探す際に地名で検索するのは、東京、大阪、京都、広島くらいで、その他の地域は、箱根や高山などいわゆる定番コースに含まれているから訪れるというのが実情かと思われます。

また、調査の段階で石川県を訪れる外国人旅行者のほとんどは能登地方に宿泊していないという現実も浮かび上がりました。和倉温泉などは日本国内では職場旅行など主に団体客の需要がありましたが、コロナ禍以降の団体から個人へのシフトと共に、かつての成功体験に捉われていただけでは需要の回復は見込めません。ましてや、海外からの訪日客も欧米豪をターゲットにした場合には、団体用の温泉旅館というだけではインバウンド復活の際に取り残されてしまう危険がありました。

新しいツーリズムの潮流を考えた時に必要なのは、その地に滞在する意義を強く打ち出す必要があります。そこで私たちが考えたのが能登全域に足を運んでもらう仕組みづくりです。

SDGs ツーリズム協議会の発足

筆者は30年以上にわたり、主に欧州の地域観光開発と、日本を含む欧州域外の諸外国での商品化に携わってきました。イタリアの小さな村や、フィンランドの寒村で旅行商品開発を行い、日本人の旅行者にも多く訪問して頂いた事例も数多く造成をしてきています。

私の経験上、イタリアなら、ローマやフィレンツェなど一部の都市を除き、地方都市やエリアに足を運んでもらう為には強力なキーワードやコンテンツが不可欠です。例えば、日本のアニメに出てくる架空の城の原型になったイタリアの村や、オーロラ観測が出来るフィンランドの寒村など、地名は知らなくてもそこに行ってみたいと思わせるようなキラーコンテンツさえあれば、あとは宿泊地の選定と、ゲートウェイとなる都市との組み合わせで行程を組み上げていけば、外国人の誘客はさほど難しい事ではありません。

つまり、七尾市・中能登町の場合、その拠点だけを PR するのではなく、能登全域に来てもらう仕掛けをすることで、必然的に同エリアへの滞在客も訪問客も増やしていこうという戦略です。

2年前の2019年は、ようやく日本でもSDGsという言葉が浸透し始め、修学旅行にSDGsの学びを入れてほしいという要望が高まった時期です。また、booking.comによれば世界の旅行者の実に72%が、次の旅行先の選定には、サステイナブルな取り組みをしている地域や、エコフレンドリーな宿泊先を選びたいという調査結果が出た年でもあります。

能登には世界農業遺産のアイコンとして有名な白米千枚田や、SDGs 未来都市として採択された珠洲市にある金沢大学能登学舎には能登 SDGs ラボもあります。何よりも、彼の地は加賀地方とは異なる独自の伝統文化自然が残り、イルカと漁師が共存する七尾湾など、人々の暮らしそのものがこれからのサステイナブルな地域開発を考える上で大きなヒントを与えてくれる地です。



4 読書の文化 17 持続可能な消費と生産

経験に裏打ちされた学習は生涯記憶に残り、生徒たちの財産になります。質の高い教育プログラムの提供を、産官学民連携のパートナーシップで提供していく事が、このプロジェクトの共通目標です。世界農業遺産にも登録されている能登の美しい里山・里海の景観と、独特の伝統文化が今に残る能登の地でSDGsを体感してください。

写真提供： 石川県観光連盟、NPO法人能登すずなり
中能登町、株式会社ANYNEST
株式会社せかいをつなぐ

そこで私たちは能登全域を SDGs ツーリズムの拠点として能登全域を開発する事を目的とした能登SDGs ツーリズム協議会という能登全域の市町村をまたぐゆるやかなコンソーシアムを形成し、活動を始めました。この取り組みは今、教育旅行の現場で高く評価され、本年度は既に 500 名を超える修学旅行の依頼を受けております。

ツーリズム商品としてどのように組み立てていけば売れる商品となるのか、いずれ機会があれば話しをしたいと思います。